

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICA
ESCUELA ADMINISTRACION DE NEGOCIOS**

**TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO ACADEMICO DE
LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
CON ENFASIS EN GERENCIA**

**PLAN ESTRATÉGICO PARA LA CONSTRUCTORA
ELECTROMECHANICA COMUNICACIONES DEL SOL,
SANTA ANA, III CUATRIMESTRE 2017**

Autor: Shirley Espinoza Vega

Tutora: Lic. Jessica Mayers Marin.

San José, Costa Rica.

II CUATRIMETRE, 2017

CARTA TUTOR

CARTA DEL TUTOR

Heredia 26 de febrero del 2018.

Universidad Hispanoamericana
Sede Llorente
Administración de Negocios

Estimado señor:

La estudiante Shirley Espinoza Vega 1-1555-0517, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **"PLAN ESTRATÉGICO PARA LA CONSTRUCTORA ELECTROMECHANICA COMUNICACIONES DEL SOL, SANTA ANA, III CUATRIMESTRE 2017**, el cual ha elaborado para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Gerencia

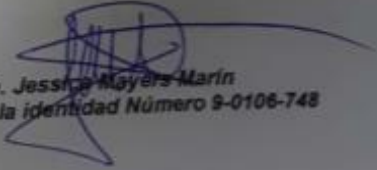
En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación, antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos, conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos por el postulante, se obtiene la siguiente calificación:

a)	ORIGINAL DEL TEMA	10%	10%
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	20%
c)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	30%
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	20%
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	20%
	TOTAL		100%

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.

Atentamente,


Licda. Jessica Mayers Marín
Cédula identidad Número 9-0106-748

CARTA LECTOR

CARTA DE APROBACION Y REVISION DE LA LECTORA

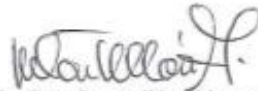
UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA
SEDE Llorente

CONSTANCIA LECTORA METODOLOGICA

Yo, Maritza Castellón Alvarado, en mi condición de lectora metodológica, dejo constancia que la tesis para optar por el Grado Académico de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Gerencia, presentada por la estudiante Shirley Espinoza Vega céd 2-0637-0889, titulada "PLAN ESTRATÉGICO PARA LA CONSTRUCTORA ELECTROMECANICA COMUNICACIONES DEL SOL, SANTA ANA, III CUATRIMESTRE 2017.", cumple los requisitos de forma y fondo solicitados por la Universidad Hispanoamericana.

Se extiende la presente en la Ciudad de Heredia, el día 26 de Marzo de 2018.

Atentamente,



Maritza Castellón Alvarado
Lectora Metodológica
Cédula Identidad N. 1-0862-0937

CARTA FILÓLOGO

11 de abril del 2018

Señores
Comisión de Trabajos Finales de Graduación
Universidad Hispanoamericana
Carrera de Administración de Empresas
Énfasis en Gerencia

Estimados señores:

Yo Noel Molina Blanco, cédula ocho cero cuarenta y seis cero quinientos ochenta y siete, vecino de San Juan de Tibás, de profesión Licenciado en Filología clásica, y que cuento con conocimientos y experiencia en revisión filológica de textos, doy fe de haber revisado el trabajo final de graduación de la sustentante Shirley Espinoza Vega, titulado, "Plan estratégico para la constructora Electromecánica Comunicaciones del Sol, Santa Ana, III cuatrimestre 2017", para optar por el grado de Licenciatura en Gerencia.

Después de la revisión y corrección de la estudiante, considero que el Informe del Trabajo Final de Graduación indicado anteriormente, cuenta con la revisión y corrección filológica en aspectos fundamentales que lo hacen apto para ser presentado al proceso de evaluación de los Trabajos Finales de Graduación en el nivel de Licenciatura.

Quedo a su disposición para cualquier consulta en:

Email: noelmolina16@hotmail.com

Teléfono celular: 84199224

Carné Colypro 57465

De ustedes muy atentamente,


Noel Molina Blanco
Carné Colypro 57465

DECLARACIÓN JURADA

DECLARACIÓN JURADA

Yo Shirley Paola Espinoza Vega, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número 1-1555-0517 egresado de la carrera de Licenciatura en administración de Negocios con énfasis en Gerencia de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de éste acto y debidamente apercibido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de Licenciatura, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: "Plan Estratégico para la Constructora Electromecánica Comunicaciones del Sol, Santa Ana, III Cuatrimestre 2017" es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derecho de Autor y Derecho Conexos número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; artículo 70. Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original. Asimismo, quedo advertido que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público.

En fe de lo anterior, firmo en la ciudad de San José, a los veinte y seis días del mes de febrero del año dos mil dieciocho.



Firma del estudiante

Cédula: 1-1555-0517

INDICE

DEDICATORIA.....	XVII
AGRADECIMIENTO.....	XVIII
CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	19
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	20
1.1.1. Antecedentes del problema.	21
1.1.2. Problematización del problema.....	24
1.1.3. Justificación del problema	25
1.2. FORMULACIÓN DE PROBLEMA	26
1.3. OBJETIVOS.....	27
1.3.1. Objetivo General.....	28
1.3.2. Objetivos Específicos.	29
1.4. ALCANCES Y LÍMITES DE PROBLEMA.....	30
1.4.1. Alcances	30
1.4.2. Limitaciones.....	30
CAPITULO II MARCO TEORÍCO.....	31
2.1. CONTEXTO HISTORICO	32
2.1.1. Historia y Desarrollo de la Ingeniería Eléctrica.	34
2.1.2. Historia de la Constructora.	36

2.1.3. Misión:	38
2.1.4. Visión:.....	38
2.1.5. Servicios:	38
2.2. CONTEXTO TEÓRICO	40
2.2.1. Administración de empresas.....	40
2.2.2. Estructura Organizacional	41
2.2.2.1. Estructura formal.	42
2.2.2.2. Estructura informal.....	43
2.2.3. Tipos de Organización.....	44
2.2.4. Diseño Organizacional.....	47
2.2.5. Mercadeo.....	51
2.2.6. Operativo.	55
2.2.7. Financiero.....	55
2.2.8. Plan Estratégico.....	56
2.2.9. Rendimiento.....	57
2.2.10. VAN	58
2.2.11. TIR.....	58
2.3. HIPOTESÍS	60
2.3.1. Variable independiente.	61
2.3.2. Variable dependiente.....	63

2.4. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS HIPÓTESIS.....	65
CAPITULO III. MARCO METODOLOGÍCO.....	67
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	68
3.1.1. Finalidad.....	68
3.1.2. Dimensión Temporal.....	72
3.1.3. Marco.....	73
3.1.4. Naturaleza.....	75
3.1.5. Carácter.....	77
3.2. SUJETO Y FUENTES DE INVESTIGACIÓN.....	81
3.2.1. Primaria.....	81
3.2.2. Segunda Mano.....	83
3.2.3. Tercera Mano.....	85
3.3. SELECCIÓN DEL MUESTREO.....	86
3.3.1. Población.....	86
3.3.2. Muestra.....	87
3.3.3. Probabilística.....	88
3.3.4. No Probabilística.....	88
3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN.....	89
3.4.1. Encuesta.....	89

3.4.2. Entrevista.....	89
3.4.3. Cuestionario.....	90
3.4.4. Observación.....	91
3.5. DEFINICIÓN CONCEPTUAL, OPERATIVA E INSTRUMENTAL DE LAS VARIABLES.....	92
3.5.1. Definición conceptual, operativa e instrumental. (Factor A).....	92
3.5.2. Definición conceptual, operativa e instrumental. (Factor B).....	95
CAPITULO IV: ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	97
Análisis de Cuestionario Empleados-.....	98
Análisis de cuestionario realizado a los clientes actuales-.....	122
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	136
Conclusión.....	137
Conclusión General.....	141
Recomendaciones.....	143
CAPITULO VI. PROPUESTA.....	146
6.1. Introducción.....	147
6.2 JUSTIFICACIÓN	148
6.3 ALCANCES Y LIMITACIONES	149
6.3.1 ALCANCES	149
6.3.2 LIMITACIONES	149

6.4	OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	150
6.4.1	OBJETIVO GENERAL.....	150
6.4.2	OBJETIVOS ESPECÍFICO	150
6.4	DESARROLLO DE PROPUESTAS	151
6.4.1	Elaboración de un taller para la reestructuración de la misión, visión de la organización.....	151
6.4.2	Realizar una ruta de Retroalimentación de los colaboradores.	152
6.4.3	Incorporación de Sistema Contable.....	155
6.4.4	Implementación de tabla de precios por rubro de los proyectos, guía para presupuestar proyectos	156
6.4.5	Confección de Flujo de pagos mensuales para cumplir las obligaciones y elaboración de flujo de efectivo anual.	163
6.4.6	Cronograma de actividades en el cual se realicen reuniones de seguimiento de proyectos.	164
	BIBLIOGRAFÍA	168
	GLOSARIO.....	173
	ANEXOS	175

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1.Operacionalización de las Hipótesis.....	66
Cuadro 2. Estructura del Trabajo Seminario de Graduación.....	176

INDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1. Estructura formal.....	42
Ilustración 2. Estructura Informal.....	43
Ilustración 3. Organigrama Jerárquico	48
Ilustración 4. Organigrama Funcional.....	49
Ilustración 5. Organigrama Mixto.....	50
Ilustración 6.Etapas del Plan Estratégico	56
Ilustración 7. Formula VAN.....	58
Ilustración 8.Formula TIR	59
Ilustración 9. Retroalimentación Oficina	152
Ilustración 10. Retroalimentación Proyectos	154
Ilustración 11. Áreas del Sistema ERP.....	156
Ilustración 12. Flujo de Proceso de Proyecto	166
Ilustración 13. Seguimiento de Proyecto enviado.....	167

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1. Sexo de los encuestados.....	98
Grafico 2. Rango de Edades.	100
Grafico 3. Antigüedad Laboral.....	101
Grafico 4. Puesto Actual.....	103
Grafico 5. Estado Civil.....	104
Grafico 6. Misión	106
Grafico 7. Visión.....	107
Grafico 8. Organigrama de la Organización.	109
Grafico 9. Estructura Organizacional.....	110
Grafico 10. Puntos débiles para crecimiento en el mercado.	112
Grafico 11. Manejo de Inventarios.....	113
Grafico 12. Funciones	115
Grafico 13. Retroalimentación de Jefatura.	116
Grafico 14. Horario de Trabajo.....	118
Grafico 15. Jefatura directa	119
Grafico 16. Obligaciones de la Compañía.....	120
Grafico 17. Antigüedad de ser Clientes.....	123
Grafico 18. Tiempo de Respuesta.....	124
Grafico 19. Precios.....	126
Grafico 20. Servicio Brindado.....	127
Grafico 21. Frecuencia de uso del servicio.	129
Grafico 22. Tiempo de entrega.....	130

Grafico 23. Tiempo de Respuesta de Problemas..... 132

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipo de mercado geográfico.....	53
Tabla 2. Tabla de Datos Sexo	98
Tabla 3. Tabla de Datos Rango de Edades.....	99
Tabla 4. Tabla de Datos antigüedad en la compañía.	101
Tabla 5. Tabla de Datos Ocupación	102
Tabla 6. Tabla de Datos Estado Civil	104
Tabla 7. Tabla de Datos Conocimiento de la Misión	105
Tabla 8. Tabla de Datos Conocimiento Visión.....	107
Tabla 9. Tabla de Datos Estructura Jerárquica	108
Tabla 10. Tabla de Datos Estructura del Organigrama.	110
Tabla 11. Tabla de Datos Crecimiento en el Mercado	111
Tabla 12. Tabla de Datos Manejo de Inventarios.....	113
Tabla 13. Tabla de Datos	114
Tabla 14. Tabla de Datos Retroalimentación	116
Tabla 15. Tabla de Datos Horario de Trabajo	117
Tabla 16. Tabla de datos Jefatura directa.	119
Tabla 17. Tabla con Datos Cumple con las obligaciones.....	120
Tabla 18. Tabla de Datos Rango de ser Clientes.....	122
Tabla 19. Tabla de Datos Tiempo de Respuesta	124
Tabla 20. Tabla de Datos Precios	125
Tabla 21. Tabla de Datos Servicio	127
Tabla 22. Tabla de Datos Frecuencia de uso del servicio.....	128

Tabla 23. Tabla de Datos tiempos de entrega.....	130
Tabla 24.Tabla de Datos Tiempo de respuesta de los Problemas.	131
Tabla 25. Canalizaciones y Cableado de Sistema de Iluminación	157
Tabla 26. Canalizaciones y Cableado de Sistema de Iluminación con descuento	157
Tabla 27.CANALIZACIONES Y SISTEMA DE CABLEADO SISTEMA DE TOMACORRIENTES Y SALIDAS ESPECIALES.....	158
Tabla 28.CANALIZACIONES Y SISTEMA DE CABLEADO SISTEMA DE TOMACORRIENTES Y SALIDAS ESPECIALES CON DESCUENTO	158
Tabla 29.DETECCION DE INCENDIOS	159
Tabla 30.DETECCION DE INCENDIOS con descuento	159
Tabla 31. AGUA POTABLE.....	160
Tabla 32. AGUA POTABLE CON DESCUENTO	160
Tabla 33.AGUAS NEGRAS.....	161
Tabla 34. AGUAS NEGRAS CON DESCUENTO	161
Tabla 35.TUBERIA INCENDIOS.....	161
Tabla 36. TUBERIA INCENDIOS CON DESCUENTO.....	162

DEDICATORIA

Primero que todo quiero agradecerle a Dios por permitirme llegar hasta acá; además, deseo agradecerles a mis padres y a mi prometido que siempre han estado ahí, para ayudarme y apoyarme en mis decisiones.

AGRADECIMIENTO

Agradezco ante toda a Dios porque me ha dado el entendimiento para poder comprender y analizar cada uno de los pasos que se dan en mi vida profesional. A mis padres porque sin ellos no hubiera podido llegar hasta donde estoy ahora porque ellos me dieron la formación adecuada para alcanzar mis sueños.

De igual forma le agradezco a mi prometido porque él me ha dado el ultimo empujón para desarrollar, de la manera adecuada, mi tema.

CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Esta investigación se llevará a cabo con empleados tanto del Área Administrativa y oficinas como en la parte operativa dirigida directamente con los encargados de los diversos proyectos, con edades comprendidas de los 18 a los 60 años de edad, en la provincia de San José, Santa Ana, durante los meses de septiembre 2017 a abril 2018.

La compañía, actualmente, se encuentra en búsqueda de estrategias, con el fin de mantener u obtener nuevos clientes a los cuales se les pueda llegar a ofrecer el servicio que brinda la misma; con el propósito de lograr una venta competitiva diferenciadora en el mercado local, aprovechando los cambios continuos con los que las empresas logran gran flexibilidad y capacidad de adaptación para sobrevivir en el entorno, y permanecer en el mismo.

1.1.1. Antecedentes del problema.

Los antecedentes de una investigación corresponden a los resultados relevantes producto de una búsqueda por parte del investigador. Es el resultado de la revisión de literatura (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

Se desarrollará este tema de investigación con el fin darle un nuevo horizonte a la compañía para que pueda llegar a competir con las grandes compañías que existen en el mercado que ofrecen el servicio electromecánico para las construcciones. Para ello, se establecerán cuales son los objetivos y metas que se deben seguir para lograr alcanzar ese gran propósito como compañía.

Se analizarán los diversos cambios que se deben realizar, tanto en el área administrativa, desde el punto de vista de la planificación de los pasos por seguir para el desarrollo del proyecto, como en la parte operativa o de campo directamente, en las construcciones realizadas.

La compañía actualmente se (sic) en búsqueda de estrategias con el fin de mantener u obtener nuevos clientes a los cuales se les pueda llegar a ofrecer el servicio que brinda la misma; con el fin de lograr una venta competitiva diferenciadora al (sic) mercado local, aprovechando los cambios continuos donde (sic) la empresa logra gran flexibilidad y

capacidad de adaptación para sobrevivir en los entornos (sic) y permanecer en el mismo. (Reyes & Celin, 2012).

Es conveniente que las organizaciones manejen las herramientas comunicacionales y que tengan claro qué quieren hacer y cómo. Por eso, deben reconocer la necesidad de valorar todas las posibilidades tecnológicas para una comunicación organizacional globalizada, pero acompañada de un consensuado aprendizaje organizativo y una gestión del conocimiento generada por su capital intelectual. (Mendoza L.P, 2014).

Presenta una falta de planeación estratégica definida debido a que los directivos toman decisiones de manera subjetiva y sobre la marcha. Esta situación se presenta por la falta de concientización del personal directivo acerca de la importancia de la planeación en todas las áreas de la empresa, la tendencia a la obtención de resultados inmediatos, la dificultad para la previsión de eventos futuros y que la empresa no cuenta con el personal adecuado para desarrollar la labor de planeación, actividad que requiere un conocimiento especializado de la empresa, de la industria y una visión a futuro. (Cano A.F & Cifuentes D.A. 2012).

Con este plan estratégico, la empresa podrá tener una guía sobre cómo se debe de (sic) gestionar en función de las condiciones del entorno, de

sus recursos, capacidades, considerando las expectativas de su propietario, para, con esto, conocer las posibilidades que tiene la empresa de mejora o corrección. (Monge R. 2015).

La estrategia de la compañía concierne al cómo: cómo lograr el crecimiento del negocio, cómo satisfacer a los clientes, cómo superar la competencia de los rivales, cómo responder a las condiciones cambiantes del mercado, cómo administrara cada parte funcional del negocio y desarrollar las capacidades organizacionales necesarias, como lograr los objetivos estratégicos y financieros. (Quirós G. 2014)

1.1.2. Problematización del problema.

Se analizarán las mejoras que se pueden llegar a realizar para el desarrollo y crecimiento; tomando en cuenta los puntos necesarios para la implementación e incorporación del plan en el desempeño de las funciones generales de la compañía.

Implica una explicación resumida sobre las razones por la cuales la situación a (sic) investigar merece ser objeto de una investigación formal, como lo es la tesis de grado. .(González L., 2017)

1.1.3. Justificación del problema

Esta investigación se justificará desde la relevancia social (Hernández et al, 2014).

Se analizarán las características que permitan el desarrollo y mejora de la compañía; mediante un plan o lineamientos por seguir, con el fin de que cada uno de los empleados pueda alcanzar o cumplir los objetivos de la compañía.

1.2. FORMULACIÓN DE PROBLEMA

¿Cómo implementar un plan estratégico para la Compañía Comunicaciones del Sol entre septiembre de 2017 a abril 2018?

1.3. OBJETIVOS

Los objetivos establecen qué se pretende con la investigación; las preguntas dicen qué respuestas deben encontrarse mediante la investigación; la justificación indica por qué y para qué debe hacerse la investigación; la viabilidad señala si es posible realizarla y la evaluación de deficiencias valora la evolución del estudio del problema. (Hernández R., Fernandez C. y Baptista P. 2014, P.54).

Se llegan a sub dividir en: objetivo general, el mismo se divide en objetivos específicos los cuales se dirigen a los temas que se desarrollarán en el trabajo de investigación; con lo que se dará respuesta a cada una de las acotaciones que se puedan generar del mismo.

1.3.1. Objetivo General.

Desarrollar un plan estratégico dirigido a la constructora Comunicaciones del Sol, un el periodo de septiembre 2017 al mes de abril 2018.

(Arias, 2012) Expresa: el fin concreto de la investigación en correspondencia directa con la formulación del problema. Este se puede descomponer al menos en dos específicos. (p. 45)

Señalan a lo que se aspira en la investigación y deben expresarse con claridad pues son las guías del estudio. (Hernández R., Fernandez C. y Baptista P. 2014, P.37).

1.3.2. Objetivos Específicos.

- 1. Analizar y estructurar la Misión y Visión que posee actualmente la Compañía.**
- 2. Diseñar un plan operativo, financiero y de mercadeo que vaya de la mano con los objetivos organizacionales.**

(Arias, 2012) Indica: con precisión, los conceptos, variables o dimensiones que serán objeto de estudio, se derivan del objetivo general y contribuyen al logro de éste. (p. 45)

Estos objetivos se deben colocar de forma consecutiva para revelar un orden de acción cronológica. El conjunto de aspiraciones y actividades específicas engloba el objetivo general de la tesis. (Normas Apa.2017)

Requisitos para plantear los objetivos: Enfocarse a (sic) la solución del problema. Ser realistas. Ser medibles. Ser congruentes. Ser importantes. Redactarse evitando palabras subjetivas. Precisar los factores existentes que lleva a investigar. Enfatizar la importancia de mejorar la organización. (Rodriguez R. 2012)

1.4. ALCANCES Y LÍMITES DE PROBLEMA

1.4.1. Alcances

1.4.2. Limitaciones

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1. CONTEXTO HISTORICO

Eduardo Doc. (2015), señala que a finales del siglo XVII Otto Von Guericke logró establecer que existían varios tipos de electricidad; en el siglo XVIII se idearon: el electroscopio en 1705, la botella de Leyden(condensador experimental) en 1745 y el pararrayos en 1752. Una serie de inventos que caracterizaron dicha época y facilitaron el proceso de industrialización, entre los cuales los más importantes fueron: la hiladora Jenny (1770), la lanzadera mecánica (1773), el telar mecánico (1787) y la máquina de vapor (1769). Esos eventos decretaron de manera definitiva el surgimiento de la ingeniería mecánica y de la ingeniería industrial.

Michael Faraday definió la inducción electromagnética con un sencillo experimento, mediante el cual descubrió que una corriente puede inducirse en un alambre con solo moverlo sobre un campo magnético (1831). Con base en este principio se fabricaron los motores y dinamos eléctricos. Había nacido la ingeniería eléctrica.

En consecuencia, a finales del siglo XIX el auge de la electricidad era tal que ya existían muchas ciudades y edificaciones con alumbrado público. En las industrias, las máquinas eléctricas reemplazaron las máquinas de vapor, lo cual garantizaba una mayor eficiencia productiva y contribuyó al desarrollo industrial.

Por otra parte, los fenómenos electromagnéticos se conocen desde el siglo VI A.C., gracias a los experimentos de Tales de Mileto, y el término electricidad (del griego Elektrón, que significa "ámbar") fue introducido por el inglés Gilbert de Colchester, quien fue el primero en estudiar sistemáticamente los fenómenos eléctricos.

Al inicio, los "repetidores" surgieron con la telegrafía y eran dispositivos electromecánicos usados para regenerar señales telegráficas. El cruzadas, es un dispositivo electromecánico para llamadas de conmutación telefónica. Inicialmente se instalaron ampliamente en la década de 1950 en los Estados Unidos e Inglaterra, y luego se expandieron rápidamente al resto del mundo. Reemplazaron a los diseños anteriores, como el conmutador Strowger, en grandes instalaciones. Nikola Tesla, uno de los más grandes ingenieros de la historia, fue el precursor de la electromecánica.

Paul Nipkow propuso y patentó el primer sistema electromecánico de televisión en 1885. Las máquinas de escribir eléctricas se desarrollaron hasta la década de 1880 como "máquinas de escribir asistidas por energía". Estas máquinas contenían un único componente eléctrico: el motor. Mientras que antiguamente la pulsación de una tecla movía directamente una palanca de metal con el tipo deseado, con estas máquinas eléctricas las teclas enganchaban diversos engranajes mecánicos que dirigían la energía mecánica desde el motor a las palancas de escritura. Esto mismo ocurría con

la IBM Selectric, desarrollada posteriormente. En la década de 1940 se desarrolló, en los Laboratorios Bell la computadora Bell Model V.

Se trataba de un gran aparato electromecánico basado en relés con tiempos de ciclo del orden de segundos. En 1968 la compañía estadounidense Garrett Systems fue invitada a producir una computadora digital para competir con los sistemas electromecánicos que se estaban desarrollando entonces para la computadora principal de control de vuelo del nuevo avión de combate, F-14 Tomcat de la marina norteamericana.

2.1.1. Historia y Desarrollo de la Ingeniería Eléctrica.

Hace más de 5000 años atrás, los sumerios ya tenían conocimiento sobre la existencia de la electricidad y de que algunos materiales producían lo que hoy conocemos como conductividad, como el cobre y la plata. Por supuesto el uso que le daban era “mágico” es decir, que usaban los descubrimientos (que eran muy pocos) en rituales y cosas así, lo dice una persona que ni siquiera se sabe si sigue con vida, el Dr. Wilhelm Konig quien sabe mucho de la historia de la ingeniería eléctrica..

Muchos de los inventos de las grandes mentes de esta era, realmente fueron descubiertos por civilizaciones antiguas, tal es el caso de la batería eléctrica (descubierta en mesopotania en el siglo III A.C.), si bien no se le daba el mismo uso, dicha batería al igual que las de hoy, generaba electricidad. Aunque a

final de cuentas el descubrimiento de la batería se le atribuye a Volta (1801 D.C.), porque fue él quien mediante la ciencia demostró su funcionamiento físico.

Por otra parte, los chinos los chinos tienen usando agujas magnéticas para las brújulas desde el 2637 A.C. es decir, que comenzaron a aprovechar los beneficios de la electricidad un siglo antes que los europeos.

2.1.2. Historia de la Constructora.

En el año 1979 el matrimonio compuesto por Rafael Ángel Solano y Maritza Quintanilla, fundan una sociedad a título personal dedicada inicialmente a la fabricación y aplicación de revestimientos decorativos y pinturas para edificaciones. Con el paso de los años y con la ayuda de sus hijos establecen una política de brindar un servicio distinto, con la ideología de que un trabajo bien hecho solo podría ser realizado si se combinaba técnica, delicadeza y seguridad.

En un inicio, la empresa contaba con el suficiente equipo y herramientas para hacer frente a sus proyectos, pero curiosamente y debido a la buena relación con los clientes, estos recurrían a pedir prestado el equipo y en muchas ocasiones se quedaban sin herramientas, dejando a la empresa en la obligación de pagar alquiler a alquiladoras de aquel momento.

Este hecho hizo ver que estaban desaprovechando el equipo y que existía una oportunidad para iniciar una nueva actividad como lo era la renta de los mismos, sin embargo, aquel inventario de equipo aún era muy pequeño para comenzar una empresa de alquiler.

En el año 1997 luego de una reunión familiar y llenos de ilusión y compromiso se crea la sociedad anónima RAHSO DE SANTA ANA, destinada al alquiler de equipos y maquinaria para construcción, desde una pequeña oficina ubicada en una habitación de la casa familiar y con un miembro de la familia como

único empleado, se hacían todas las gestiones para incursionar en este nuevo negocio.

Todo esto pasaba al mismo tiempo que las actividades en pintura continuaban con normalidad y daban los primeros recursos económicos para invertir en el crecimiento de la nueva empresa, siempre con el compromiso que el 100 % de las utilidades se reinvertirían en la compra de nuevos equipos y fue así como se dio un gran empuje para su rápido desarrollo.

En el año 2000, gracias al esfuerzo familiar, se logra comprar un terreno en Santa Ana donde se construyeron las nuevas instalaciones en las que hasta hoy día se encuentran el plantel principal y oficinas.

En el año 2001 se hace la primera importación, lo que significa uno de los momentos más importantes para el crecimiento de la empresa, Con el tiempo se fueron buscando nuevos proveedores internacionales para ampliar la gama de equipos y así mejorar el servicio y precio ofrecido a la clientela.

En el año 2005 se crea la DIVISIÓN ELECTROMECAÁNICA dedicada a todo lo relacionado con instalación eléctrica neumática y fontanería de edificaciones, contando con su propio equipo humano experto en la ejecución de estas obras.

2.1.3. Misión:

Integrar el conocimiento y la experiencia técnica con el servicio al cliente y el trabajo a la medida para cada proyecto, entregando calidad, eficiencia y una grata experiencia a los clientes.

2.1.4. Visión:

Convertirnos en una empresa reconocida en el medio de la construcción y el mantenimiento con un récord de proyectos entregados satisfactoriamente y de manera personalizada y humana.

2.1.5. Servicios:

2.1.5.1. Construcción y mantenimiento de redes eléctricas de baja y media tensión.

2.1.5.2. Construcción y mantenimiento de redes de telecomunicaciones de última generación.

2.1.5.3. Construcción y mantenimiento de sistemas de control y administración de redes eléctricas en residencias, plantas industriales, hoteles y edificios.

2.1.5.4. Construcción y mantenimiento de redes de señales, control de acceso, CCTV, alarmas y audio.

2.1.5.5. Instalación de equipos y sistemas electromecánicos, neumáticos e hidráulicos.

- 2.1.5.6.** Construcción y mantenimiento de redes mecánicas de aguas negras, potables, calientes y pluviales.
- 2.1.5.7.** Construcción y mantenimiento de redes de gas en cobre, PVC, HDPE y acero inoxidable.
- 2.1.5.8.** Construcción y mantenimiento de redes y equipos de aire comprimido.
- 2.1.5.9.** Administración y mantenimiento de redes electromecánicas en instalaciones hoteleras.

2.2. CONTEXTO TEÓRICO

2.2.1. Administración de empresas.

Para (Hernández. S, 2011), la Administración de Empresas es una ciencia compuesta de principios, técnicas y prácticas, cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo, a través (sic) de los cuales se pueden alcanzar propósitos comunes que no se pueden lograr individualmente en los organismos sociales (p,3).

Entre sus funciones más destacadas se encuentran:

- ✚ Gestión de documentación de correspondencia de entrada y salida, realizada entre particulares o entre empresa y administración.
- ✚ Atención al cliente: atención telefónica y presencial, y a través (sic) de comunicaciones escritas.
- ✚ Realización de informes y todo tipo de documentos administrativos.
- ✚ Gestión documentación compra venta: facturas, albaranes, pedidos, presupuestos, etc.
- ✚ Gestión de tesorería: cobros y pagos, gestión de impagados y devoluciones. Gestión documentación contable. Apoyo administrativo al resto de departamentos. (p,5).

Según la investigación realizada, la administración nació con el fin de que las compañías o a su vez las personas, puedan llegar a organizar u ordenar las ideas. Para alcanzar los objetivos o metas que fueron plasmadas, la administración

puede ayudar en muchas funciones personales; mostrando la forma más adecuada de ordenar cierta documentación importante para cada área en estudio.

Se puede expresar que administrar implica muchos puntos importantes; esto conlleva también al fin de lograr tener un control correcto del dinero que ingresa o sale de la compañía, o desde el punto de vista personal.

2.2.2. Estructura Organizacional

Según Vásquez. C (2012), es fundamental en todas las empresas, define muchas características de cómo se va a organizar, tiene la función principal de establecer autoridad, jerarquía, cadena de mando, organigramas y departamentalizaciones, entre otras.

Las organizaciones deben contar con una estructura organizacional de acuerdo con todas las actividades o tareas que pretenden realizar, mediante una correcta estructura que le permita establecer sus funciones y departamentos, con la finalidad de producir sus servicios o productos, mediante un orden y un adecuado control para alcanzar sus metas y objetivos.

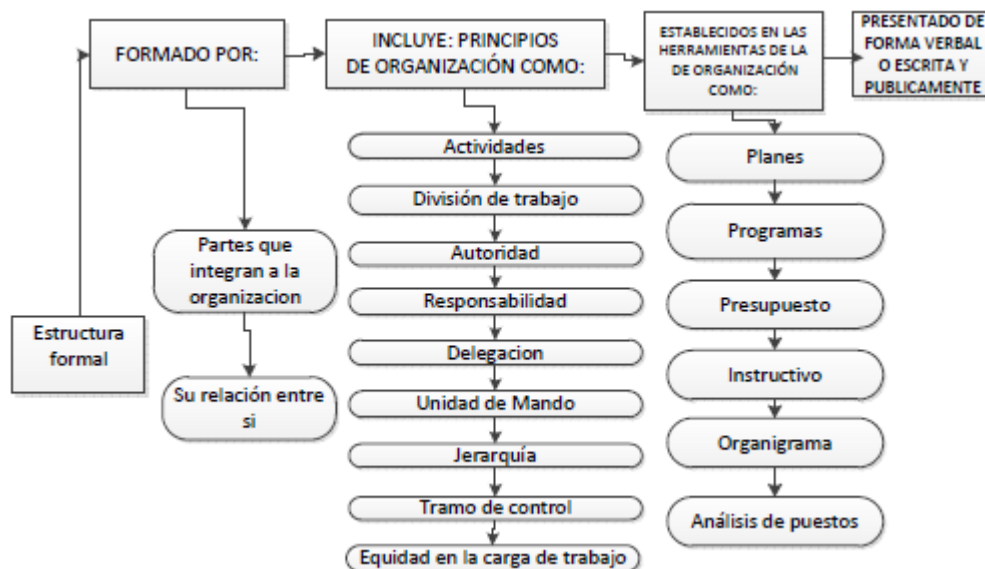
Debido a la investigación que se realizó, se puede identificar que la estructura organizacional; sirve con el fin que dentro de las

compañías se pueda llegar a dividir u ordenar según los mandos o tareas que se vayan a realizar.

2.2.2.1. Estructura formal.

Vásquez. C (2012), señala que esta estructura formal, surge como una necesidad para realizar una división de las actividades dentro de una organización que les permita principalmente alcanzar los objetivos, mediante organigramas, manuales y la interacción de los principios de la organización como la división de trabajo, autoridad y responsabilidad, delegación, unidad de mando, jerarquía, tramo de control y equidad en la carga de trabajo, entre otras.

Ilustración 1. Estructura formal.



Fuente: Tomado de la página gestipolis

Cuando se habla de la estructura formal de una compañía, se refiere a toda aquella en la que se dividen las actividades de la compañía por tareas, o a su vez

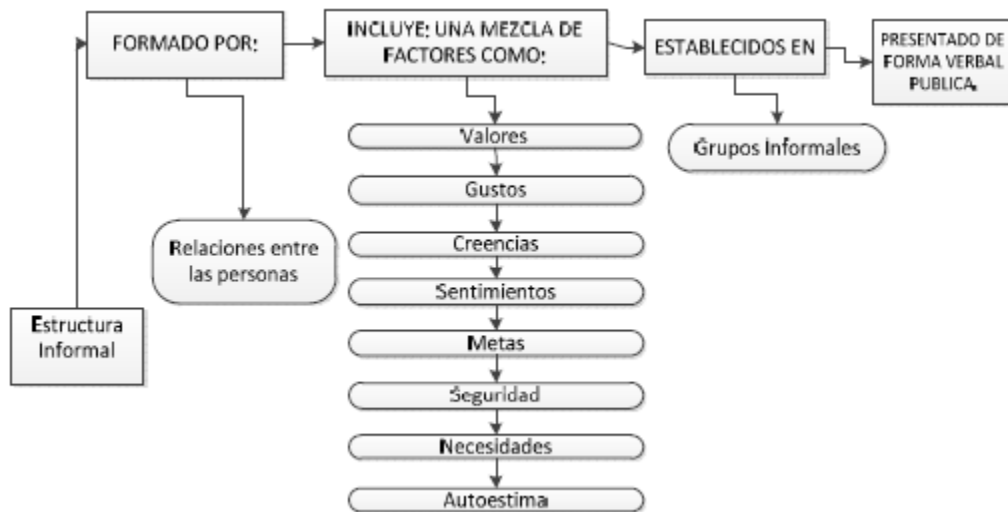
por medio de organigramas; esto quiere decir que lo que muestra es cuáles son las personas encargadas de diversas tareas y a quiénes responde por las mismas.

2.2.2.2. Estructura informal.

Vásquez. C (2012), observa que su origen está en la estructura formal, ya que de ahí parte la formación de estructuras de las relaciones entre los miembros, conforme con una mezcla de factores como se muestra en la Figura en la que se observan algunos elementos que dan origen a este tipo de estructura.

La estructura informal obedece al orden social y estas suelen ser más dinámicas que las formales.

Ilustración 2. Estructura Informal



Fuente: Tomado de la página gestiopolis

A diferencia de las estructuras formales, las informales están ligadas más al orden social que a las tareas que se realiza en cada área; esto quiere decir que no se dirige directamente a las tareas por desarrollar sino a lo que se liga socialmente la compañía.

2.2.3. Tipos de Organización

Naumov. S, (2011), considera que es el ordenamiento de las cosas que una empresa requiere para dar buenos resultados. Es la estructura ordenada de los procesos sistemáticos que dan la entrada de los insumos, su proceso y la salida de éstos como productos y/o (sic) servicios terminados destinados a los clientes internos y externos a la empresa, los cuales dan una retroalimentación respecto a la comparación de lo que esperaban contra lo real obtenido. (p,117).

Cuando se habla de los tipos de organizaciones, se refiere a todo aquello que se requiere en una empresa para que se puedan llegar a obtener todos aquellos metas. Esta estructura da retroalimentación a los procesos en la compañía.

2.2.3.1. Organización formal:

Guirao. M (2014), establece que es aquella estructura empresarial que establece las relaciones que existen entre todos los miembros de la organización, y que vienen ya indicadas por la dirección de la empresa. Por ejemplo, las

relaciones formales establecidas con clientes, proveedores, con la dirección, con los jefes de departamento, siempre con el fin de conseguir un mismo objetivo. Es la organización que ya viene planeada de antemano por la entidad.

Según Naumov, S (2011), es la que se integra previo análisis y diseño, originada por la visión, la misión y la filosofía estratégica, todo lo cual conllevará las metas a (sic) cumplir para tener buenos resultados y se pueda trascender.

Cuando una empresa desea establecer una estructura formal, se decide integrar cierto número de puestos, los cuales serán ocupados por personas que cumplan con el perfil de competencias, a fin de tener la certeza de que aquéllas darán buenos resultados; no obstante, la organización consta de formalidad, o sea, se integran recursos teóricos (puestos) y personas de acuerdo con un plan concebido previamente. (p,127).

En la organización formal, se llegan a mostrar la relación que existen entre las personas que laboran en las compañías. Se ligan directamente a lo que es la misión y visión de la empresa, a su vez, la filosofía o la estrategia que posee la misma. Para que funcione correctamente las organizaciones formales se requiere la integración de diversos puestos de trabajo.

2.2.3.2. Organización Informal

Naumov, S (2011) acota que en todas las compañías aparece esta organización, que está oculta a la organización formal, que se encuentra atrás de ellas y que prácticamente es invisible, pero que existe y están presente a cada momento en la vida de una empresa formal. Pero ¿es bueno que una empresa tenga una organización informal? La respuesta es que depende de las circunstancias. Si una empresa tiene tiempo operando, será muy difícil evitar que aparezca la organización informal y hay que saberla identificar para aprovechar sus virtudes con el fin de manejarla a favor de la empresa y para que no se salga del control. (p,129).

Guirao, M (2014), dice que: como organización informal se entiende aquel tipo de organización que es establecida de forma espontánea entre los miembros de la empresa, teniendo un carácter más personal. Por ejemplo, las relaciones establecidas entre miembros de un mismo departamento fuera del trabajo. (p,7).

Las organizaciones informales son aquellas que se crean de un momento a otro, esto quiere decir de manera espontánea. Las creaciones de estas organizaciones se dan entre personas de un mismo departamento; en todas las compañías formales siempre se llegan a formar las organizaciones informales. Si bien es cierto no es totalmente recomendable tener este tipo de organización dentro de la compañía.

Los gerentes de las mismas deben tomar las decisiones correctas para que ellas no lleguen a causar mucha controversia en la compañía, y tengan el funcionamiento normal en sus tareas.

2.2.4. Diseño Organizacional.

2.2.4.1. Organigrama.

Guirao. M, (2014), expresa que el organigrama es uno de los elementos que utilizan las empresas para poder mostrar su estructura. Un organigrama se puede definir como la representación jerárquica de la organización de una empresa, quedando plasmada en dicha representación las áreas funcionales en las que se divide y las tareas a (sic) desarrollar en cada una de ellas. (p,9).

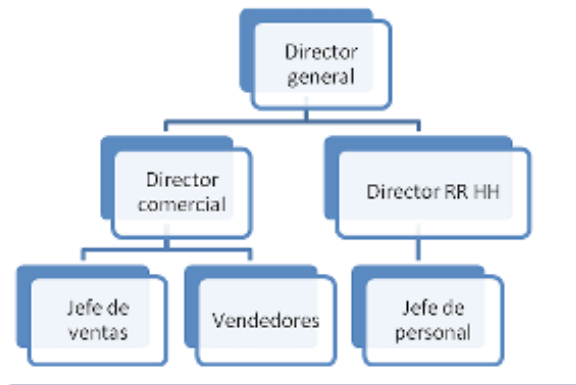
Los organigramas son muy importantes dentro de una organización, sin importar el tipo. Esto debido a que los organigramas demuestran la estructura de jerarquía que posee la empresa, indicando cuales son las líneas por seguir para dar respuesta a las dudas de las tareas asignadas.

2.2.4.1.1. Tipos de Organigramas:

Guirao, M (2014), define al **organigrama jerárquico**: Su organización consiste en dejar debidamente identificada la jerarquía establecida entre los superiores y subordinados de la empresa. De esta forma se identifica a directores, gerentes, jefes de departamento, ayudantes y subordinados de toda la

organización. Un ejemplo de este tipo de organización lo podemos encontrar en la pequeña y mediana empresa. (p,10)

Ilustración 3. Organigrama Jerárquico

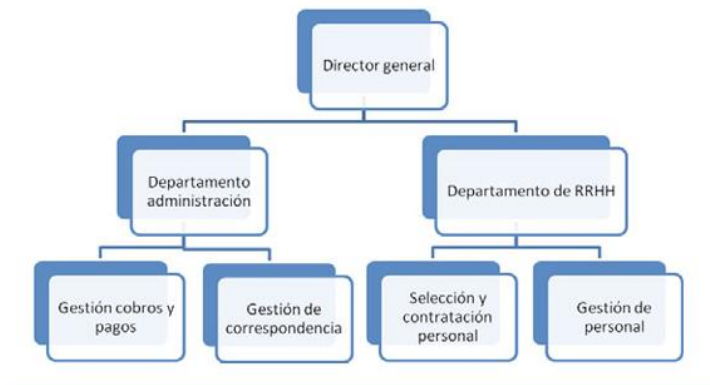


Fuente: Tomado del Libro, Técnicas de administrativas básicas de oficina

Es tipo de organigrama se da en las pequeñas y medianas empresas, las cuales realizan una división por medio de directores, gerentes y jefes de departamento; indicando la subordinación que posee cada departamento.

Guirao, M (2014), define al **organigrama funcional**: Este tipo de estructura muestra de una forma clara las áreas funcionales de la empresa, quedando definidas dentro cada una las tareas que en ellas se realizan, de tal forma que se las funciones quedan identificadas de forma concreta. (p,11)

Ilustración 4. Organigrama Funcional.



Fuente: Tomado del Libro, Técnicas de administrativas básicas de oficina

A diferencia del organigrama anterior, este se utiliza para dividir de igual forma por áreas, pero a su vez, se indican las funciones principales que debe tener o cumplir cada área de trabajo; con el fin de lograr los objetivos de la compañía.

Guirao, M (2014) expresa con relación al **organigrama mixto**: Combina los dos tipos de organizaciones anteriores, de tal forma que se identifican por un lado los distintos departamentos con sus funciones y por el otro la jerarquía de los responsables y personal empleado en cada área funcional. (p,11)

Ilustración 5. Organigrama Mixto



Fuente: Tomado del Libro, Técnicas de administrativas básicas de oficina

Como su palabra lo dice, el organigrama mixto es aquel que hace combinación tanto del organigrama jerárquico como el funcional; esto quiere decir que es aquel que llega a dividir o mostrar las distintas áreas con sus subordinados y sus funciones en uno solo.

2.2.4.2. Visión

Para Naumov. S, (2011), es un sueño que nace de nuestra vocación de ser de concretar algo en nuestra vida personal y profesional, y que dedicaremos el resto de ella a llevarlo a cabo, ya que estamos convencidos de que es parte de nuestra existencia y, por lo tanto, el cumplimiento de esta seño hará que trascendamos en el tiempo y en el espacio. (p,4).

Cuando se habla de la visión de una compañía, ella indica quien se es y hacia dónde se va, dando a los empleados de una compañía una pequeña guía de cómo se deben desarrollar las funciones en la misma, debido a que cada uno de los empleados deben conocerla; con el fin de que todas las funciones se concreten correctamente.

La visión se traduce en tiempo y espacio; esto quiere decir que para llegar a redactar una adecuada visión de una compañía estos elementos son clave para la comprensión de la misma.

2.2.4.3. Misión

Naumov. S, (2011), manifiesta que es poner en práctica la visión. Es un gran ¿cómo vamos a llevarla a cabo?, con base en las expectativas planteadas en la visión. es una respuesta a la visión de cómo debe reaccionar todos los que integran las empresas para contribuir a su logro. (p,23).

La misión se encuentra ligada a la visión; es decir da respuesta a la visión, indicando los pasos o los puntos por seguir para lograr que se cumplan.

2.2.5. Mercadeo.

Para Fisher, L (2011) está representado por los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio. El mercado varía de acuerdo con el área de

conocimiento en que se utiliza el concepto y los criterios de los autores que han tenido la preocupación buscar una definición adecuada para el mismo. Es común encontrar que cada persona define mercado como mejor le parece o le conviene; cuando una accionista habla acerca de este, se refiere al mercado de valores o de capital. (p,58).

Según los datos recabados se puede llegar a definir mercadeo, como el medio por el cual una empresa llega a comercializar sus productos y servicios, con el fin de darse a conocer en el mercado y tener una cartera amplia de clientes potenciales.

Cuando una compañía posee un área de mercadeo firme y adecuada a sus condiciones, le permitirá ampliar su ingreso económico, y a sus vez le permitirá a la empresa poder crecer y llegar a competir con las compañías más importantes que se encuentren en el mercado en el cual se desarrollan

2.2.5.1. Tipo de mercado desde el punto de vista geográfico

Tabla 1. Tipo de mercado geográfico.

Tipo de mercado	Definición
Mercado internacional	Comercializa bienes y servicios en el extranjero.
Mercado nacional	Efectúa intercambio de bienes y servicios en todo el territorio nacional.
Mercado regional	Cubre zonas geográficas determinadas libremente y que no necesariamente coinciden con los límites políticos.
Mercado de intercambio comercial al mayoreo	Se desarrolla en áreas donde las empresas trabajan al mayoreo dentro de una ciudad.
Mercado metropolitano	Cubre un área dentro y alrededor de una ciudad relativamente grande.
Mercado local	Puede desarrollarse en una tienda establecida o en modernos centros comerciales dentro de un área metropolitana.

Fuente: Laura Estela Fisher de la Vega, Libro Mercadotecnia

Los mercados geográficos son aquellos que se dan directamente como su palabra lo dice, en el área geográfica adecuada; esto se maneja según el tamaño de las compañías, porque no todas podrán llegar a comercializar de la misma manera, ya que cada forma de vender posee su costo directo, lo cual se llega a asociar con el precio de venta del producto o servicio.

2.2.5.2. Tipo de Mercado desde el punto de vista del cliente.

2.2.5.2.1. Mercado del Consumidor.

Dice Fisher, L (2011): Los individuos rentan o compran bienes y servicios para sus usos personales no para comercializarlos. (p,59).

Cuando se habla del mercado consumidor, se refiere a aquella persona que compra un producto o servicio para su uso propio, no lo revende a otra persona.

2.2.5.2.2. Mercado del productor o industrial.

Expresa Fisher, L (2011): Individuos y organizaciones que adquieren productos, materias primas y servicios para producir otros bienes y servicios. (p,59).

Este tipo de mercado es aquel en el cual una compañía busca otras empresas que le puedan llegar a suministrar la materia prima para llegar a dar a los clientes, el producto final o servicio. Si este tipo de mercado no existiera, sería un poco más complicado el proceso de comercialización.

2.2.5.2.3. Mercado del revendedor.

Expresa Fisher, L (2011). Conformado por individuos y organizaciones que obtiene utilidades al revender o rentar bienes y servicios a otros. (p,60).

Es el tipo de mercado en el cual se desarrolla directamente al revender productos o servicios que prestan diferentes compañías en el mercado.

2.2.5.2.4. Mercado de gobierno.

Acota Fisher, L (2011). Integrado por instituciones del sector público que adquieren bienes o servicios para realizar sus principales funciones. (p,60).

El mercado de gobierno, como su nombre lo indica, está ligado al sector público del país-, es decir son todos aquellos bienes o servicios que se adquieren para el uso directo del gobierno o de las instituciones públicas.

2.2.6. Operativo.

Manifiesta Benjamin, E Fincowskey, F (2014). Está definido para la capacidad para efectuar medidas y realizar acciones sobre elementos directos, con desarrollo de rutinas predefinidas y conocimientos sobre información concreta para actuar según lo establecido en condiciones estables. (p,318).

Cuando se habla de un plan operativo, es aquel que indica operativamente, cuáles serían los lineamientos o procedimientos por seguir. Son todas aquellas funciones que conllevan al cumplimiento de tareas dentro de la compañía las cuales llegan a ser primordiales para el crecimiento y surgimiento de las mismas en el ambiente en el cual se desarrollan.

2.2.7. Financiero

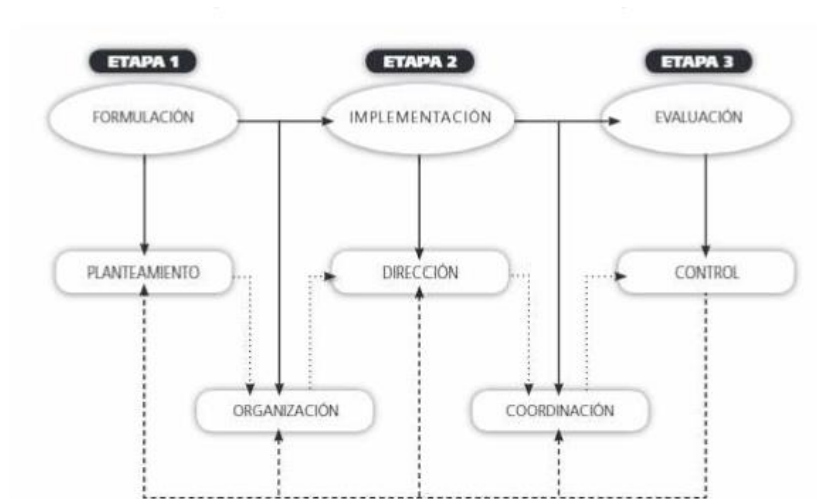
Dice Guirao, M (2014) Sus tareas giran en el entorno de conseguir la financiación necesaria para el desarrollo de la actividad empresarial, utilizando tanto los recursos ajenos como los propios. (p,4).

Los planes financieros son aquellos que se ligan con el fin de poder dar recursos a los proyectos que tenga la compañía, dando mayor utilización al capital de trabajo que posee. Esto se da por medio de financiamiento de otras instituciones o inyección de capital.

2.2.8. Plan Estratégico

Para Benavides, R (2014). Es el modelo o plan que integra las principales metas, políticas y cadenas de acciones de una organización dentro de una totalidad que supone el conocimiento exacto y real de las fuerzas y debilidades propias y de los competidores, los cambios en el ambiente y los movimientos de los competidores inteligentes y de los que no lo son. (p,62).

Ilustración 6. Etapas del Plan Estratégico



Fuente: Tomado del Proceso Estratégico (Ipinza,2008)

Un plan estratégico se divide en diversos puntos, no solo se puede llegar a desarrollar en temas de acción para crecimiento de la compañía. Cuando se habla de un plan estratégico, se involucran todas las áreas de la empresa. Tanto su área de administración en general como lo que es mercadeo y finanzas.

Esto debido a que si se posee un adecuado plan estratégico las funciones de cada una de las áreas pueden llegar a mejorarse e encaminarse por el rumbo correcto para el crecimiento y reconocimiento en el mercado. Cuando se posee un adecuado plan los empleados también crece la compañía, debido a que pueden llegar a obtener mayor información respecto a la empresa y conocerla un poco más a fondo, para lograr un refuerzo en conjunto.

2.2.9. Rendimiento

Este objetivo persigue, tanto a corto como a largo plazo, aumentar la relación entre el beneficio obtenido por la empresa y el capital invertido en esta. Este objetivo es perseguido por todas las empresas, aunque adquiere un papel más relevante en las compañías privadas y con un cierto tamaño. En la administración pública, se suelen anteponer los objetivos de interés social (P.33)

El rendimiento puede llegar a ser tanto a corto como a largo plazo, el cual mide el ingreso o ganancia que está generando la compañía y mostrar el porcentaje de capital invertido y cuánto beneficio ha traído el mismo al negocio.

2.2.10. VAN

Rodríguez. J, Rodríguez. E, Pierdant. A (2014) El VAN de un proyecto se define como el valor obtenido actualizado, separado para cada año (o periodo de vida del proyecto), la diferencia entre todas las entradas (ingresos) y salidas (egresos) de efectivos que se suceden durante la vida de un proyecto a una tasa de interés fija predeterminada. Esta diferencia se actualiza hasta el momento en que se supone se iniciará la ejecución del proyecto. (p,248)

Ilustración 7. Formula VAN

$$VAN = -\ln I + \frac{(I_1 - E_1)}{(1+i)^1} + \frac{(I_2 - E_2)}{(1+i)^2} + \frac{(I_3 - E_3)}{(1+i)^3} + \dots + \frac{(I_n - E_n)}{(1+i)^n}$$

$$VAN = \sum_{j=1}^n \frac{(I_j - E_j)}{(1+i)^j} - \ln I$$

Fuentes: Tomado Matemáticas Financieras (Rodríguez, J. y Rodríguez, E. 2014)

La palabra VAN significa Valor Actual Neto, es aquel valor o ganancia actualizada de un proyecto; en el que se registran las diferencias de las entradas y salidas de dinero del proyecto.

2.2.11. TIR

Rodríguez. J, Rodríguez. E, Pierdant, A (2014) indican que: la tasa de descuento (i) o tasa interna de rendimiento (tir) es, como ya indicamos, la tasa

de actualización a la cual el valor actual de los ingresos en efectivo es igual al valor actual de las salidas en efectivo de un proyecto. Es decir, es la tasa a la cual el valor actual de lo producido por el proyecto es igual que el valor actual de la inversión, esto es, el valor actual neto del proyecto es cero. (p,252).

Ilustración 8. Formula TIR

$$0 = -\ln I + \frac{(I_1 - E_1)}{(1+i)^1} + \frac{(I_2 - E_2)}{(1+i)^2} + \frac{(I_3 - E_3)}{(1+i)^3} + \dots + \frac{(I_n - E_n)}{(1+i)^n}$$

$$\ln I = \frac{(I_1 - E_1)}{(1+i)^1} + \frac{(I_2 - E_2)}{(1+i)^2} + \frac{(I_3 - E_3)}{(1+i)^3} + \dots + \frac{(I_n - E_n)}{(1+i)^n}$$

$$\ln I = \sum_{j=1}^n \frac{(I_j - E_j)}{(1+i)^j}$$

Fuente: Tomado Libro Matemáticas Financieras (Rodríguez. J, Rodríguez. E, y Pierdant. A 201)

La palabra TIR significa Tasa Interna de Rendimiento, es la tasa actualizada del rendimiento, que puede hacer referencia al valor actual de inversión que se llega a realizar en las compañías.

2.3. HIPOTESIS

Indican lo que se está buscando o tratando de probar. Puede definirse como explicaciones tentativas del fenómeno investigado, formuladas a manera de proposiciones.

Las hipótesis surgen del planteamiento del problema a partir de la revisión de la literatura. Un postulado de una teoría, el análisis.

(Rojas, 2011), define la hipótesis de la siguiente manera: “Corresponde a una proposición cuyo contenido se toma como una respuesta tentativa al problema planteado, respuesta que podrá o no ser verificada durante la investigación.” (p. 57)

- ✓ **A mejor formulación y planificación de plan estratégico, mayor será el crecimiento de la compañía.**

2.3.1. Variable independiente.

Se denomina variable independiente a todo aquel aspecto, hecho, situación, rasgo, etcétera, que se considera como la “causa de”, en una relación entre variables.

La variable independiente es el centro del experimento y es aislada y manipulada por el investigador. (Explorable, 2017).

2.3.1.1. Planificación

Se puede definir como un proceso bien meditado y con una ejecución metódica y estructurada, con el fin el obtener un objetivo determinado, la planificación en un sentido un poco más amplio, podría tener más de un objetivo, de forma que una misma planificación organizada podría dar, mediante la ejecución de varias tareas iguales, o complementarias, una serie de objetivos. (Web empresas,2017).

2.3.1.2. Formular.

Para (Sapag, N. 2011), “es el procedimiento general para recopilar, crear y sistematizar la información que permita identificar ideas de negocios y medir

cuantitativamente los costos y beneficios de un eventual emprendimiento comercial.

En este trabajo de investigación, para el Factor A se hará referencia a la definición antes mencionada, el número dos la cual menciona lo siguiente: "Es el proceso que se sigue para determinar en forma exacta lo que la organización hará para alcanzar sus objetivos"

2.3.2. Variable dependiente

Se conoce como variable dependiente al “resultado” o “efecto” producido por la acción de la variable independiente.

La variable dependiente es el resultado medible de esta manipulación, los resultados del diseño experimental. (Explorable, 2017)

2.3.2.1. Plan Estratégico

El plan estratégico es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo. Esta programación se plasma en un documento de consenso donde concretamos las grandes decisiones que van a orientar nuestra marcha hacia la gestión excelente. (Guía de Calidad, 2017).

En la sociedad del siglo XXI impera la planificación; prácticamente la totalidad de los aspectos de nuestras vidas están planificados. Planificamos nuestro futuro cuando somos jóvenes, planificamos nuestra carrera profesional, planificamos la educación de nuestros hijos antes de que nazcan, etc. En la vida personal como en el mundo de los negocios cualquier ausencia de

planificación puede conducirnos irremediablemente al caos y al fracaso. (Martínez P y Gutiérrez M. 2012).

En este trabajo de investigación, para el Factor B se hará referencia a la definición antes mencionada, la número uno, que menciona lo siguiente: “El plan estratégico es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo. Esta programación se plasma en un documento de consenso donde concretamos las grandes decisiones que van a orientar nuestra marcha hacia la gestión excelente.”

2.4. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS HIPÓTESIS.

Según (Arias, 2012) "este tecnicismo se emplea en la investigación científica para designar al proceso mediante el cual se transforma la variable de conceptos abstractos a términos concretos, observables y medibles, es decir, dimensiones e indicadores."(p.62)

Cementa Vasquez, F (2016):. Como la hipótesis no es real a este momento sino un supuesto, las variables son bastante abstractas, por lo que deben traducirse a algo más concreto, que son los indicadores. A este proceso se le llama operacionalizar la hipótesis.

Cuadro 1. Operacionalización de las Hipótesis.

HIPOTESIS	CONCEPTO	VARIABLES	INDICADORES
A una mejor formulación y planificación del plan estratégico	Plan Estratégico: es una herramienta que recoge lo que las organizaciones quieren conseguir para cumplir sus misiones y alcanzar sus propias visiones	Plan Estratégico	<ul style="list-style-type: none"> • Ventaja Competitiva • Ampliación a nuevos mercados. • Estructura de la empresa.
Mejor será el Crecimiento de la compañía	Crecimiento de la compañía: más precisa sería la que lo considera como el proceso de mejora de una compañía que la impulsa a alcanzar determinadas cotas de éxito	Crecimiento de la compañía	<ul style="list-style-type: none"> • Control de Inventarios • Mejoramiento del Tiempo Productivo. • Rendimiento Económico • Definición de Funciones.

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

3.1.1. Finalidad.

Guía TFG (2017). La finalidad de la investigación hace referencia a los aportes que dará; ya sea, en cuanto a la producción y generación de conocimiento sobre el tema estudiado. (p,24).

3.1.1.1. Teoría.

Barrantes R. (2013) “es aquella actividad orientada a la búsqueda de nuevos conocimientos y campos de investigación para crear un cuerpo de conocimiento teórico en algún campo de la ciencia”. (p, 64).

3.1.1.2. Aplicada.

Barrantes R. (2013) “la investigación aplicada tiene la finalidad de resolver problemas prácticos, para transformar las condiciones de un hecho que nos preocupa...” (p, 64).

Pimienta, J. y Orden Hoz, A (2017). Tiene como objetivo principal la búsqueda y consolidación del saber, así como la aplicación de los conocimientos cultural y científico, y la producción de tecnología al servicio de la sociedad. (p, 9).

Barrantes R. (2013) “la investigación aplicada tiene la finalidad de resolver problemas prácticos, para transformar las condiciones de un hecho que nos preocupa...” (p, 64).

La presente investigación tiene finalidad teórica, la cual se enfocará directamente en identificar cuáles son los problemas y oportunidades que puede llegar a tener la compañía, con el fin de generar un crecimiento en su estructura y desarrollo.

3.1.1.3. Según la Fuente de datos.

3.1.1.3.1. Investigación Documental.

Ceslao, W (2012). Se realiza apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie. Como subtipos de esta investigación encontramos la especie. Como subtipos de esta investigación encontramos la investigación bibliográfica, la hemerográfica y la archivística; la primera se basa en la consulta de libros, la segunda en artículos o ensayos de revistas y periódicos y la tercera en documentos que se encuentran en los archivos, como cartas, oficios, circulares, expedientes. (p,3)

3.1.1.3.2. Investigación de campo.

Ceslao, W (2012). Se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. (p,3)

3.1.1.3.3. Investigación experimental.

Ceslao, W (2012). Recibe este nombre la investigación que obtiene su información de la actividad intencional realizada por el investigador y que se encuentra dirigida a modificar la realidad con el propósito de crear el fenómeno mismo que se indaga, y así observarlo. (p,3)

En la presente investigación, se determina que, según la fuente de los datos de la misma, se caracteriza como una investigación de campo; debido a que por medio de la entrevista y cuestionarios que se realizarán, se obtendrá información para la confesión de la propuesta.

3.1.1.4. Según el nivel de conocimiento que se desea alcanzar (profundidad).

3.1.1.4.1. La investigación exploratoria.

Ceslao, W (2012) Es considerada como el primer acercamiento científico a un problema. Se utiliza cuando éste aún no ha sido abordado o no ha sido suficientemente estudiado y las condiciones existentes no son aún determinantes. (p;4)

3.1.1.4.2. La investigación descriptiva.

Ceslao, W (2012). Se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad. (p,4)

3.1.1.4.3. La investigación correlacional.

Ceslao, W (2012). Es aquel tipo de estudio que persigue medir el grado de relación existente entre dos o más conceptos o variables. (p,4)

3.1.1.4.4. La investigación Explicativa.

Ceslao, W (2012). Es aquella que tiene relación causal; no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrara las causas del mismo. Existen diseños experimentales, No Experimentales. (p,4)

Por el tipo de implementación que se desea realizar en la presente investigación, se puede indicar que según el nivel de conocimiento es una investigación exploratoria, ya que se va a encontrar la base del problema y se analizará el mismo.

3.1.1.5. Según el tiempo en que se efectúa.

3.1.1.5.1. Investigaciones sincrónicas.

Ceslao, W (2012). Son aquellas que estudian fenómenos que se dan en un corto período. (p,5)

3.1.1.5.2. Investigaciones diacrónicas.

Ceslao, W (2012). Son aquellas que estudian fenómenos en un periodo largo con el objeto de verificar los cambios que se puedan producir. (p,5)

La investigación según el tiempo, es de tipo sincrónico, porque se establece en un periodo corto, como es de septiembre de 2016 a abril de 2018.

3.1.2. Dimensión Temporal.

3.1.2.1. Dimensión Temporal Transversal.

Señala (Barrantes, 2013. P.64): “estudia aspectos del desarrollo de los sujetos y de los temas en un momento dado”. Es decir, “acortar” el tiempo, en sentido metafórico, para investigar un tema específico y a profundidad en un momento específico. Para la investigación transversal lo más importante es poder analizar y comprender el tema de estudio en profundidad, es decir, en detalle, más que el analizar el comportamiento del tema a lo largo del tiempo.

Recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede. Por ejemplo, investigar el número de empleados, desempleados y subempleados en una ciudad en cierto momento.

3.1.2.2. Dimensión Temporal Longitudinal

Analiza el desarrollo del tema investigado, tanto en diversos momentos como a lo largo del tiempo; todo con el fin de poder identificar y comparar los diversos comportamientos del tema conforme pasa el tiempo. Visto así, en la investigación longitudinal el tiempo es la variable central; es la variable que explica, pues se asume la hipótesis de que los temas y hechos investigados se

pueden explicar y entender mejor, considerando la influencia que tiene sobre ello el tiempo, el cambio histórico.

(Barrantes, 2013.) observa que: “estudia aspectos del desarrollo de los sujetos y de los temas en un momento dado”. Es decir, “acortar” el tiempo, en sentido metafórico, para investigar un tema específico y a profundidad en un momento específico. Para la investigación transversal lo más importante es poder analizar y comprender el tema de estudio en profundidad, es decir, en detalle, más que el analizar el comportamiento del tema a lo largo del tiempo. (P 64)

La presente investigación posee un alcance temporal de tipo transversal, ya que el mismo se caracteriza por la profundidad y detalle que será tratado en el tema por desarrollar, el cual abarca un período de investigación para el año 2018.

3.1.3. Marco

En la Guía TFG, (2017). Se indica que el marco de la investigación se refiere al tamaño o amplitud la investigación; es decir, a la magnitud y extensión de la organización, las áreas, el lugar o la temática que se pretende investigar. Refiere, entonces, a que tanto abarca la investigación; lo cual depende, entre otras cosas, de la existencia o no de recursos económicos, de tiempo, de cantidad de investigadores y del grado conocimiento de la temática. (p,26)

3.1.3.1. Mega

Se señala en la Guía TFG, (2017): Cuando se realiza un estudio nacional sobre condiciones socioeconómicas y para ello se aplica un censo en todo el país, o cuando se plantea realizar un análisis administrativo, que incluya a recursos humanos, finanzas y mercadeo, entre otras áreas, de toda la empresa o, cuando se plantea analizar una temática amplia y compleja en el campo del derecho laboral. (p.26)

3.1.3.2. Macro.

De acuerdo con (Guía TFG, 2017) se refiere al tamaño o amplitud de la investigación; es decir, a la magnitud y extensión de la organización, las áreas, el lugar o la temática que se pretende investigar. Refiere, entonces, a que tanto abarca la investigación; lo cual depende, entre otras cosas, de la existencia o no de recursos económicos, de tiempo, de cantidad de investigadores y del grado de conocimiento de la temática. (P,26)

3.1.3.3. Micro

Se refiere en la (Guía TFG, 2017). al estudio que se realiza en una parte o fragmento de lo macro, por ejemplo, un estudio de mercado en una provincia, una evaluación del desempeño laboral en un departamento de una empresa o una evaluación de la didáctica que utilizan los docentes de toda una escuela, o, un análisis jurídico en un campo específico del derecho laboral, por ejemplo, sobre el salario mínimo (p.26)

La presente investigación se elabora en un marco abarcando el ambiente en el cual se desarrolla la organización en su área de estudio durante el período del 2018.

3.1.4. Naturaleza.

Hernández, Sampieri y Mendoza (2014) expresan que el enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.” (p. 4)

3.1.4.1. Cuantitativa.

Hernández, et al (2014), indican en su texto Metodología de la investigación, la investigación cuantitativa: “Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, a fin de establecer pautas de comportamiento y probar hipótesis” (p. 4)

Pimienta, J. y Orden Hoz, A (2017). Consideran que el análisis e interpretación de datos, números, indicadores y estadísticas asociados con el objeto de estudio, y para ello se centra en formular preguntas muy específicas acerca de ¿cómo? Y ¿cuándo? tiene lugar el fenómeno estudiado, permitiendo al investigador recopilar información que puede ser plasmada mediante números, para su análisis racional y objetivo. (p, 59)

3.1.4.2. Cualitativa

Se lee en Hernández, et al (2014) “se considera que todo individuo, grupo o sistema social tiene una manera única de ver el mundo y entender situaciones y eventos, lo cual es construido a partir de sus experiencias y mediante la investigación, debemos tratar de comprenderlo en su contexto” (p.9)

3.1.4.3. Mixta.

Hernández-Sampieri y Mendoza, (2014), acotan que representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

Según la investigación realizada y los conceptos obtenidos se puede identificar que el proyecto está basado en una naturaleza mixta, debido a que se puede fundamentar mediante los elementos cuantitativos en cuanto a la medición de las ventas y aumento de las mismas, y en cuanto a lo cualitativos a la recolección de datos de los clientes.

3.1.5. Carácter

Se lee en la Guía TFG, (2017): Por el carácter, las investigaciones se clasifican en: exploratorias, descriptivas, analíticas-interpretativa, causales, correlacionales, retrospectivas y prospectivas, entre otras. (p,31)

3.1.5.1. Exploratoria

En la Guía TFG, (2017), se dice: Como su nombre lo indica, es la investigación que se realiza para conocer sobre un tema poco investigado. En cuyo caso, su propósito central es aportar información nueva, sobre la cual otra investigación luego puede profundizar. (p31).

Pimienta, J. y Orden Hoz, A (2017), expresan que en ocasiones también se les denomina estudio piloto, y su finalidad o propósito es identificar los aspectos fundamentales del fenómeno, objeto o problemática analizada, así como determinar los métodos y procedimientos más adecuados para la realización de posteriores investigaciones. Es decir, el desarrollo de este tipo de investigación permite obtener resultados que, a su vez dan lugar a nuevas investigaciones permite obtener resultados que a su vez dan lugar a nuevas investigaciones cuyo objetivo sea la comprobación de dichas resultados. (p, 83)

3.1.5.2. Explicativa.

Pimienta, J. y Orden Hoz, A (2017). Señalan que permite conocer en qué consiste el objeto de estudio, ésta recupera y conjunta elementos deductivos e inductivos con el propósito de determinar el porqué de dicho objeto o problemática, así como establecer relaciones de causa y efecto entre los elementos que lo componen y entre el fenómeno estudiado y su entorno. (p, 83 y 84).

3.1.5.3. Correlacional.

Sampieri, (2014) expresa que la finalidad es conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. En ocasiones sólo se analiza la relación entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variables. (P, 93)

3.1.5.4. Descriptiva

La misma corresponde a los estudios, cuyo fin es presentar detalladamente el fenómeno que está ocurriendo, es decir, describir el hecho lo más minuciosamente posible, con lujo de detalle, para que los lectores se formen una idea sobre lo que está ocurriendo.

Pimienta, J. y Orden Hoz, A (2017). Expresan que busca identificar y describir los elementos, propiedades o características principales que compone o

explican determinados fenómenos o problemáticas, basándose en el método analítico. En algunas ocasiones permite el desarrollo de conocimientos que también pueden servir de base para la realización de investigaciones más profundas sobre el tema o problemática estudiada. (p, 83).

3.1.5.5. Analítica- interpretativa.

Fernández, H., (2013), dice que busca en primer lugar conocer los factores o las condiciones que propician un problema para luego poder explicar y comprender en sentido hermenéutico- porque razones, motivos o circunstancias esto ocurre. Por ejemplo, investigar las razones jurídicas-administrativas, que hacen que procesos judiciales tengan tantas apelaciones con lugar. O analizar y entender, cómo y porque razones el liderazgo influye sobre la productividad o porque razones un producto X que tiene buenas cualidades no es consumido en el mercado. (P,32)

3.1.5.6. Casual.

Para Fernández, H., (2013), se enfoca en conocer las causas que provocan la existencia de un problema, concibiendo el problema como un efecto. Es decir, estudia la relación causa-efecto y causas-efecto. Por ejemplo, busca explicar las causas administrativas o personales que provocan una alta rotación de personal en una institución pública, o, por otro lado, las causas educativas, socioeducativas, o socio afectivas que influyen en la baja promoción en matemática en los colegios. (p,32).

3.1.5.7. Retrospectiva.

Fernández, H., (2013), expresa que su fin es analizar un tema actual pero basándose sobre todo en fuentes secundaria ya existentes. Este tipo de investigación no es una investigación histórica, como las hacen los historiadores, sino que es un estudio basado en una información que ya existe, porque ya fue producida, por lo que, la tarea de la investigación es recolectarla, agruparla, categorizarla y analizarla. (p,32)

Respecto al carácter la presente investigación, se desarrollará mediante el tipo descriptivo, según los autores antes mencionados; pretende recabar información del objeto de estudio, identificando hechos y análisis general, por medio de las técnicas de recolección de datos por medio de encuestas y observaciones o entrevistas, las cuales procederá en la elaboración del plan estratégico de la compañía.

3.2. SUJETO Y FUENTES DE INVESTIGACIÓN.

Para llevar a cabo la investigación es necesario limitarla y determinar tanto los sujetos de la información como las fuentes, primarias, secundarias y terciarias, de investigación, con el fin de tener un detalle más preciso en la forma de cómo se obtienen los resultados de la obtención y análisis de la información.

Las fuentes son estudios y conocimientos que se han hecho en investigaciones previas que aportan material importante, para comprender aún más el tema principal de la investigación.

3.2.1. Primaria

Según (Bernal, 2012) " Son todas aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir, de donde se origina la información. Es también conocida como información de primera mano o desde el lugar de los hechos." (P.191).

En la presente investigación se utilizarán dos instrumentos para obtener información de compañía, uno de estos sería un cuestionario que se le va a realizar a cada uno de los empleados de la compañía; los cuales ayudaran a identificar la situación actual desde el punto de vista de trabajadores.

Con ese instrumento se evaluarían los siguientes puntos:

- Rote de personal
- Conocimientos de Visión y Misión dela compañía.
- Manejo de Inventarios.
- Crecimiento de la compañía.
- Retroalimentación de parte de las jefaturas.

También se efectuará un cuestionario a los clientes actuales, con el fin de conocer como es el servicio que se ofrece, el tiempo de respuesta que posee la empresa, antigüedad como cliente y la evaluación de como es el servicio que se brinda.

Se realizará una entrevista al dueño de la compañía analizando los siguientes puntos:

- Surgimiento de la compañía.
- Estructura organizacional.
- Planeación.
- Servicios.

3.2.2. Segunda Mano.

Según (Bernal,2012)” Son todas aquellas que ofrecen información sobre el tema que se va a investigar, pero que no son la fuente original de los hechos o las situaciones, sino que solo los referencian” (P.192)

Autor o Autores	Titulo	Año
✓ Thompson I Peteraf. ✓ Gamble I Strickland	Administración Estratégica	2012
✓ Daniel Martínez Pedrós ✓ Artemilio Milla Gutiérrez	Introducción al Plan Estratégico	2012
✓ Fred R. David	Conceptos de Administración Estratégica	2013
✓ Gareth R. James	Teoría Organizacional Diseño y Cambio de las Organizaciones	2013
✓ Roberto Henández Sampieri. ✓ Carlos Fernández Collado. ✓ Pilar Baptista Lucio.	Metodología de Investigación	2014
✓ Ginna Marcia Quirós Salmerón	Universidad Hispanoamericana	2014
✓ Lourdes Patricia Mendoza Rodríguez	Universidad de Cartagena	2014
✓ Enrique Benjamin. ✓ Franklin Fincowskey	Organización de Empresas	2014
✓ Raymundo Javier Benavides Pañeda	Administración	2014

Autor o Autores	Titulo	Año
✓ Jesús Rodríguez Franco ✓ Elva Cristiana Rodríguez Jiménez. ✓ Alberto Isaac Pierdant Rodríguez.	Matemáticas Financieras	2014
✓ Ricardo Monge Castro	Instituto Tecnológico de Costa Rica	2015
✓ Julio Pimiento Arturo de la Orden	Metodología de la Investigación	2017
✓ Luis M. González Vallejo	Guía, Trabajos Finales de Graduación, Tesinas y tesis en Ciencias Sociales	2017

3.2.3. Tercera Mano.

Las fuentes terciarias son las fuentes que recopilan información de fuentes secundarias. En la Guía TFG (2017), se indica que son artículos científicos de revistas reconocidas e indexadas, artículos de expertos. Se establece el nombre del artículo, nombre de la revista y el número como el año. Libros y documentos relacionados con los temas que se desarrollan. (p,3)

Autor	Fuente	País	Año
Grupo Rasho	Misión, Visión, Servicios	Costa Rica	2017

3.3. SELECCIÓN DEL MUESTREO.

La muestra es la que puede determinar la problemática, ya que les capaz de genera los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso.

Para la siguiente investigación se optó por utilizar la formula clásica que se enseñaron en cursos de estadística.

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

En donde:

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

3.3.1. Población.

Según la (Guía, 2017), constituye el universo total sobre el cual se hace la investigación y puede estar conformada por comunidades, grupos, personas; situaciones, organizaciones. (P, 36).

En la presente investigación está formada por un total de 43 personas, la misma está conformada por un total de 3 mujeres y 40 hombres.

3.3.2. Muestra.

Señala la (Guía, 2017): Constituye un subgrupo representativo de la población, idéntico en todos sus extremos, su tamaño no implica que una investigación sea mejor, porque se lleve a cabo con grupos grandes; sino que la calidad radica en que se describan claramente las características de la muestra, para evitar ambigüedades o confusiones. (P, 36). Según Días, A. (2013)

3.3.2.1. Muestra Aleatoria Simple. Es una sola muestra aleatoria. (p,124)

3.3.2.2. Muestras múltiples. Es cuando se obtiene más de una muestra para el estudio. (p,124)

3.3.2.3. Muestras Relacionadas. Son mediciones diferentes de la misma muestra, pero en condiciones diferentes. (p,124)

3.3.2.4. Muestras independientes. Se obtiene de poblaciones distintas. (p,125)

3.3.2.5. Muestra Conglomerados. Subgrupos de una población que son relativamente pequeños (con pocos elementos) y numerosos. (p,2015)

3.3.3. Probabilística.

En la (Guía, 2017), se dice que es cuando todos los sujetos que conforman el subgrupo tienen la misma posibilidad de ser escogidos por medio de una selección mecánica; este procedimiento es esencial en las investigaciones con enfoque cuantitativo, porque se suelen recoger los datos mediante encuestas y cuestionarios para luego analizarlos estadísticamente. Las unidades muestrales o elementos se eligen en forma aleatoria; es decir, al azar, de modo que exista la misma probabilidad de que cualquiera participe .(P,36).

3.3.4. No Probabilística.

(Guía, 2017): Se da cuando la elección depende de las características de la investigación y la toma de decisión de una persona o grupo. (P,38).

3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN

3.4.1. Encuesta.

Para (Bernal, 2010): “Es una de las técnicas de recolección de información más utilizado. La encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas.” (p. 194)

La técnica que se utilizará para la recolección de la información, que sirva como insumo para el desarrollo de la presente investigación, estará la encuesta, por medio del cuestionario que será aplicado a los colaboradores de la compañía con una muestra de 43 personas.

3.4.2. Entrevista.

Para (Ferreyra& De Longhi, 2014), la entrevista es “una transacción: uno busca información, el otro la suministra, a través de una interacción oral entre ambos. Como transacción, inevitablemente tiene polarización (influencia no intencional del entrevistador relacionada con su punto de vista personal sobre la cuestión que se está tratando), que ha de identificarse y controlarse.” (p. 80)

La otra técnica que se utilizará para recolectar la información necesaria para la presente investigación es la entrevista, la cual se pretende efectuar con el

Gerente General de la compañía; el cual funge a su vez como el dueño y creador de la misma. Luego se realizará una entrevista al Ingeniero de Campo, que no se encuentra titulado, pero posee la experiencia necesaria en el campo en el manejo de proyectos que posee la compañía en la actualidad.

3.4.3. Cuestionario.

Dice (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010) “Talvez sea el instrumento más utilizado para recolectar los datos, consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir.” (p. 217)

En la presente investigación se utilizará el cuestionario con preguntas tanto abiertas como cerradas, debido a que las preguntas que son abiertas, permiten identificar cuáles son las opiniones de los empleados de la compañía; con el fin de llegar a darle crecimiento a la misma. Y las preguntas cerradas en puntos muy concretos, ayudarán a codificar con mayor facilidad las preguntas de los encuestados

3.4.4. Observación.

Según (Arias, 2012) “Es una técnica que consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca en la naturaleza o en la sociedad, en función de unos objetos de investigación.” (p. 69)

Con la observación, el fin que se tiene, es lograr un análisis un poco más puntual; esto viendo las actividades actuales de la compañía, analizando puntos débiles o fuertes. A su vez, verificando cual debe de ser la información correcta que debe de tener cada uno de los empleados; con el fin de que todos puedan llegar a cumplir los objetivos que posee la empresa para llegar a ser grandes competidores en el mercado.

3.5. DEFINICIÓN CONCEPTUAL, OPERATIVA E INSTRUMENTAL DE LAS VARIABLES.

3.5.1. Definición conceptual, operativa e instrumental. (Factor A)

3.5.1.1. Definición conceptual:

La (Guía, 2017) refiere a la claridad teórica de la variable y se extrae del marco teórico, se indica cual definición se utiliza en esta investigación. (p,39).

3.5.1.1.1. Planificación “se puede definir como un proceso bien meditado y con una ejecución metódica y estructurada, con el fin el obtener un objetivo determinado" (Riquelme. M, 2015).

3.5.1.1.2. Formular. “es el procedimiento general para recopilar, crear y sistematizar la información que permita identificar ideas de negocios y medir cuantitativamente los costos y beneficios de un eventual emprendimiento comercial. (Sapag, N. 2011)

3.5.1.2. Dimensión:

(Guía, 2017) Se refiere a las categorías de análisis de las variables de interés también se les conoce como variables más específicas susceptibles de medición, éstas se extraen de los objetivos específicos. (p,39).

3.5.1.3. Definición Operacional:

La (Guía, 2017), establece que se refiere a traducir en indicadores, que permitan la observación directa de la variable; es decir, la observación empírica donde la medición se realiza en aspectos concretos. Se indica con una escala gráfica, en la que se establece a partir de qué valor se toma como positivo, se establece previamente (p,40).

Cambios que según el instrumento utilizado nos muestra que se debe llegar a realizar en la compañía, dando enfoques deseados para mejorar y reestructurar la misma. Se utilizará una escala del 1 al 10 donde se considerará positivo si es superior a 6 y negativo si es menor que 5

0__negativo____5,6__positivo____10

3.5.1.4. Definición Instrumental:

En la (Guía, 2017) se especifican las técnicas e instrumentos por utilizar para la recolección de la información, según las variables abordadas y los resultados esperados, se indican las preguntas que miden los indicadores de las variables. (p,40).

Para la presente investigación y referente al Factor A, para poder medir dicho factor y viendo las variables antes mencionadas se va a utilizar el instrumento del cuestionario y la entrevista; con el fin de obtener el resultado esperado de análisis.

3.5.1.5. Cuadro de Operacionalización de las variables:

Objetivo Especifico	Hipótesis	Variable	Definición Conceptual	Definición Operativa	Definición Instrumental
<p>✓ Analizar y estructurar la Misión y Visión que posee actualmente la Compañía.</p>	<p>A una mejor formulación y planificación del plan estratégico</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Restructuración de la Misión y Visión actual de la compañía. • Determinar los objetivos de la compañía. • Buscar los puntos débiles de la compañía. • Adecuar un organigrama en el cual se distribuya las jerarquías. 	<p>1. Planificación "Es el proceso de establecer metas y elegir medios para alcanzar dichas metas" (Stoner, 1996).</p> <p>2. Formular. "es el procedimiento general para recopilar, crear y sistematizar la información que permita identificar ideas de negocios y medir cuantitativamente los costos y beneficios de un eventual emprendimiento comercial. (Sapag, N. 2011)</p>	<p>0 __ negativo __ 5,6 __ positivo __ 10</p>	<p>✓ Cuestionario. ✓ Entrevista</p>

3.5.2. Definición conceptual, operativa e instrumental. (Factor B)

3.5.2.1. Definición Conceptual.

3.5.2.1.1. Plan Estratégico.

“El plan estratégico es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo. Esta programación se plasma en un documento de consenso donde concretamos las grandes decisiones que van a orientar nuestra marcha hacia la gestión excelente.” (Guía de Calidad, 2017).

3.5.2.2. Definición Operacional.

Cambios que según el instrumento utilizado no muestran que se debe llegar a realizar en la compañía, dando enfoques deseados para mejorar y reestructurar la misma. Se utilizar una escala del 1 al 10 donde tomaremos como positivo si es superior a 6 y negativo si es menor que 5

0___negativo____5,6___positivo_____10

3.5.2.3. Dimensión Instrumental

Para llegar a medir el Facto B de la presente investigación se utilizarán dos instrumentos; para el obtener el resultado más correcto de los mismo. Los indicadores de medirán de las siguientes maneras:

3.5.3. Cuadro de Operacionalización de las variables:

Objetivo Especifico	Hipótesis	Variable	Definición Conceptual	Definición Operativa	Definición Instrumental
<p>✓ Analizar los principales competidores que tiene la compañía.</p> <p>✓ Desarrollar un Manual de Puestos de las funciones que realiza en cada área de la compañía para lograr brindar un mejor servicio.</p>	<p>Mejor será el Crecimiento de la compañía</p>	<p>✓ Analizar el aumento en la cartera de clientes</p> <p>✓ Manejo del control de inventarios</p> <p>✓ Definición de las funciones para la mejora del tiempo productivo del personal.</p> <p>✓ Determinar y analizar el Rendimiento Económico esperado para la compañía.</p>	<p>Plan Estratégico. "El plan estratégico es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo. Esta programación se plasma en un documento de consenso donde concretamos las grandes decisiones que van a orientar nuestra marcha hacia la gestión excelente."</p>	<p>0__negativo__5,6__positivo__10</p>	<p>✓ Cuestionario</p> <p>✓ Entrevista</p>

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.

Análisis de Cuestionario Empleados-

En la presenta investigación se logró tener una muestra total de 33 personas las cuales conforman el total de empleados de la compañía de los cuales se logró obtener los siguientes resultados.

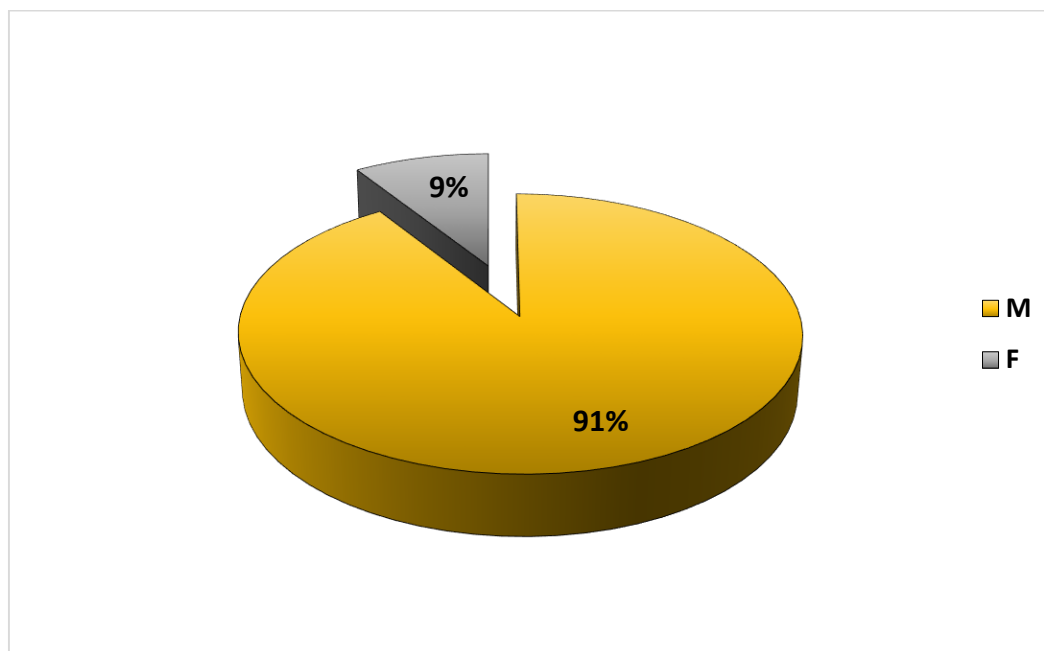
1. Sexo

Tabla 2. Tabla de Datos Sexo

Sexo	Cantidad
M	30
F	3
TOTAL	33

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 1. Sexo de los encuestados.



Fuente: Elaboración Propia

Según la información obtenida se puede identificar que de los 33 empleados encuestados que conforman la constructora electromecánica; el 91% de los mismos son del sexo masculino, por lo cual, se puede identificar que existe predominancia de hombres y se logra verificar que en el campo en que se encuentra y desarrolla la misma es adecuado ese predominio.

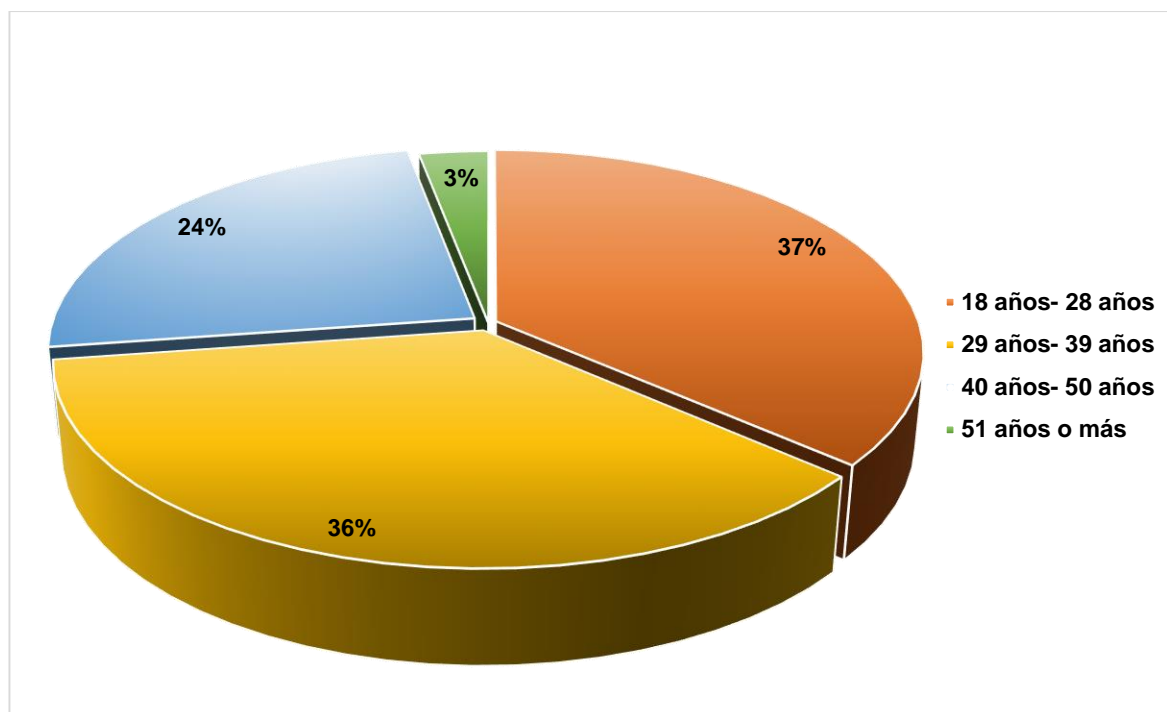
2. ¿En qué Rango de Edades se Encuentra?

Tabla 3. Tabla de Datos Rango de Edades.

Rango de Edades	Cantidad
18 años a 28 años	12
29 años a 39 años	12
40 años a 50 años	8
51 años o más	1
TOTAL DE DATOS	33

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 2. Rango de Edades.



Fuente: Elaboración Propia

Al aplicar la encuesta a la muestra en estudio, se logró identificar que las edades que predominan dentro de los empleados de la compañía son personas en los rangos de 18 a 28 años y 29 a 39 con porcentajes de 37% y 36%.

respectivamente De esta forma se identifica que las personas que conforman la compañía son personas responsables y maduras, por lo que son capaces de cumplir sus funciones a cabalidad.

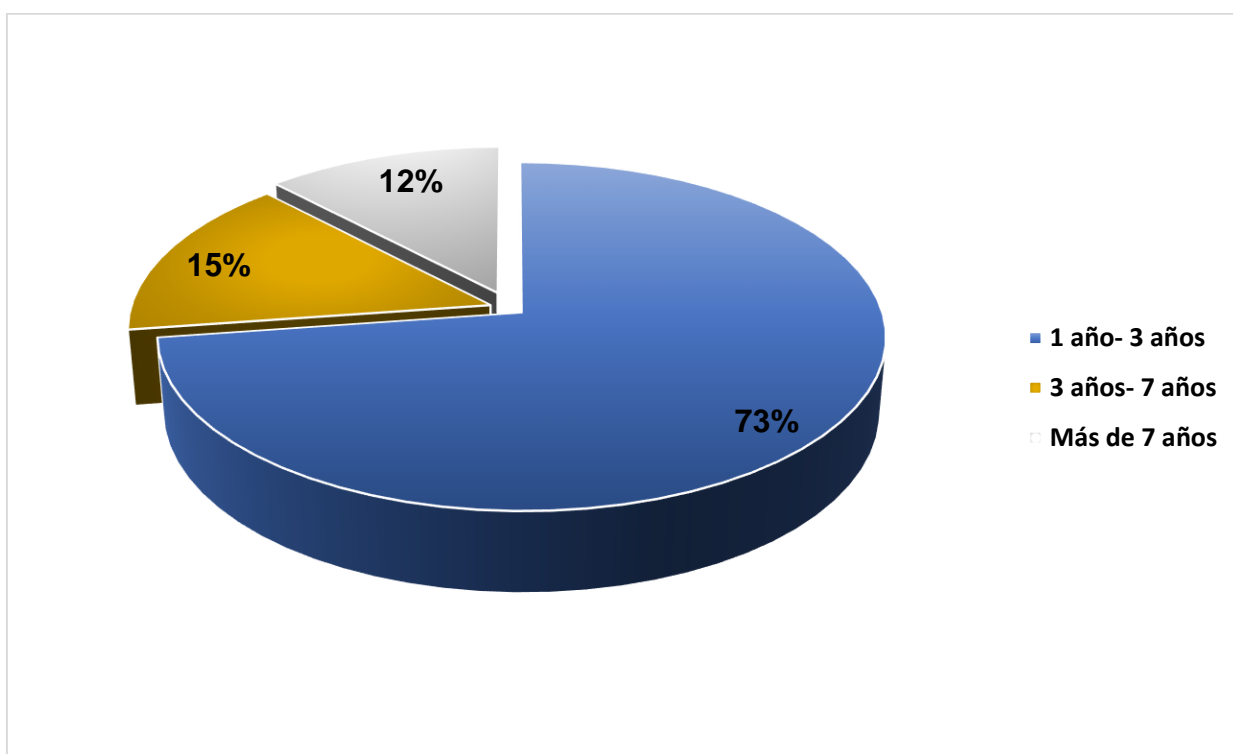
3. ¿En qué rango de antigüedad tiene de laborar en la compañía?

Tabla 4. Tabla de Datos antigüedad en la compañía.

Antigüedad	Cantidad
1 año- 3 años	24
3 años- 7 años	5
Más de 7 años	4
TOTAL DATOS	33

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 3. Antigüedad Laboral.



Fuente: Elaboración Propia

Según el cuestionario realizado, se logra identificar que existe un rote de personal amplio, esto debido a que las personas encuestadas tienen entre 1 y 3 años de antigüedad en la compañía representando un 73% del total de la muestra; los empleados que más antigüedad presentan en la empresa están representando por un 12% del total de la muestra.

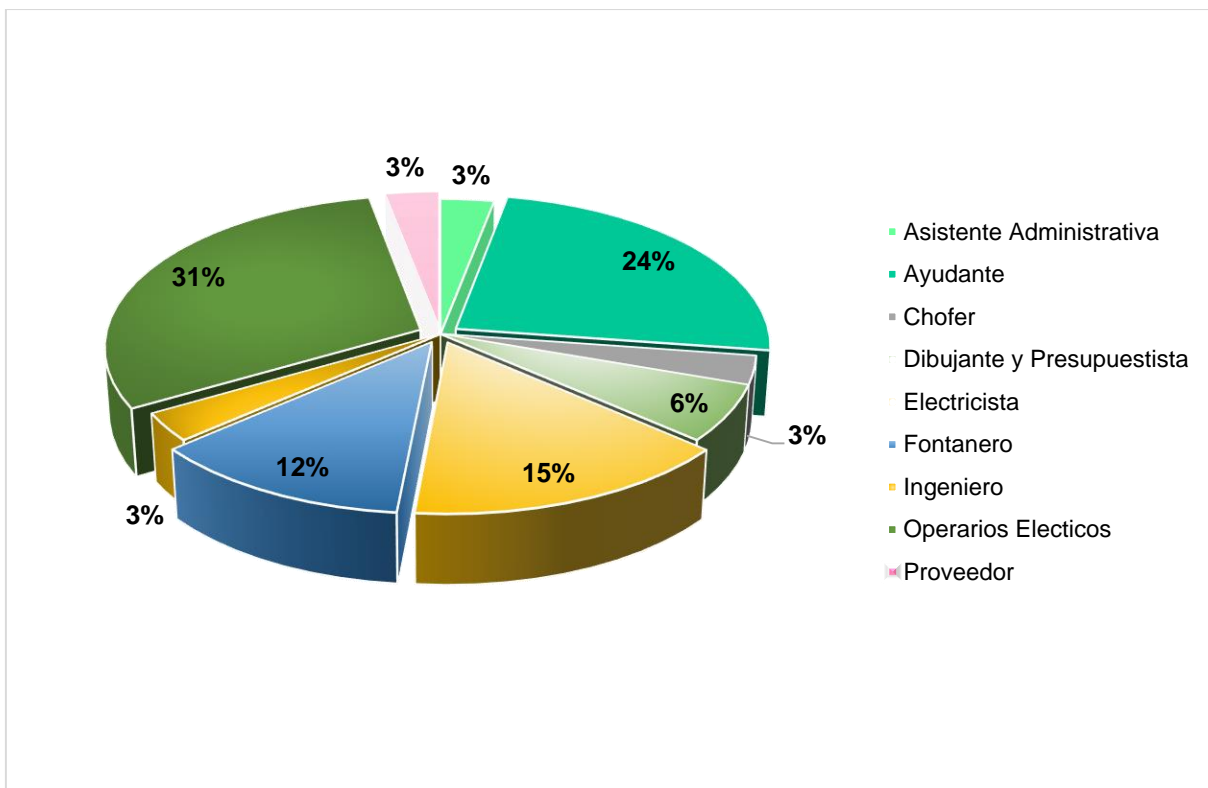
4. ¿Puesto que ocupa actualmente en la compañía?

Tabla 5. Tabla de Datos Ocupación

Puesto	Cantidad
Asistente Administrativa	1
Ayudante	8
Chofer	1
Dibujante y Presupuestista	2
Electricista	5
Fontanero	4
Ingeniero	1
Operarios Electricos	10
Proveedor	1
TOTAL DE DATOS	33

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 4. Puesto Actual



Fuente: Elaboración propia

Según el estudio realizado, se identifica que la mayor cantidad de empleados que se encuentran actualmente laborando en la compañía, son los que se ubican en el campo; es decir, que realizan las labores directamente con el fin de dar el servicio final a los clientes. El 31% de los empleados son operarios eléctricos, 24% representan a los ayudantes de campo, 15% corresponde a los encargados electricos que se tienen actualmente.

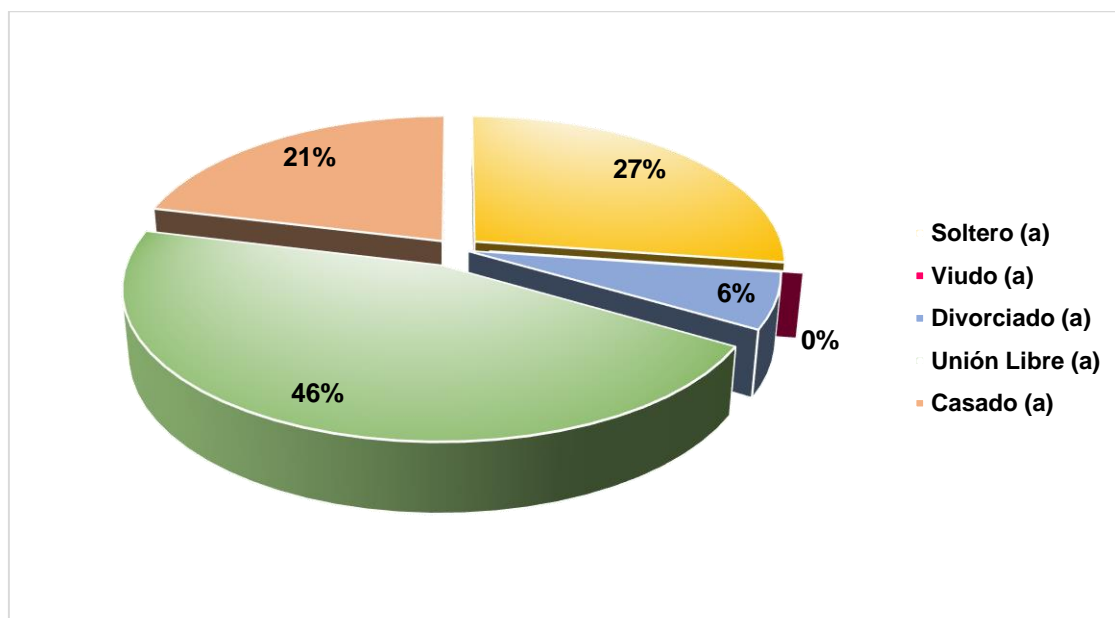
5. Estado civil

Tabla 6. Tabla de Datos Estado Civil

Estado Civil	Cantidad
Soltero (a)	9
Viudo (a)	0
Divorciado (a)	2
Unión Libre (a)	15
Casado (a)	7
Total de Datos	33

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 5. Estado Civil



Fuente: Elaboración propia

Según los datos recolectados se logra identificar que el 46% de los empleados encuestados se encuentran en unión libre con sus parejas, y el 27% de los empleados son solteros.

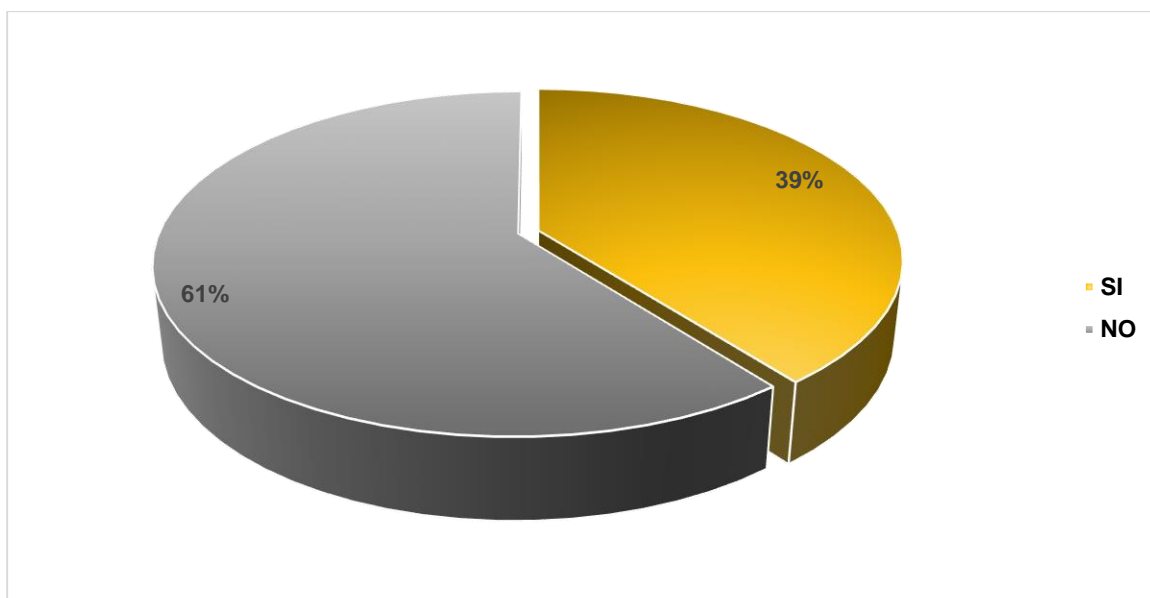
6. Conoce ¿Cuál es la Misión de la compañía?

Tabla 7. Tabla de Datos Conocimiento de la Misión

Misión	Cantidad
SI	13
NO	20
Total de Datos	33

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 6. Misión



Fuente: Elaboración propia.

Al realizar el cuestionario se logró establecer que el 61% de los empleados no conocen cual es la misión de la compañía; lo que indica que no todos los colaboradores de la misma conocen cual es la razón de ser de la compañía y hacia donde se desea dirigir la misma. Lo anterior es muy importante, debido a que ayuda a cada uno de los colaboradores conocer cuál es el rumbo por seguir para lograr los objetivos o tareas programadas por las jefaturas.

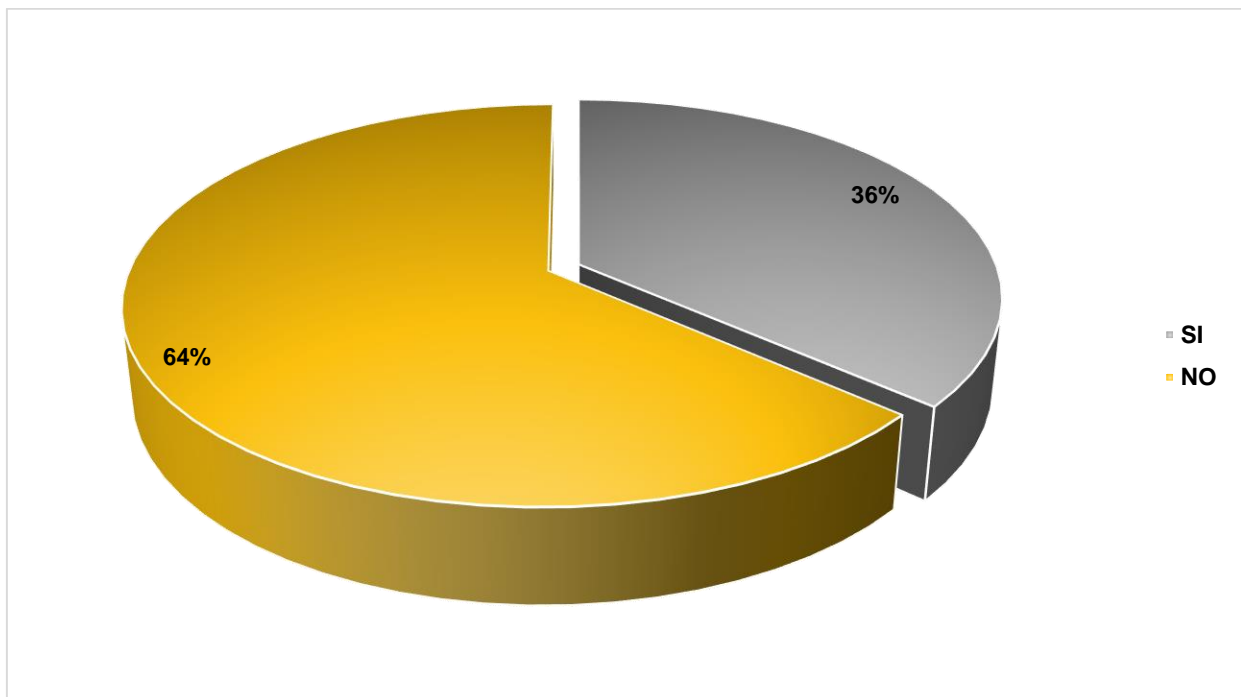
7. Conoce, ¿Cuál es la visión de la compañía?

Tabla 8. Tabla de Datos Conocimiento Visión

Visión	Cantidad
SI	12
NO	21

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 7. Visión



Fuente: Elaboración Propia.

De igual forma, la respuesta a la pregunta anterior, muestra que los empleados no conocen la visión de la compañía, representado por un 64%, y quizás el 36% de los empleados de la empresa que indican que conocen la visión sea un concepto vago de la real, esto perjudica un poco el crecimiento o alineación de las ideas de crecimiento o desarrollo de la compañía.

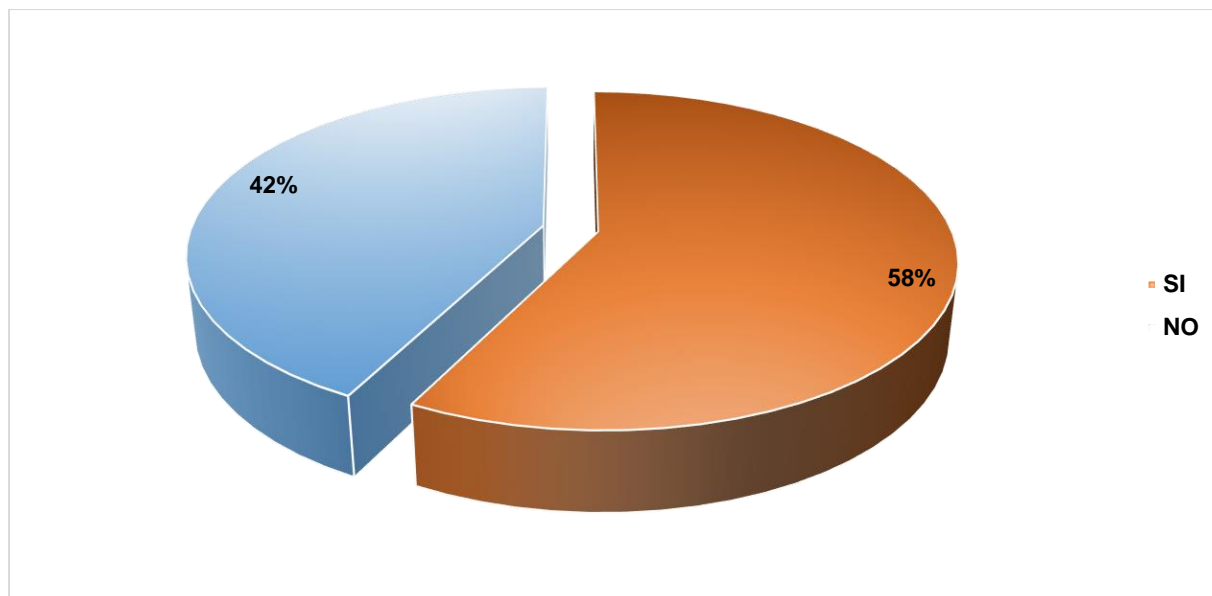
8. Conoce el organigrama o estructuración jerárquica de la compañía.

Tabla 9. Tabla de Datos Estructura Jerárquica

Organigrama	Cantidad
SI	19
NO	14
Total de Datos	33

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 8. Organigrama de la Organización.



Fuente: Elaboración Propia

Según los resultados obtenidos, un 58% de los empleados conocen la estructura organizacional de la compañía. Es un buen porcentaje ya que se trata de una muestra pequeña. El 42% que representa el no conocer la estructura no es tan preocupante, esto debido a que pueden ser aquellos empleados que tienen poco tiempo en la compañía por causa de la rotación del personal.

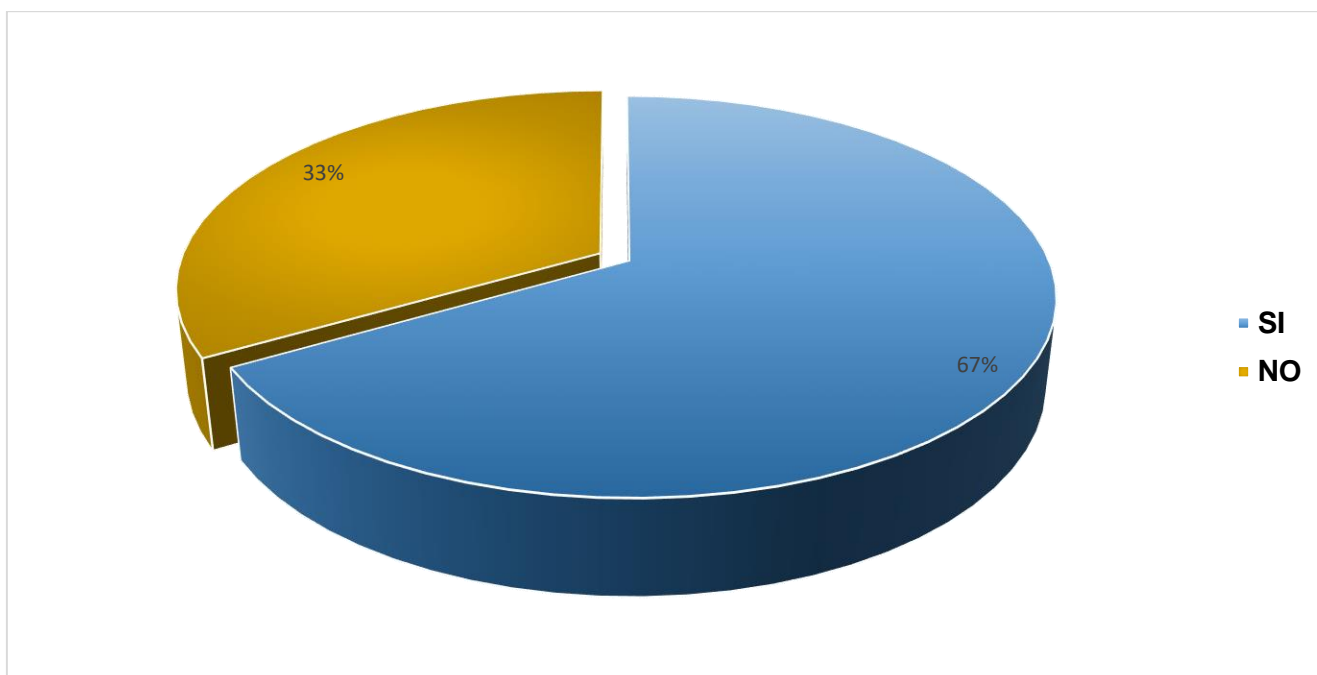
9. Cree que la estructura del organigrama es el correcto, o se debe mejorar algún aspecto.

Tabla 10. Tabla de Datos Estructura del Organigrama.

Estructura Organizacional	Cantidad
SI	16
NO	8

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 9. Estructura Organizacional



Fuente: Elaboración propia

Según los empleados encuestados el 67% de los mismos indicó que la estructura del organigrama o lo que conocen como estructura es adecuada, según

las funciones o indicaciones que reciben de los puestos superiores con el fin de poder realizar las tareas en asignación. Esto permite identificar que cada función o objetivo solicitado por las jefaturas directas se completan en calidad y en los tiempos asignados.

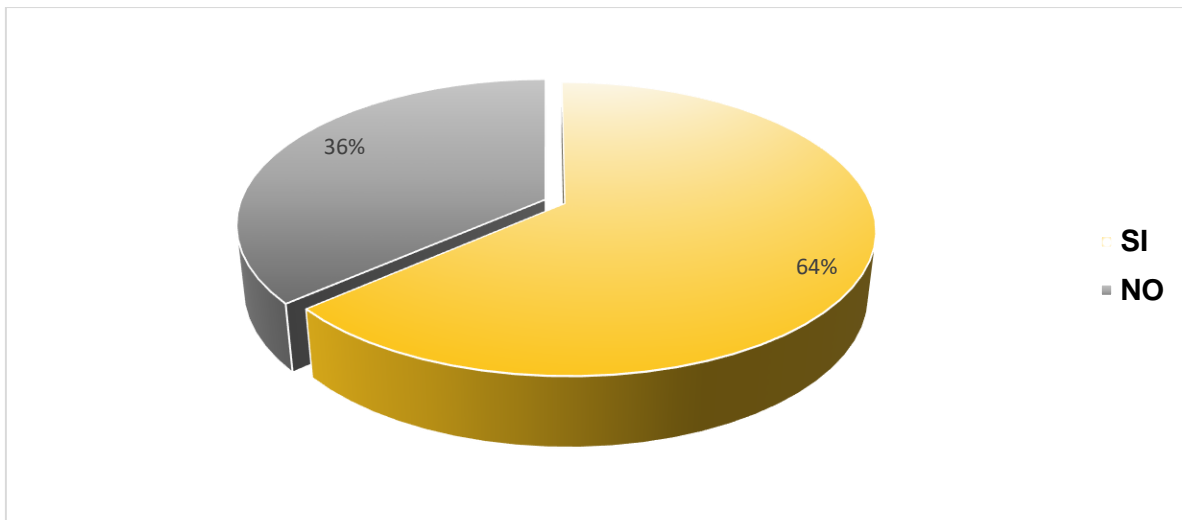
10. Considera que la compañía tiene puntos débiles que le impiden crecer como una empresa establecida en el mercado.

Tabla 11. Tabla de Datos Crecimiento en el Mercado

PUNTOS DEBILES	CANTIDAD
SI	21
NO	12
TOTAL DATOS	33

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 10. Puntos débiles para crecimiento en el mercado.



Fuente: Elaboración propia.

Esta pregunta es muy importante en la presente investigación; debido a que con ella se logra identificar un poco el punto de vista de los empleados respecto al crecimiento de la compañía. El resultado obtenido fue que el 64% de los encuestados considera que la compañía si tiene puntos débiles y un 36% indica que no. Entre los puntos más mencionados que consideran los colaboradores que impiden el crecimiento de la compañía están los siguientes:

- ✚ Falta de Comunicación y coordinación
- ✚ Falta de material en los proyectos
- ✚ Coordinación en el desarrollo de los proyectos
- ✚ Inspecciones según el desarrollo que se lleve en los proyectos.

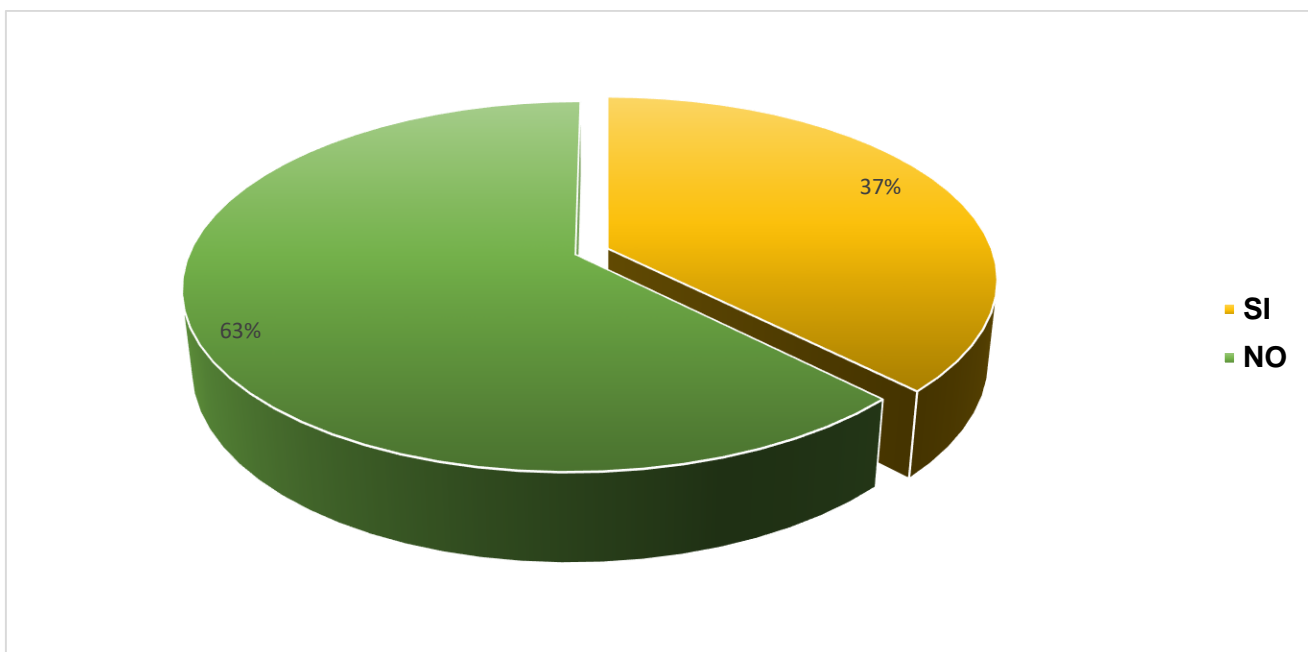
11. ¿El manejo de su inventario es adecuado según las normas de la compañía?

Tabla 12. Tabla de Datos Manejo de Inventarios.

Control de Inventarios	Cantidad
SI	13
NO	20
TOTAL DATOS	33

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 11. Manejo de Inventarios



Fuente: Elaboración propia.

Según el cuestionario realizado, el 63% de los empleados indicaron que el manejo de inventario de la compañía no es el adecuado. Esto es preocupante debido a que por el tipo de compañía y servicio que se ofrece, es muy importante

e indispensable tener un control riguroso del material; ya que al tenerlo en orden, le permitirá a la empresa tener un monto más real de cuál es su ganancia en el momento de iniciar un proyecto y analizar si el presupuesto del mismo es adecuado; y el consumo real que se realiza en el mismo. Entre algunos de los puntos por los cuales los empleados indican que no es el adecuado los más destacados serían los siguientes:

- ✚ Falta de Sistema
- ✚ Levantamiento Real
- ✚ Falta de levantamiento real de Herramienta

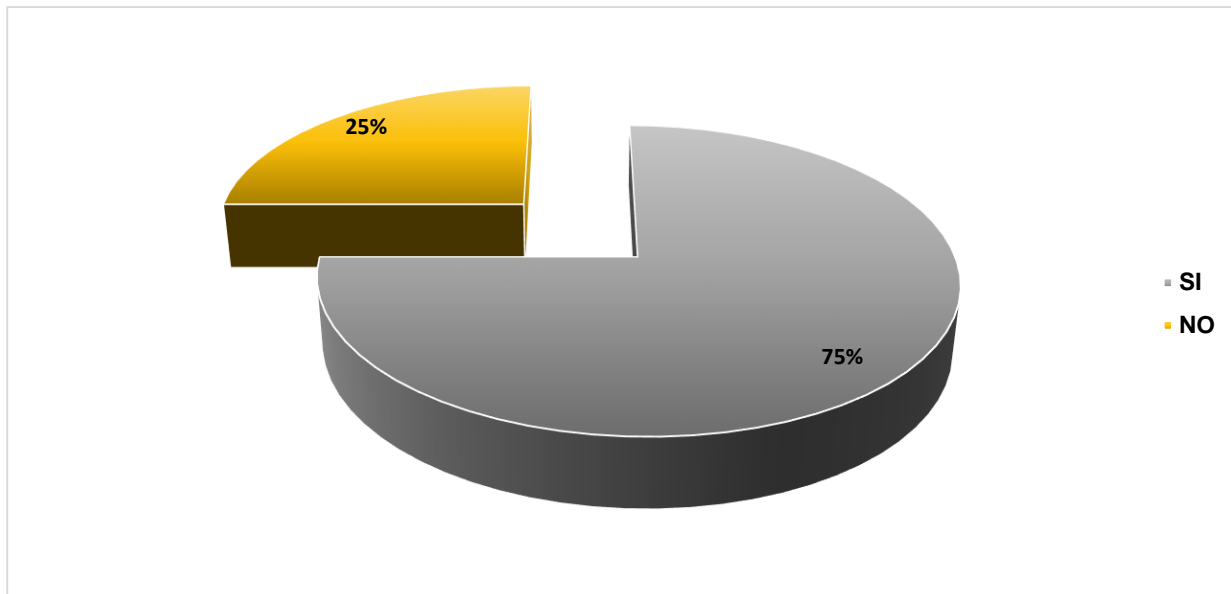
12. Tiene conocimiento total de cuáles son sus funciones.

Tabla 13. Tabla de Datos

FUNCIONES	CANTIDAD
SI	24
NO	9
TOTAL DE DATOS	33

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 12. Funciones



Fuente: Elaboración Propia

Aunque algunos desconocen la estructura original de la compañía, esta pregunta arroja buenos resultados; debido a que el 75% de los empleados conocen cuales son sus funciones generales, con el fin de alcanzar las metas u objetivos que se poseen en su momento.

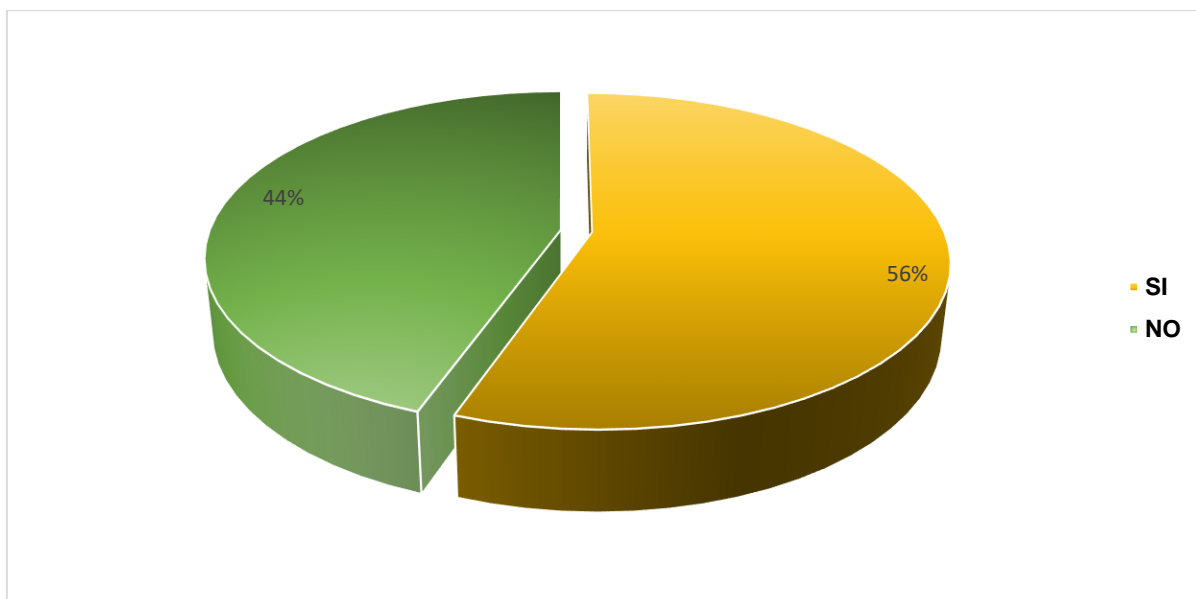
13. ¿Considera que se recibe la retroalimentación necesaria por parte de la jefatura directa?

Tabla 14. Tabla de Datos Retroalimentación

Retroalimentación	Cantidad
SI	15
NO	12
Total de Datos	27

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 13. Retroalimentación de Jefatura.



Fuente: Elaboración propia.

Respecto a esta pregunta, los datos fueron un poco cerrados ya que el 56% de los empleados indican que sí reciben la retroalimentación adecuada de parte de sus jefaturas; pero el 44% de los mismos indican que no.

Esto se debe analizar muy bien, porque si los empleados indican que no reciben retroalimentación, esto puede dar malos resultados en el desarrollo de sus funciones; y de esta forma se puede llegar a tener clientes molestos por el mal servicio o por problemas futuros.

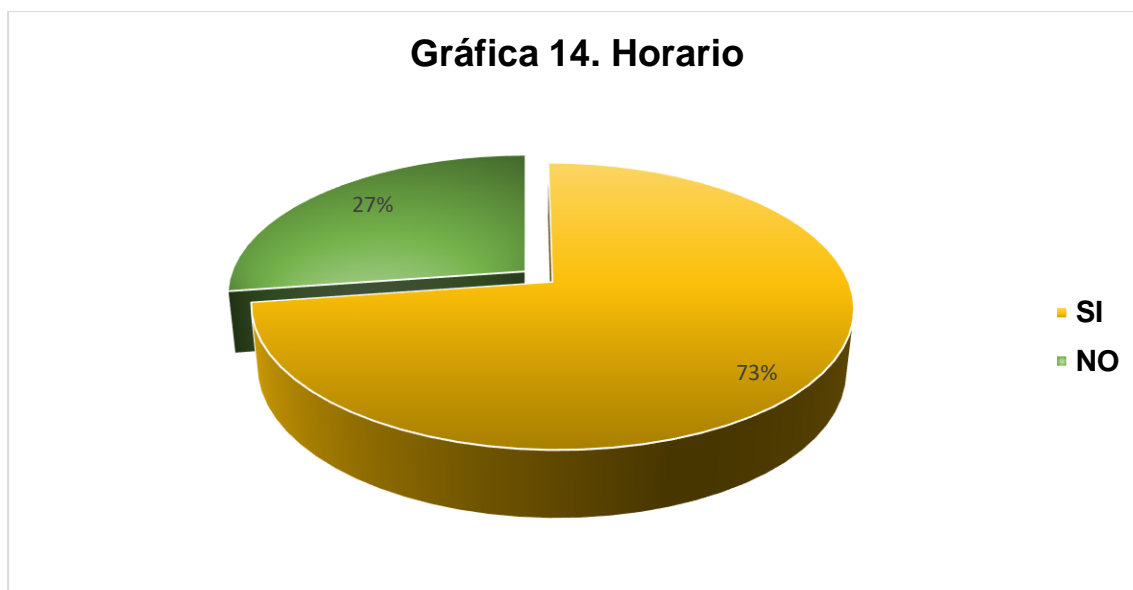
14. ¿Considera que en el horario en el cual labora es el adecuado?

Tabla 15. Tabla de Datos Horario de Trabajo

Horario	Cantidad
SI	24
NO	9
Total de Datos	33

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 14. Horario de Trabajo



Fuente: Elaboración propia.

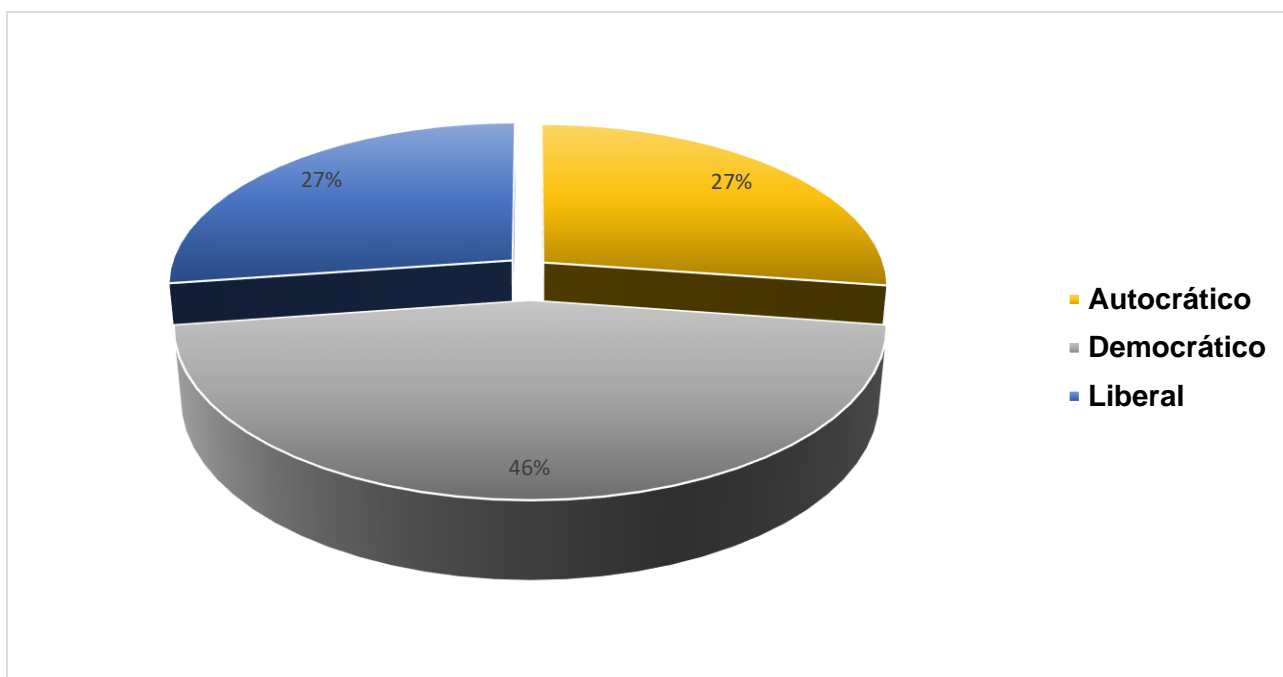
Según los datos arrojados con los cuestionarios realizados el 73% de los empleados indicaron que el horario es el adecuado; según el campo en el cual se desarrolla la compañía, ya que en las construcciones siempre se sigue el mismo horario, con el fin de poder llegar a entregar a tiempo los proyectos. A su vez el 27% de los colaboradores indicaron que no es el adecuado según sus funciones.

15. ¿Cómo considera que es su jefatura directa?

Tabla 16. Tabla de datos Jefatura directa.

Jefatura	Cantidad
Autocrático	9
Democrático	15
Liberal	9
Total de Datos	33

Grafico 15. Jefatura directa



Fuente: Elaboración propia.

Al realizar el cuestionario el 46% de los encuestados indicaron que el tipo de jefatura que tiene directamente es democrático, lo cual es un dato que brinda

información correcta, ya que ella indica que existen subniveles de mandos, si bien es cierto existe una línea de tareas respecto a las autocráticas, así como liberal: ambas arrojaron un 27% respectivamente.

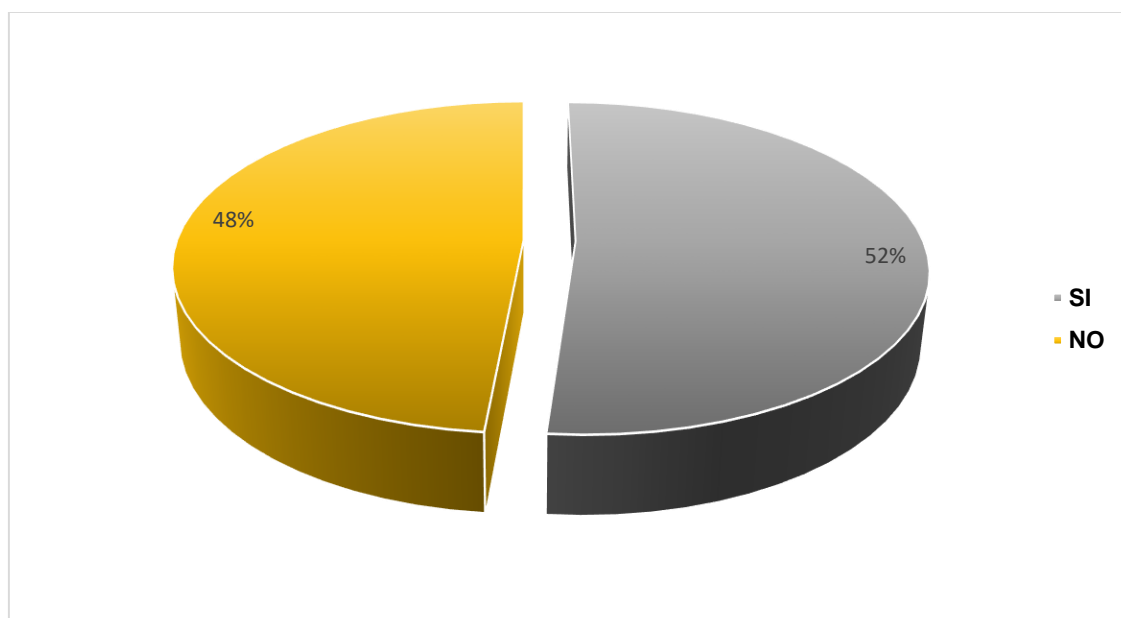
16. La compañía cumple con todas sus obligaciones.

Tabla 17. Tabla con Datos Cumple con las obligaciones

Obligaciones	Cantidad
SI	17
NO	16
Total de Datos	33

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 16. Obligaciones de la Compañía



Fuente: Elaboración propia

Según los datos obtenidos el 84% indicó que la compañía si cumple con las obligaciones que le corresponden como empresa, y el 16% de los colaboradores indicaron que no.

Análisis de cuestionario realizado a los clientes actuales-

En la presenta investigación se logró tener una muestra total de cinco clientes actuales que posee la compañía; a las cuales en los últimos años les ha ofrecido y brindado a su vez su servicio.

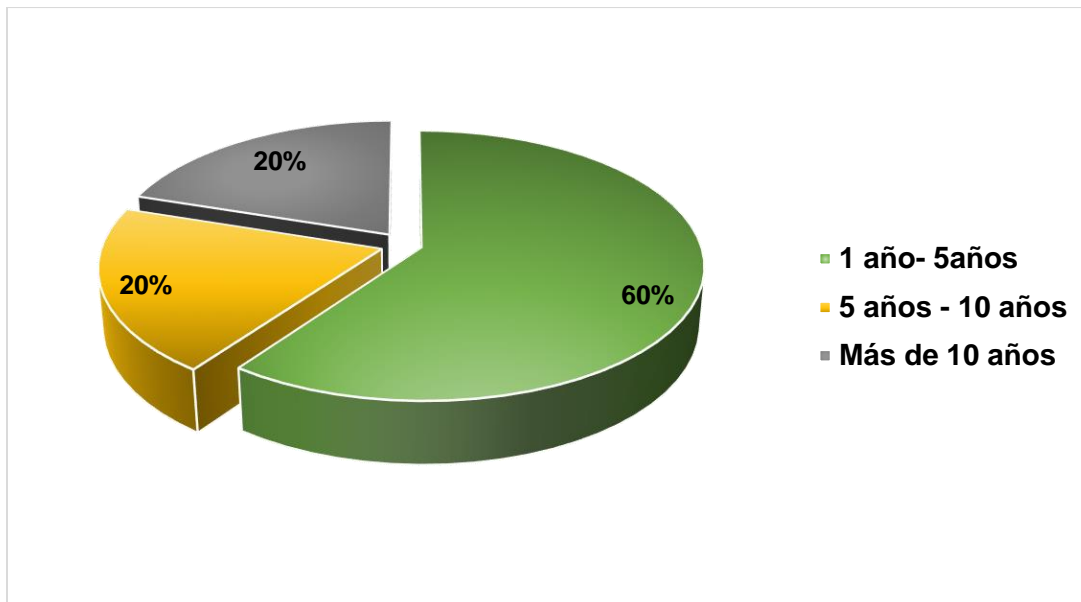
1. Indicar según los rangos cuanto tiempo tiene de ser nuestros clientes

Tabla 18. Tabla de Datos Rango de ser Clientes

Rango Tiempo Clientes	Cantidad
1 año a 5años	3
5 años a 10 años	1
Más de 10 años	1
Total de datos	6

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 17. Antigüedad de ser Clientes



Fuente: Elaboración propia

Según el cuestionario aplicado a los clientes de la compañía, se puede identificar que el 80% de los mismos se clasifican como clientes esporádicos; debido a que el porcentaje anterior representa a los clientes que utilizan los servicios desde hace uno a cinco años. Y respecto a los clientes que tienen entre cinco a diez, o a más de diez años, estos representan un 10% respectivamente cada uno. Lo cual permite identificar que los clientes esporádicos son importantes para la compañía puesto que le permiten abrirse a nuevos caminos y ampliar su cartera de clientes, para que los mismos se vuelvan clientes estables y permanentes para el desarrollo de las actividades.

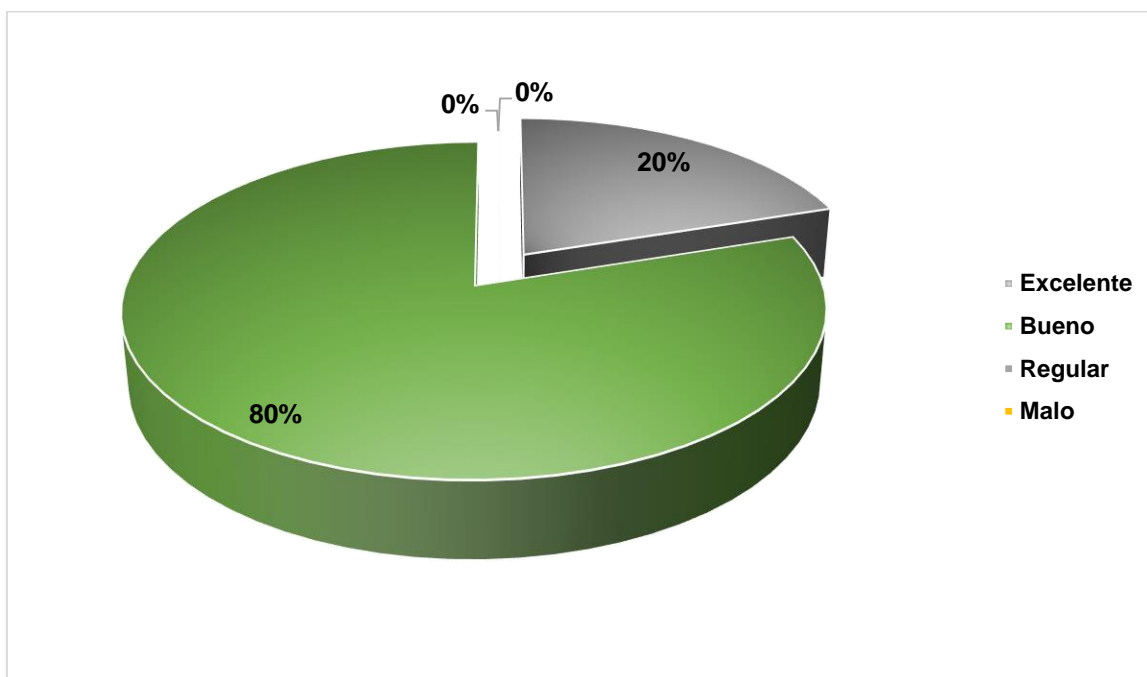
2. Cómo considera que es el tiempo de respuesta de la compañía

Tabla 19. Tabla de Datos Tiempo de Respuesta

Tiempo de Respuesta	Cantidad
Excelente	1
Bueno	4
Regular	0
Malo	0
Total de Datos	5

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 18. Tiempo de Respuesta



Fuentes: Elaboración propia.

Al realizar el cuestionario a los clientes y consultarles sobre el tiempo de respuesta que les brinda la compañía, el 20% indicaron que el tiempo de respuesta es excelente, mientras un 80% de los mismos reflejan que es bueno. Los datos arrojados son buenos, porque si se analizan desde el punto de vista de que la cartera de clientes tá conformado por nuevos o prematuros al tener un porcentaje alto en el tiempo de entrega, que es bueno, permite que el mismo en un transcurso corto se pueda volver excelente con el fin de mantener o ampliar la cartera de clientes.

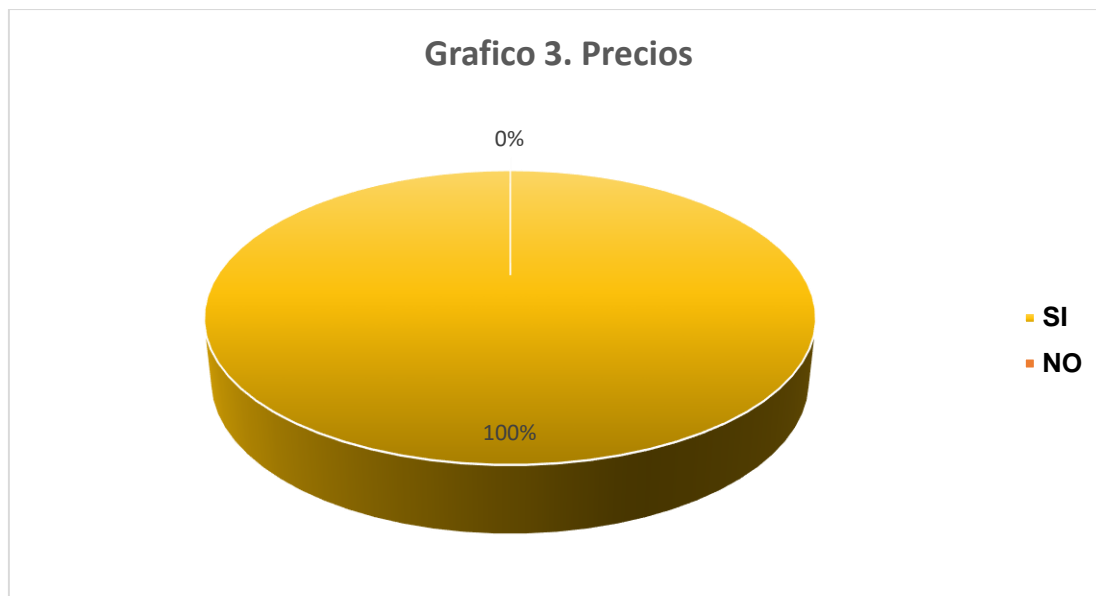
3. Considera que los precios que maneja la compañía son adecuados

Tabla 20. Tabla de Datos Precios

Precios	Cantidad
SI	5
NO	0

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 19. Precios



Fuente: Elaboración propia.

Según la pregunta anterior, los clientes están de acuerdo con los precios que ofrece la compañía para el desarrollo de diversos proyectos, lo cual permite identificar que la empresa posee precios competitivos, que le ayudan a posicionarse y competir con otras compañías grandes en el mercado.

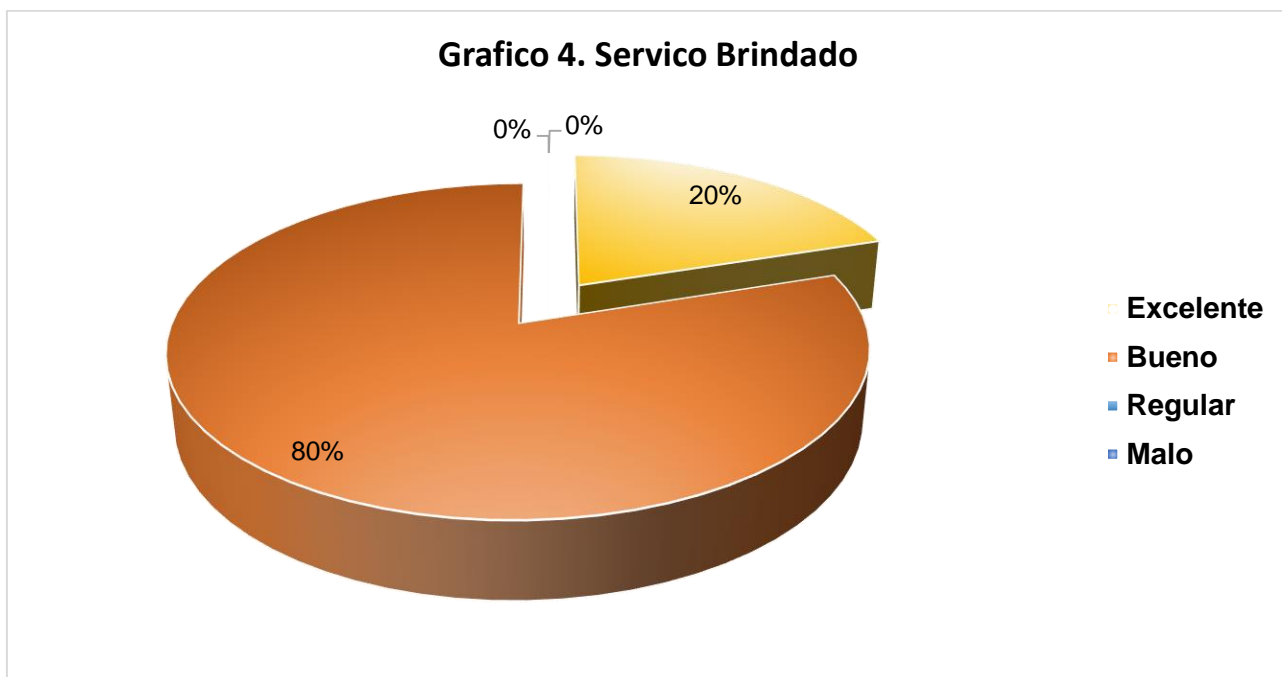
4. Cómo considera los servicios que se le brinda.

Tabla 21. Tabla de Datos Servicio

Servicio Brindado	Cantidad
Excelente	1
Bueno	4
Regular	0
Malo	0

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 20.Servicio Brindado



Fuente: Elaboración propia

Según los porcentajes obtenidos por el cuestionario aplicado a los clientes, el 80% indica que el servicio que les brinda la compañía es bueno y otro 20%, señala que es excelente. Los resultados que arrojó esta pregunta son buenos, debido a que habla en su profundidad de la calidad del servicio que se les brinda a los clientes finales, lo cual ayuda a permanecer en el mercado.

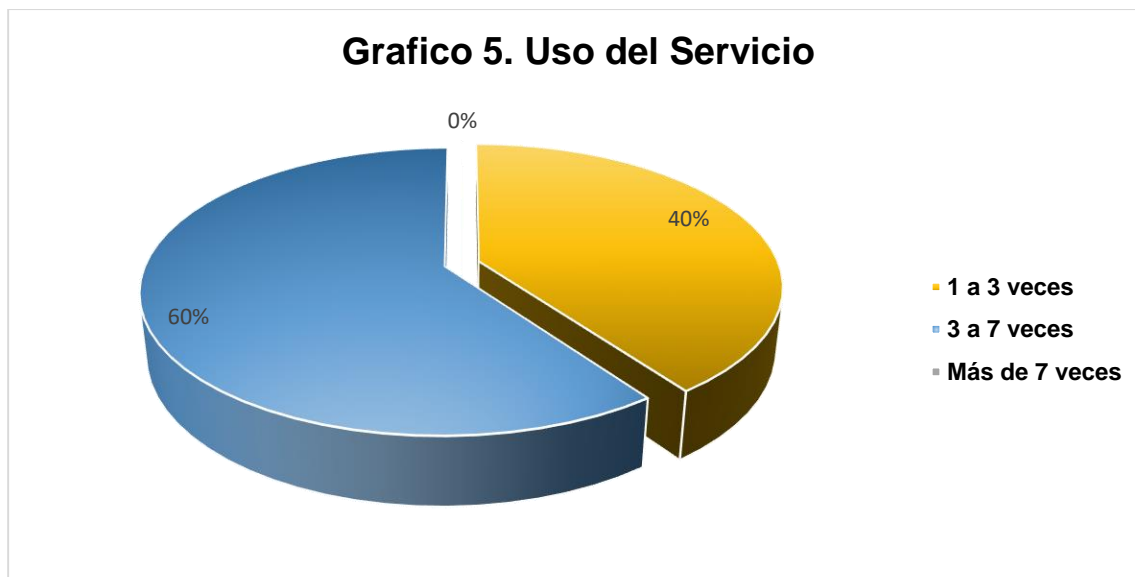
5. Cuántas veces al año utilizan nuestro servicio

Tabla 22 Tabla de Datos Frecuencia de uso del servicio.

Uso Servicio	Cantidad
1 a 3 veces	2
3 a 7 veces	3
Más de 7 veces	0
Total de Datos	5

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 21. Frecuencia de uso del servicio.



Fuente: Elaboración propia.

El 40% de los clientes encuestados indicaron que utilizan el servicio de la empresa de una a tres veces en el año y el 60% de los clientes indicaron que entre tres y siete veces en el año. Estos datos son buenos debido a que permiten identificar el flujo de trabajo o de servicio que se debe llegar a brindar en el año, lo cual ayudará a mantener un flujo de efectivo adecuado para el crecimiento y desarrollo de la compañía.

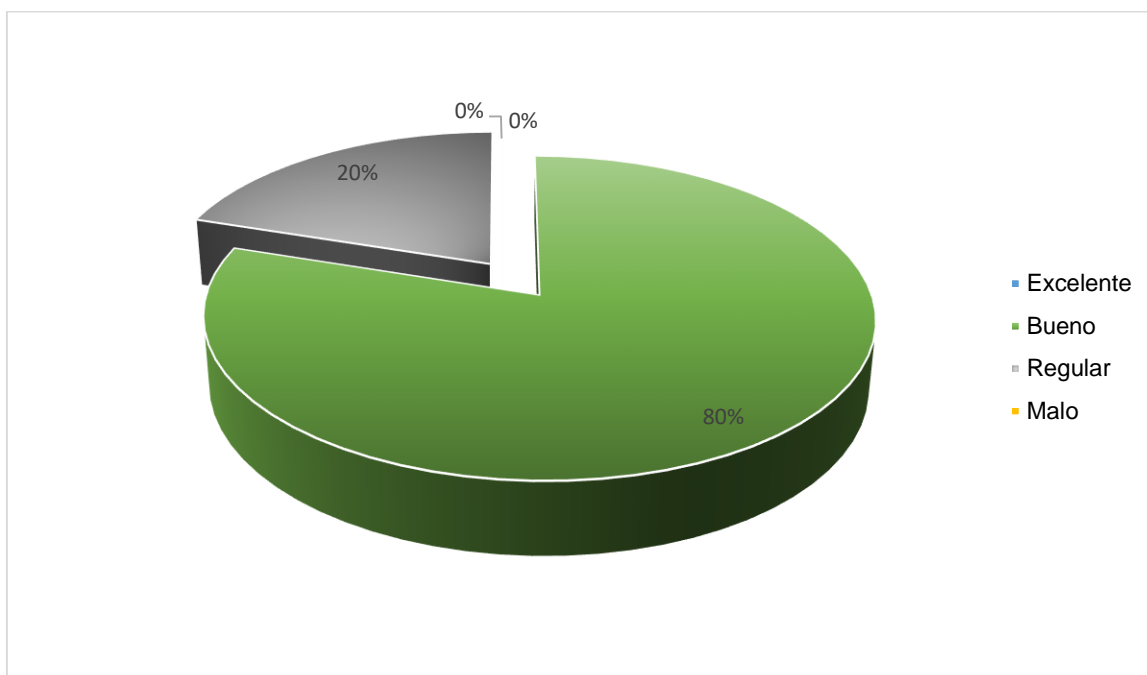
6. Cómo considera que son los tiempos de entrega final de los trabajos.

Tabla 23. Tabla de Datos tiempos de entrega.

Tipos de Entrega	Cantidad
Excelente	0
Bueno	4
Regular	1
Malo	0
Total de Datos	5

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 22. Tiempo de entrega



Fuente: Elaboración propia.

Al consultar sobre los tiempos de entrega final de los proyectos, un 80% indicaron que son buenos y solo un 20% que era excelente. Este punto se debe analizar muy bien; debido a que si la compañía quiere llegar a obtener nuevos clientes, los tiempos de entrega final de los proyectos se deben mejorar y cumplir con lo que se estipula o acuerda en el momento en que se toman los proyectos.

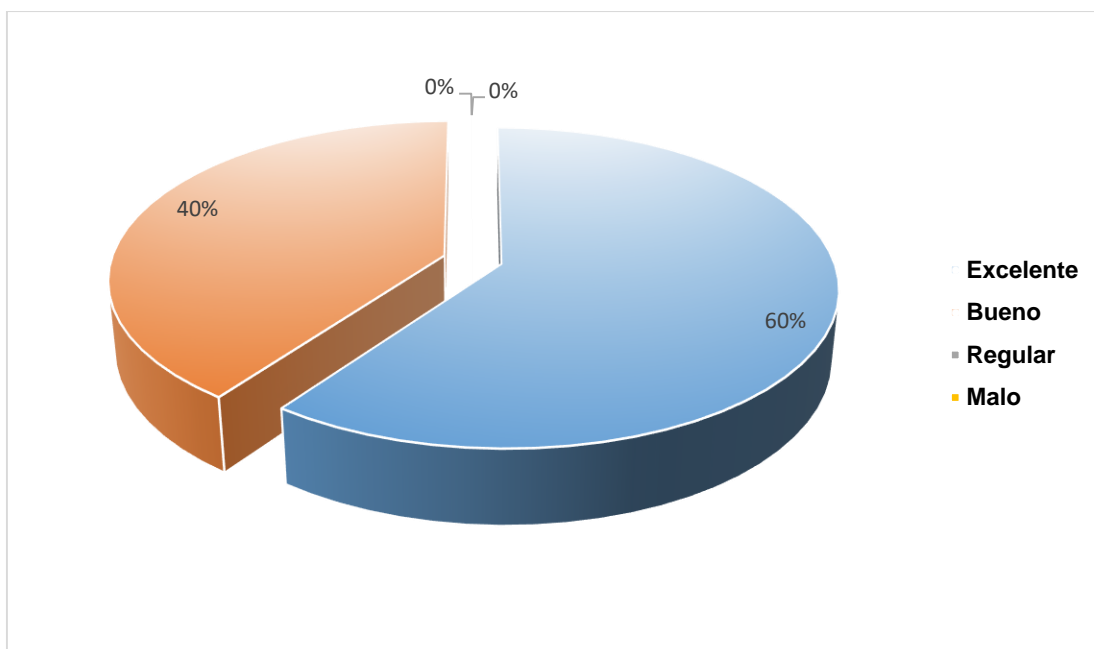
7. **Cómo considera el tiempo de respuesta para solucionar los problemas en los trabajos.**

Tabla 24. Tabla de Datos Tiempo de respuesta de los Problemas.

Tiempo de Respuesta Problema	Cantidad
Excelente	3
Bueno	2
Regular	0
Malo	0
Total de Datos	5

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 23. Tiempo de Respuesta de Problemas



Fuente: Elaboración propia.

Según los datos arrojados por los clientes, un 60% de los mismos indicaron que el tiempo de respuesta sobre problemas en los proyectos es excelente lo que permite identificar que la compañía brinda garantía de su servicio y si en el mismo se encuentra alguna falla, busca la solución; con el fin de que el cliente siempre esté satisfecho con el servicio brindado. Un 40% de los clientes indicaron que es bueno, no se sabe la circunstancia final por la que opinan así; pero esto se podría analizar desde el punto de vista del flujo de trabajo que se posee en el momento, o la mano de obra disponible para resolver el problema.

ENTREVISTA AL EXPERTO.

1. ¿Cómo surgió Comunicaciones del Sol?

En el momento que conformé la compañía, mi idea principal era la independización del negocio de mi familia, para poder tener un negocio propio para poder (sic) tener un ingreso de lo que realmente me gusta como es la electromecánica.

2. ¿Qué servicios presta Comunicaciones del Sol?

Nosotros prestamos el servicio de instalaciones eléctricas tanto en residencias como edificios, e instalaciones de mecánicas en diversos proyectos, se hacen instalaciones de sistemas contra incendios y sistema de seguridad

3. ¿Cuánto tiempo tiene de fundación de la Compañía?

Tiene aproximadamente como 10 años en el mercado con bajos y altos

4. ¿Tiene usted claro cuál es la estructura de una organización?

Si tengo clara la estructura de mi organización.

5. Sigue con regularidad su planeación a largo plazo.

Si soy un poco sincero, en el momento que conforme mi compañía la idea que tenía era llegar a ser una gran compañía y ser muy cotizada. Pero por mala administración propia, el crecimiento de la compañía no ha sido el adecuado

6. ¿Hacia cuál mercado meta está dirigido la compañía?

Por el tipo de servicio que ofrecemos y por lo delicado, está dirigido a personas con un alto ingreso económico, los cuales desean construir sus residencias de lujo.

7. ¿Cuál es la estrategia por seguir para poder obtener proyectos nuevos?

Como idea principal para poder mantener los clientes actuales, al finalizar los proyectos les estamos ofreciendo un servicio de mantenimiento con el fin de poderles dar un poco más de seguimiento a los proyectos y poder responder un poco a nuestra calidad.

En este momento queremos obtener nuevos clientes y no permanecer trabajando por más tiempo con el principal cliente que tenemos, debido a que estamos teniendo problemas de flujo, ya que el mismo nos está atrasando los pagos y nos están creando problemas, y con el fin de obtener nuevos proyectos innovadores. Siempre he querido poder trabajar con los grupos inmobiliarios que desarrollan proyectos de vivienda ya que se encuentran en crecimiento.

8. ¿Qué tipo de estrategia se ha utilizado para el crecimiento de la compañía?

He intentado buscar nuevos clientes, pero por una u otra razón las respuestas de la visitas no han sido las correctas. Aunque por el momento tenemos dos clientes nuevos a los cuales se les está dando seguimiento de cerca.

9. Considera que se debe cambiar algún aspecto de la compañía.

Si, la manera en que se ha venido administrando la compañía, porque considero que no ha sido lo adecuado debido a los diversos fracasos que se han dado.

10. ¿Tiene claro el costo de cada uno de sus proyectos?

Si los tengo claros debido a que soy la última persona que realiza la revisión final de los presupuestos de los mimos.

11. Conoce su estructura financiera

Un poco, pero no la manejo en su totalidad.

12. ¿Posee un departamento de Recursos Humanos?

No posee un departamento de Recursos Humanos, mi asistente administrativa se encarga de diversas funciones y entre esas está el talento humano.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusión.

1. Según la información que se logró obtener, se identificó que la compañía está confirmada por una mayor cantidad de hombres, y según se identifica esto puede verse reflejado por el tipo de trabajo y de servicio que se brinda. Esto debido al ámbito de la construcción ya que el mismo se dirige más a los hombres por el esfuerzo que se debe realizar.

2. Se identifica que la compañía posee un rote de personal amplio, debido que la gran mayoría de los empleados poseen entre uno y tres años de antigüedad en la compañía; lo cual se puede clasificar como muy poco, para el tiempo que tiene la empresa de estar en el mercado.

3. Respecto al conocimiento de la misión y visión de la compañía, se determina que los colaboradores no conocen cuáles son las mismas, es muy importante que los empleados las conozcan, debido a que les indican cuál es el horizonte de la empresa y hacia donde se desee llegar con el fin de obtener buenos resultados.

4. Los colaboradores indicaron que la compañía posee limitaciones para poder crecer. Entre algunas de las que llegaron a mencionar sería, la falta de

comunicación y coordinación; según lo que indicaron esto se debe a que en algunos trabajos, por la premura, no se le dan todos los lineamientos o cambios que se dieron en el desarrollo de los mismos y se invierte más tiempo para terminarlos y entregarlos satisfactoriamente. Falta de material. Al no tener inventario para lograr sus funciones, los empleados se atrasan para presentar los trabajos finales; coordinación en el desarrollo del proyecto y falta de inspecciones al no llevar ligado de la mano. Estos dos puntos no permiten que se dé el desarrollo adecuado de los proyectos de construcción y se llegue a cumplir con sus debidos cronogramas de trabajos.

5. Analizando el manejo del inventario. Los empleados indicaron que no se posee el manejo adecuado, mencionaron puntos importantes como una falta de sistema y levantamiento real. Si se poseyeran ambos puntos en la compañía, serian de mucha importancia, porque si se está realizando un proyecto nuevo y se requiere material, se podría sacar de la bodega física que se posee en la empresa, pero al no tener el levantamiento real se pierde un poco de tiempo buscando los mismos.

6. Respecto a las funciones y retroalimentaciones, son puntos importantes. La gran mayoría de los empleados conocen a cabalidad sus funciones; lo cual es bueno, ya que les permite hacer sus tareas con precisión, y con respecto a la retroalimentación, arrojaron datos muy parejos algunos indicaron tener la adecuada.

7. También se llevó a cabo un análisis de la opinión de los clientes, los cuales reflejaron los siguientes resultados. Se identificó que la compañía tiene clientes maduros, debido a que los clientes encuestados la gran mayoría poseen de uno a cinco años de solicitar los servicios de la empresa; pero si se analiza desde el punto de vista de la antigüedad, no está mal el rango de clientes que se posee.

8. Según la opinión de los clientes, los tiempos de respuesta que ofrece la compañía para brindar el servicio, son buenos, representan un 80 por ciento, lo cual indica que la empresa esta atenta y dispuesta a brindar el mejor servicio y atención a sus clientes con el fin de que permanezcan con el tiempo en la empresa y la hagan crecer día con día.

9. Analizando desde el punto de vista de los clientes los precios y calidad del servicio que se brindan, los mismos indicaron que los precios son los adecuados, según lo que se maneja en el mercado y esto se refleja en cómo consideran que es el servicio el, opinan la gran mayoría que es bueno.

10. Se analiza que los clientes utilizan con frecuencia el servicio que ofrece la compañía, esto ayuda a que la empresa pueda tener un flujo de efectivo de trabajo, y pueda tener a su totalidad de la planilla ocupada desarrollado sus funciones para las cuales fueron contratados. Al tener a los empleados ocupados y dando su mayor producción surge la pregunta de los tiempos de

entrega de los trabajos; indican que son buenos lo que ayuda a ver que la compañía está comprometida con sus trabajos con el fin de que todo sea entregado en el tiempo para que los clientes se encuentre satisfechos con los trabajos realizados.

Conclusión General.

1. Realizando un análisis general de todos los datos recabados, se puede concluir que los empleados conocen muy poca información importante de la compañía como es su razón de ser.
2. Se analiza que por el rote general de los empleados que se da en la compañía, se establece que esta puede ser una de las grandes razones por las cuales los empleados no conocen a cabalidad el fin de la compañía, y llega a generar problemas graves a ella, lo cual llega a dañar la imagen en el mercado de la misma.
3. Se identifica que la compañía se encuentra en declive, o mejor dicho, con problemas económicos, esto debido a las deudas viejas que se están arrastrando en el futuro de la compañía; provocado por la mala administración que se posesía.
4. Se concluye que el gerente de la compañía ha llegado a tener decisiones explosivas o espontáneas, las cuales lo han llevado a la situación actual de la compañía. Esto debido a que no aplica los planes necesarios para que los objetivos o metas se puedan desarrollar en su totalidad; lo que causa la pérdida de tiempo en el desarrollo de las actividades y a su vez, de dinero.

5. Se logra identificar que la compañía posee falta de coordinación desde el punto de vista de entrega de materia prima para el desarrollo de los proyectos o coordinación para realizar trabajos pequeños, lo cual llega a afectar los tiempos de entrega de los proyectos, dando una mala imagen de la empresa a sus clientes.

6. Se observa que posee pocas herramientas para administrar la compañía; si se analiza desde el punto de vista que no posee un sistema contable mediante el cual se puedan llevar los ingresos reales de la compañía, y sus cuentas por cobrar y pagar. A su vez, por la falta de un sistema que permita llevar el control de la materia prima que se posee en la compañía, no se puede contabilizar el total de los gastos que se generan en los proyectos en desarrollo; lo cual evitará tener un total de las ganancias generadas y la rentabilidad que posee los proyectos.

Recomendaciones.

1. Se recomienda actualizar o reestructurar la Misión y Visión de la compañía, la misma se puede llegar a rediseñar con ayuda de los empleados; con el fin de que ellos se sientan más parte de la compañía, y una vez que se encuentren estructuradas las mismas, se recomienda que se tengan visible en la empresa para que tanto los empleados como visitantes las puedan leer y tener presente.
2. Es importante que se le brinde a los empleados la información necesaria que requieren para cumplir sus funciones; a su vez es indispensable que se le indiquen cuáles son sus principales funciones y cuál es la persona encargada de retroalimentarlo en cada una de las actividades. Esto con el fin de que no se generen errores en el desarrollo de los proyectos y se puedan entregar a cabalidad.
3. Es muy importante implementar un sistema contable para que se pueda llevar un módulo directo de bodegas en el que se indique la materia prima que se posee en cada una de las bodegas de los proyectos, lo que permitirá que desde la oficina principal de la compañía se pueda manejar y revisar cuál es el material que hace falta en cada proyecto.
4. Es necesario que en el monto en el que se otorgue un proyecto nuevo, se realice un levantamiento real de cada uno de los materiales que se van a

requerir en el mismo, esto desde las figuras, tuberías, cables, tomacorrientes entre otros, para que los mismos se puedan subir al sistema contable que se debe implementar, así, cuando se estén realizando los envíos de la materia prima se puedan ir descontando del listado original; esto permitirá que no se tengan contratiempos en la entrega de los mismos.

5. Se recomienda realizar varios arreglos de pagos con las instituciones públicas a las cuales se les adeuda dinero actualmente de administraciones anteriores. Y una vez que se realicen estos arreglos de pago se debe realizar una tabla de pagos que le va a ayudar a la compañía a identificar cuál es el flujo de efectivo que se debe mantener mensualmente para cumplir con sus obligaciones.
6. Se necesita realizar un flujo de efectivo proyectado, que le ayudará a identificar la cantidad de efectivo que se requiere mensualmente para cumplir las obligaciones que enfrenta la compañía actualmente. Al realizar este flujo, se debe analizar cuáles son los proyectos por los que debe pelear la compañía para poder cumplir las obligaciones que como empresa posee.
7. Se recomienda que el gerente se dedique un poco más a darle seguimiento a los proyectos que se cotizan diariamente, el mismo debe desligarse un poco de las funciones que realiza con el fin de poder buscar nuevos clientes y lograr brindarles el mejor servicio.

8. Se recomienda elaborar una carpeta en la cual se le pueda mostrar a los clientes, los servicios que ofrece la compañía y a su vez se presenten los avances que se tiene en los proyectos y los acabados finales del tipo de trabajo que se realiza. En dicha carpeta se mostrará el perfil de la empresa con el fin de brindarle el mejor servicio a los clientes.

CAPÍTULO VI. PROPUESTA

6.1. Introducción.

Al analizando los resultados obtenidos de la investigación, se lograron identificar varios puntos de mejora, los cuales ayudarán a la compañía a tener un plan de acción con el fin de mejorar el crecimiento y desarrollo de las funciones. El objetivo principal de este capítulo es elaborar una propuesta con la que se desarrolle un plan estratégico en el cual se analicen los puntos que se recomendaron en el capítulo anterior.

Se analizan los puntos por mejorar en el desarrollo de la estructura de la compañía, involucrando un poco más a los empleados de la organización; los que ayudará a ver los puntos necesarios que deben estar involucrados en los mismos. La planificación para la implementación de los proyectos y la atracción de nuevos clientes irán muy ligados, debido a que la planificación en los proyectos ayudará a mantener clientes.

A continuación, se presentará la propuesta del Plan Estratégico para mejorar la condición actual de la compañía y ayudar a tener un mejor posicionamiento en el mercado de la Electromecánica.

6.2 JUSTIFICACIÓN

El enfoque de la presente investigación es analizar cuál es la causa de la situación actual de la empresa; buscando como mejorará la estructura de la organización, el área financiera y contable de la compañía; ayudar a posicionar la a la empresa en el mercado. De esta manera, brindar apoyo para lograr brindar una guía al gerente de la compañía, con el fin de que pueda llegar a integrar a su totalidad la estructura necesaria, para administrarla correctamente; e incorporar todas las herramientas necesarias para el crecimiento.

De este modo, la elaboración de la propuesta permitirá establecer un equilibrio de beneficio para la compañía y colaboradores; identificando los puntos que se deben mejorar y cambiar, con lo que se complementarán los conocimientos técnicos que poseen los colaboradores, o ideas que los mismos puede brindar para la reestructuración de estos.

6.3 ALCANCES Y LIMITACIONES

6.3.1 ALCANCES

El alcance de esta propuesta es actualizar los planes de acción tanto de la Gerencia General de la compañía como la Gerencia Administrativa de la misma; con el fin de aportar acciones y herramientas para la administración correcta y efectiva de la organización, de esta manera, se brindará a ambas Gerencias, la herramienta necesaria para contribuir con sus funciones y darle crecimiento y fortalecimiento a la misma.

6.3.2 LIMITACIONES

Para la propuesta en desarrollo no se identificaron limitaciones.

6.4 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

6.4.1 OBJETIVO GENERAL

Elaboración de una propuesta el cual ayude a mejorar el funcionamiento de la compañía, desde el punto de vista organizacional y administrativo, brindando las herramientas necesarias para su cumplimiento.

6.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Elaboración de un taller para la reestructuración de la misión y la visión de la organización.**
- ✓ Realizar una ruta de retroalimentación de los colaboradores.**
- ✓ Incorporación de un sistema contable.**
- ✓ Tabla con precios por rubros de los proyectos, guía para presupuestar proyectos.**
- ✓ Realizar flujo de pagos mensuales para cumplir con las obligaciones.**
- ✓ Elaboración de proceso para seguimiento de proyectos.**

6.4 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.4.1 Elaboración de un taller para la reestructuración de la misión y la visión de la organización.

Con este taller se presentará la visión y misión actual que se posee en la compañía, con el fin de que cada miembro de la empresa la pueda analizar. En este taller se tomarán los siguientes puntos de análisis:

- ✚ Se presentara la visión y misión actual de la compañía.
 - **Visión:** Convertirnos en una empresa reconocida en el medio de la construcción y el mantenimiento con un registro de proyectos entregados satisfactoriamente y de manera personalizada y humana.
 - **Misión:** Integrar el conocimiento y la experiencia técnica con el servicio al cliente y el trabajo a la medida para cada proyecto, entregando calidad, eficiencia y una grata experiencia a nuestros clientes.

Se realizarán varias secciones en las cuales se analice cada uno de los rubros, estas secciones no deb ser extensas, con el fin de que no se llegue a atrasar los trabajos que estén realizando cada uno de los colaboradores. Las secciones se podrían realizar por proyecto; y al tener un resultado final, se recomienda contar con todo el foro, con el fin de analizar las recomendaciones que surgieron de cada una de las secciones con los colaboradores.

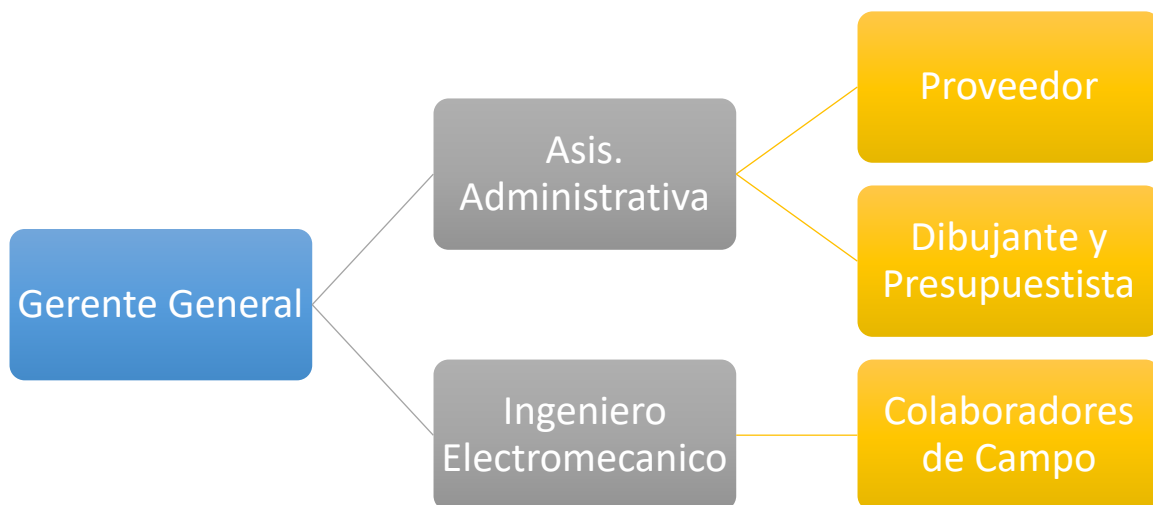
6.4.2 Realizar una ruta de retroalimentación de los colaboradores.

Al hablar de retroalimentación hay que enfocarse directamente en cada una de las funciones que realizan los colaboradores; esto con el fin de que si los mismos tienen dudas de sus labores funciones o trabajos que se están realizando, posean la línea directa para poder aclarar las mismas.

Se deben realizar dos tipos de línea de retroalimentación: una que va directamente al área de oficina y administrativo, y la otra dirigida al personal de campo; es decir encargados, operarios y ayudantes. Dichos procesos de retroalimentación se encuentran ligados entre sí.

6.4.2.1 Retroalimentación oficina.

Ilustración 9. Retroalimentación Oficina



Fuente: Elaboración Propia

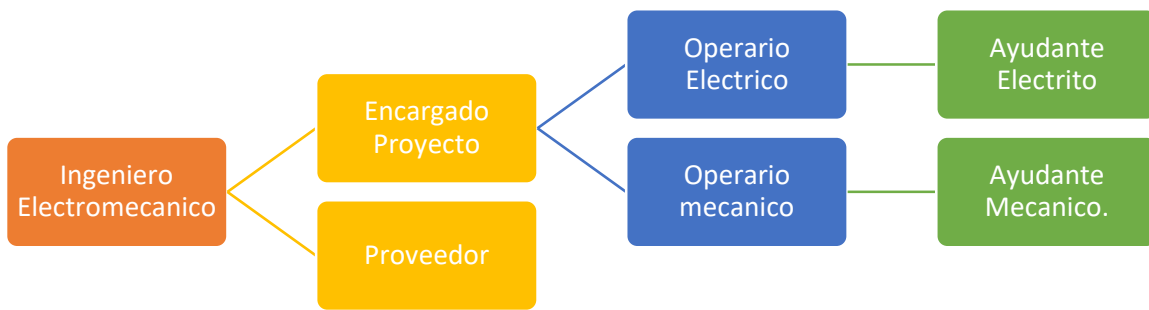
Esta retroalimentación va desde los siguientes puntos: el Gerente General retroalimenta tanto a su asistente como a su ingeniero de la organización, a los cuales les debe informar o mantener reportes constantes de los trabajos que se deben realizar; para tener actualizados los cronogramas que se deben desarrollar más adelante.

La Asistente de Gerencia debe retroalimentar o indicar las funciones que realizarán tanto el proveedor y dibujante- presupuestista. Dicha persona le dará seguimiento a los proyectos que se encuentran en el departamento de dibujo, con el fin de que los mismos se entreguen en el tiempo estipulado, mismos que ya son indicados en el momento que se inicia con la elaboración del presupuesto.

Y referente a la persona encargada de proveeduría, se le dará seguimiento a los materiales pendientes de entrega y revisión de las cotizaciones realizando las comparaciones de precios; con el fin de lograr comprar el material más cómodo para la compañía y de alta calidad. Esto ayudara a reducir los atrasos y falta de coordinación que existe actualmente en la compañía.

6.4.2.2 Retroalimentación Proyectos.

Ilustración 10. Retroalimentación Proyectos



Fuente: Elaboración propia.

En esta retroalimentación, el principal papel lo debe cumplir el ingeniero, debido a que es la persona que retroalimenta directamente al encargado del personal de campo, encargado de proyecto y junto con el proveedor coordina el despacho de materiales que se requieren en el mismo.

El encargado a su vez debe retroalimentar a sus operarios eléctricos y mecánicos, indicar los cambios que hay que realizar, y supervisar las labores de cada uno. Es la persona que evacua las dudas que poseen cada uno de ellos y a su vez debe estar en comunicación directa con los maestros de obra de los mismos, para coordinar trabajos que deben ir de la mano.

6.4.3 Incorporación de Sistema Contable.

El fin de implementar el sistema contable en la compañía, es para lograr tener números más reales de los gastos y ganancias que se obtienen de los proyectos y de esta forma se puedan a generar estados de los mismos en los cuales se pueda tener claro los costos que se llevan actualmente y los montos pendientes por cancelar por los clientes. El sistema contendrá las siguientes cuentas:

- ✓ Cuentas por cobrar
- ✓ Cuentas por pagar
- ✓ Presupuesto.
 - Presupuesto Original
 - Presupuesto Real
 - Costo de Materiales
 - Cronograma de Actividades
 - Seguimientos de trabajos
 - Trabajos pendientes
 - Trabajos Extras.

Uno de los sistemas más conocidos en el mercado sería *Softland*, el cual se divide en varios módulos que le pueden llegar a ser de gran ayuda a la compañía. Se podría utilizar el módulo ERP.

Ilustración 11. Áreas del Sistema ERP



Fuente: *Softland ERP*

Como se muestra en la imagen anterior, se refleja cada una de las herramientas que poseen el programa, las cuales le puede traer muchos beneficios y organización para cada una de las tareas.

6.4.4 Implementación de tabla de precios por rubro de los proyectos, guía para presupuestar proyectos

Al implementar esta tabla de precios, la idea es poder manejar los precios actuales que se utilizan. En esta tabla se proyectaron los descuentos que se pueden llegar a realizar en el momento de la negociación, con lo que varía el tipo de proyecto en el cual se está laborando.

Esta tabla debe ser utilizada como guía; con el fin de que a pesar del proyecto que se esté cotizando, se manejen los precios correctamente. Un ejemplo de la tabla sería la siguiente:

Tabla 25. Canalizaciones y Cableado de Sistema de Iluminación

DESCRIPCIÓN	PRECIO U ¢
Salidas de iluminación	¢47,000
Salidas para apagadores sencillos	¢19,000
Salidas para dimmer	¢29,000
Salida para ventiladores	¢47,000
Salida para controladores de ventiladores	¢47,000
Conexión de luminarias	¢4,900
Conexión de plaquería	¢4,500
SUBTOTAL	¢198,400

Tabla 26. Canalizaciones y Cableado de Sistema de Iluminación con descuento

DESCRIPCIÓN	PRECIO U ¢	DESCUENTO 10%	PRECIO DES.
Salidas de iluminación	¢47,000	¢4,700	¢42,300
Salidas para apagadores sencillos	¢19,000	¢1,900	¢17,100
Salidas para dimmer	¢29,000	¢2,900	¢26,100
Salida para ventiladores	¢47,000	¢4,700	¢42,300
Salida para controladores de ventiladores	¢47,000	¢4,700	¢42,300
Conexión de luminarias	¢4,900	¢490	¢4,410
Conexión de plaquería	¢4,500	¢450	¢4,050
SUBTOTAL	¢198,400	SUBTOTAL	¢178,560

El descuento se empezará a aplicar cuando los proyectos requieren más de 30 salidas, ya sea en residencias de lujo. Esto quiere decir que se aplicará un 10% a partir de la de la salida número 31; y lo que son edificios o comercios se realizará el descuento a partir de la salida número 51, haciendo que los presupuestos sean más congruentes según su especificación.

Tabla 27. canalizaciones y sistema de cableado sistema de tomacorrientes y salidas especiales

DESCRIPCIÓN	PRECIO U ¢
Salidas para tomacorrientes	¢46,000
Salidas para olla arrocera	¢51,000
Salidas para olla arrocera 220V	¢60,000
Salida para olla sopera	¢51,000
Salida para refrigeradora	¢51,000
Salida para urna bebidas	¢51,000
Salida para nevera	¢51,000
Salida para rotulo	¢51,000
Salida para horno	¢51,000
Salida para panel telecom	¢60,000
Salida para TAC	¢60,000
Salida para microondas	¢45,000
Salida para freidor	¢60,000
Salida para quemadores de cocina	¢60,000
Salida para hongo extrraccion	¢60,000
SUBTOTAL	¢808,000

Tabla 28. canalizaciones y sistema de cableado sistema de tomacorrientes y salidas especiales con descuento

DESCRIPCIÓN	PRECIO U ¢	DES. 10%	PRECIO DES.
Salidas para tomacorrientes	¢46,000	¢4,600	¢41,400
Salidas para olla arrocera	¢51,000	¢5,100	¢45,900
Salidas para olla arrocera 220V	¢60,000	¢6,000	¢54,000
Salida para olla sopera	¢51,000	¢5,100	¢45,900
Salida para refrigeradora	¢51,000	¢5,100	¢45,900
Salida para urna bebidas	¢51,000	¢5,100	¢45,900
Salida para nevera	¢51,000	¢5,100	¢45,900
Salida para rotulo	¢51,000	¢5,100	¢45,900
Salida para horno	¢51,000	¢5,100	¢45,900
Salida para panel telecom	¢60,000	¢6,000	¢54,000
Salida para TAC	¢60,000	¢6,000	¢54,000
Salida para microondas	¢45,000	¢4,500	¢40,500
Salida para freidor	¢60,000	¢6,000	¢54,000
Salida para quemadores de cocina	¢60,000	¢6,000	¢54,000
Salida para hongo extrraccion	¢60,000	¢6,000	¢54,000
SUBTOTAL	¢808,000	SUBTOTAL	¢727,200

Respecto a las canalizaciones y sistemas de cableado se realizarán los descuentos de la siguiente manera:

- ✓ A partir de la salida de tomacorrientes 31 se aplicará un 10% de descuento en residencias, en edificios y comercios a partir de la salida 51 se aplicará dicho descuento.
- ✓ Respecto a las salidas especiales para electrodomésticos a partir de la salida 16 se aplicará un 10% de descuento tanto en residencias de lujo como comercios.
- ✓ Por las salidas de rótulos a partir de la salida seis, se realizará un 10% de descuento.

Tabla 29.DETECCION DE INCENDIOS

DESCRIPCIÓN	PRECIO U ¢
Previstas para detector de humo con base audible	¢53,000
Previstas para detector de calor	¢53,000
Prevista para luz estroboscópica con sirena	¢53,000
Previstas para modulo de monitoreo	¢53,000
SUBTOTAL	¢212,000

Tabla 30.DETECCION DE INCENDIOS con descuento

DESCRIPCIÓN	PRECIO U ¢	DES. 10%	PRECIO DES.
Previstas para detector de humo con base audible	¢53,000	¢5,300	¢47,700
Previstas para detector de calor	¢53,000	¢5,300	¢47,700
Prevista para luz estroboscópica con sirena	¢53,000	¢5,300	¢47,700
Previstas para modulo de monitoreo	¢53,000	¢5,300	¢47,700
SUBTOTAL	¢212,000	SUBTOTAL	¢190,800

Con el sistema de incendios hay que tener un poco de cuidado, debido a que es un sistema que requiere mucha atención, el descuento por aplicar. También será

un 10%, estos descuentos se aplicarán solo para edificios y comercios; estos descuentos procederán a partir de la prevista 26.

Tabla 31. Agua potable

DESCRIPCIÓN	PRECIO U ¢
Metros lineales de tubería PVC SCH 40 en 12mm	¢1,292
Metros lineales de tubería PVC SCH 40 en 19mm	¢2,229
Metros lineales de tubería PVC SCH 17 en 25mm	¢2,168
Metros lineales de tubería CPVC en 13mm	¢2,439
Previstas para agua potable en 13mm	¢16,000
Previstas para agua caliente en 13mm	¢19,000
SUB TOTAL	¢100,372

Tabla 32. Agua potable con descuento

DESCRIPCIÓN	PRECIO U ¢	DES. 5%	PRECIO DES.
Metros lineales de tubería PVC SCH 40 en 12mm	¢1,292	¢64.60	¢1,227
Metros lineales de tubería PVC SCH 40 en 19mm	¢2,229	¢111.45	¢2,118
Metros lineales de tubería PVC SCH 17 en 25mm	¢2,168	¢108.40	¢2,060
Metros lineales de tubería CPVC en 13mm	¢2,439	¢121.95	¢2,317
Previstas para agua potable en 13mm	¢16,000	¢800.00	¢15,200
Previstas para agua caliente en 13mm	¢19,000	¢950.00	¢18,050
SUB TOTAL	¢43,128	SUB TOTAL	¢40,972

Respecto a los metros lineales de la tubería de aguas potables de residencias de lujo, edificios y comercios, se realizará un 5% de descuento, el cual se distribuirá de la siguiente manera:

- Respecto a la tubería lineal en 12 y 25 milímetros a partir de los ocho tubos en los comercios se realizará el descuento y respecto a la tubería de residencia se efectuará el descuento a partir del 12 tubos.

- En relación con la tubería lineal en 19 y 13 milímetros a partir de los 10 tubos en comercios y casas de lujo se realizar el descuento antes mencionado.

Tabla 33. aguas negras

DESCRIPCIÓN	PRECIO U ¢
Metros lineales de tubería PVC SDR 26 100mm	¢14,693
Metros lineales de tubería PVC SDR 26 75mm	¢8,831
Metros lineales de tubería PVC SDR 26 50mm	¢4,678
Metros lineales de tubería ventilación PVC SDR 32.5 50mm	¢3,823
Previstas para aguas jabonosas en 50mm	¢17,000
SUB TOTAL	¢49,025

Tabla 34. Aguas negras con descuento

DESCRIPCIÓN	PRECIO U ¢	DES. 5%	PRECIO DES.
Metros lineales de tubería PVC SDR 26 100mm	¢14,693	¢734.65	¢13,958
Metros lineales de tubería PVC SDR 26 75mm	¢8,831	¢441.55	¢8,389
Metros lineales de tubería PVC SDR 26 50mm	¢4,678	¢233.90	¢4,444
Metros lineales de tubería ventilación PVC SDR 32.5 50mm	¢3,823	¢191.15	¢3,632
Previstas para aguas jabonosas en 50mm	¢17,000	¢850.00	¢16,150
SUB TOTAL	¢49,025	SUB TOTAL	¢46,574

En lo relacionado con la tubería lineal que se utilizara para aguas negras tanto de residencias de lujos, edificios y comercios se aplicará un 5%, el cual será efectivo a partir del tubo 11 que se utilice en los diversos proyectos.

Tabla 35. tubería incendios.

DESCRIPCIÓN	PRECIO U ¢
Metros lineales de hierro negro 25mm SCH40	¢2,600
Metros lineales de hierro negro 32mm SCH40	¢3,125
Metros lineales de hierro negro 38mm SCH40	¢3,542
SUB TOTAL	¢9,267

Tabla 36. Tubería incendios con descuento

DESCRIPCIÓN	PRECIO U	¢ ESCUENTO 5	PRECIO DES.
Metros lineales de hierro negro 25mm SCH40	¢2,600	¢130	¢2,470
Metros lineales de hierro negro 32mm SCH40	¢3,125	¢156	¢2,969
Metros lineales de hierro negro 38mm SCH40	¢3,542	¢177	¢3,365
SUB TOTAL	¢9,267	SUB TOTAL	¢8,804

En lo que respecta a la tubería lineal que se utilizará para aguas negras, tanto de residencias de lujos, edificios y comercios se concederá un 5%, el que se aplicará a partir del tubo seis que se utilice en los diversos proyectos.

6.4.5 Confección de Flujo de pagos mensuales para cumplir las obligaciones y elaboración de flujo de efectivo anual.

Mantener un flujo de pagos mensuales, ayudará a que la compañía pueda tener siempre presente el dinero que requiere le ingrese para cumplir con sus obligaciones, y afrontar cada uno de los pagos que se deben realizar para no llegar a pagar intereses o atrasos por la falta de liquidez.

PRESUPUESTO DE GASTOS MENSUALES

Personal	Presupuesto	Real	Diferencia (₡)	Diferencia (%)
Oficina	₡ 2,353,300.00		₡ 2,353,300.00	100.0%
Proyectos	₡ 9,184,594.00		₡ 9,184,594.00	100%
Costos	Presupuesto	Real	Diferencia (₡)	Diferencia (%)
Tributación	₡ 1,750,000.00		₡ 1,750,000.00	100.0%
C.C.S.S	₡ 5,550,000.00		₡ 5,550,000.00	100.0%
INS	₡ 1,300,000.00		₡ 1,300,000.00	100.0%
Telefonía	₡ 36,000.00		₡ 36,000.00	100.0%
Materiales Proyectos	₡ 25,000,000.00		₡25,000,000.00	100.0%
Mantenimiento y reparaciones	₡ 175,000.00		₡ 175,000.00	100.0%
Transporte	₡ 240,000.00		₡ 240,000.00	100.0%
Impuestos sociedad	₡ 204,000.00		₡ 204,000.00	100.0%
Gastos totales	₡ 45,792,894.00	₡ -	₡45,792,894.00	100.0%

Con el presupuesto proyectado, se puede verificar que el flujo de efectivo que tiene que poseer la compañía, es un total de ₡45.792.894, con el fin de poder cumplir todas sus obligaciones como organización.

Algunos pagos que están reflejados en el flujo respectivo mensual, se tienen que realizar trimestralmente; es decir solo cada tres meses deben ser tomados en cuenta en el mismo.

6.4.6 Flujo de trabajo en el cual se realicen reuniones de seguimiento de proyectos.

Este cronograma es muy importante, debido a que al implementarlo, se logra ampliar la cartera de clientes y obtener proyectos diferentes. La función principal de la implementación del programa es que, en el momento que se presupuesten los proyectos y son enviados al cliente, no se queden solo ahí; sino que se les pueda dar un seguimiento más de la mano y dirigido, con el fin de que los clientes vean el interés de crecer y obtener los mismos.

Los pasos que se realizan actualmente para cotizar un proyecto, son los siguiente:

- Se anota el proyecto y se envía a *plotear*.
- Se inicia solicitando las cotizaciones de equipos especiales que se requieren en el mismo.
- Se contabilizan el proyecto esto de la siguiente manera:
 - Salidas eléctricas
 - Salidas mecánicas

- Tuberías tanto eléctricas como mecánicas
 - Sistema Inteligente
 - Luminarias.
- Se levanta el documento formal en el cual se indican los precios por cada rubro.
 - Pasa a revisión de gerente y unificación de datos
 - Envío del presupuesto al cliente.

Una vez que el presupuesto esta enviado al cliente el departamento se desentiende por completo del mismo, por lo cual no se le da el seguimiento. El mismo es muy importante porque esto permitirá identificar como se encuentra el proyecto respecto a los precios según la competencia en el mercado y si el proyecto se llega a adjudicar, por cuál razón es.

Lo que se recomienda implementar es un flujo de procesos que incluya un seguimiento constante de los proyectos presupuestados, verificando el estatus de los mismos.

Ilustración 12. Flujo de Proceso de Proyecto



Fuente: Elaboración Propia

Una vez que se ha llevado a cabo el proceso de flujo de presupuesto, una semana después se recomienda que se pongan en contacto con el cliente que solicito la cotización del proyecto, y se solicite una reunión en la que se le presentará el documento final enviado para el presupuesto de este, y se analizará la situación que se encuentra.

Ilustración 13. Seguimiento de Proyecto enviado



Fuente: Elaboración Propia

Si el cliente indica que el proyecto no les fue adjudicado, se recomienda consultar si conoce la constructora que ganó el mismo, con el fin de poder presentar la cotización del proyecto a la misma y poder obtener nuevos clientes.

BIBLIOGRAFÍA

Anonimo (2017). *Normas APA. Obtenido de Normas APA:*

<http://normasapa.net/com-formular-objetivos-tesis/>

Benjamin, E. Fincowskey, F (2014). *Organización de empresas*. 4ª Ed.

Mexico: McGraw- Hill interamericana.

Benavides, R. (2014). *Administración*. 2ª Ed. Mexico: Mc Graw Hill

Interamericana.

Cano Castillo, A. Cifuentes Salazar, D. (2011). *Diseño e implementación un plan estratégico para la empresa Disempack LTDA*. (Tesis inédita de Licenciatura).

Universidad de la Salle, Bogotá D.C

Emprendepyme (2016). *Control de inventarios*. Obtenido:

<https://www.emprendepyme.net/control-de-inventarios.html>

David, F (2013). *Conceptos de administración estratégica*. 14ª Ed. México.

Person.

Díaz, A. (2013). *Estadística Aplicada a la administración y la economía*.

Mexico: Mc Graw Hill Interamericana.

Fernández, E. (2006). *Planificación- Monografías*. Obtenido:

<http://www.monografias.com/trabajos34/planificacion/planificacion.shtml#ixzz4vFR>

6ADIp

Fisher, L. (2011). *Mercadotecnia*. 4ª Ed. Mexico: Mc Graw- Hill

interamericana.

Gareth, R. (2013). *Teoría Organizacional Diseño y Cambio de las*

Organizaciones. 7ª Ed. Mexico: Person Educación

González, L. (2017). *Guía, Trabajos Finales de Graduación Tesinas y Tesis en Ciencias Sociales*. 3ª ed. San José, Costa Rica

González, L. Evans, R. y Pérez, D. (2017). *Manual: Vancouver, APA. Citas y Referencias Bibliográficas*. 3ª ed. Costa Rica.

Hernández Sampieri, R. Fernández Callado, C. y Buptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. 6ª ed. Mexico: Mc Graw Hill Education.

Hernández, S. (2011). *Introducción a la Administración Teoría General Administrativa: Origen, Evolución y Vanguardia*. 5ª Ed. Mexico: Mc Graw Hill Interamericana.

Jones, G., & George, J. (2014). *Administración Contemporánea*. México: McGraw Hill.

Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración una perspectiva global*. México D.F: McGraw Hill

La enciclopedia de inversiones. (2014). *Rendimiento Económico*. Obtenido: <http://www.inversion-es.com/rendimiento-economico.html>

Luna, A. (2016). *Plan Estratégico de Negocios*. 1ª Ed. México. Grupo Editorial Patria.

Martínez, D. y Gutiérrez, A. (2012). *Introducción al plan estratégico*. 10a Ed. Madrid: ProQuestebrary.

Mayona, J. Baque, S. Maqueiro, J. Fildalgo, F. Martínez, P. (2011). *Administracion de Empresas Un Enfoque Teorico-práctico*. 1er Ed. Madrid: Person.

Mendoza Rodriguez, L. (2014). *Diseño de Plan Estratégico 2013-2017 de la empresa Patricia Ramírez*. Universidad Cartagena, Colombia

Monge Castro, R. (2015). *Propuesta de un plan estratégico para el período 2016-2019 para la empresa Máximo Tecnología S.A.* Instituto Tecnológico de Costa Rica (Bachillerato en Administración de Empresas) Santa Clara, San Carlos.

Munch, L. (2015). *Administración proceso administrativo, clave del éxito empresarial.* México: Pearson.

Peteraf, T. Sttivklsnf, G. (2012). *Administración estratégica.* 18ª Ed. México: Mc Graw Hill.

Pimiento, J (2017). *Metodología de la Investigación.* 3ª Ed. México Pearson.

Quiros Salmerón, G. (2014), *Administración Estratégica para lograr oportunidades de Negocio para la Empresa Corporación Vane San Blas, S.A.* (Licenciatura en Administración con énfasis en Gerencia). Tibás, Costa Rica.

Reyes Poveda, D. Celin Orozco, A (2011). *Formulación de un plan estratégico de la empresa glob@l.net en cali con horizonte de tiempo 2011 al 2015 para el logro de mejoras en sus procesos competitivos.* (Administración de Empresa). Universidad Santiago de Cali, Santiago Cali.

Robbins, S., & Coulter, M. (2014). *Administración.* México: PEARSON.

Saldaña, N. (2013). *Mejoras prácticas para mejorar la eficiencia de la producción y el trabajo.* Obtenido en: <https://www.gestiopolis.com/mejores-practicas-para-mejorar-la-eficiencia-de-la-produccion-y-el-trabajo/>.

Rodriguez, J. Rodriguez, E. Pierdant, A (2014). *Matemáticas Financieras.* 1er Ed. Mexico: Grupo Editorial Patria

Sapag Chain, Nassir (2011). *Proyectos de inversión. Formulación y evaluación Segunda Edición.* Chile: Pearson Educación. p. 17.

Silvia, A (2016) *Control de inventarios*. Obtenido:

<http://www.monografias.com/trabajos60/control-inventarios/control-inventarios2.shtml>

Shuttleworth, M. (2008). *Variables de investigación*. Obtenido:

<https://explorable.com/es/variables-de-investigacion>.

Maldonado, L. Paipilla, A. Torres, H. y Urquijo, M. *Gestión del Talento*

Humano. Obtenido:

https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/122320_1_VIRTUAL/Objetos_de_Aprendizaje/Descargables/Descargable%20Actividad%20de%20Aprendizaje%202.pdf

GLOSARIO

Electromecánica: Empresa constructora dedicada a la elaboración o brindar servicios de electricidad y fontanería.

Autocrático: El jefe impone las normas y sus criterios, sin consultar con sus subordinados.

Adjudicación: se usa para declarar que algo corresponde a tal persona. Mientras tanto, en el ámbito del derecho, la adjudicación resulta ser un acto judicial común a partir del cual se atribuye un bien mueble o inmueble a una persona o empresa, tras la celebración de una subasta, de una licitación o bien de un reparto hereditario.

ANEXOS

ESTRUCTURA DEL TRABAJO SEMINARIO DE GRADUACIÓN

Cuadro 2. Estructura del Trabajo Seminario de Graduación

TS 102

<p>TÍTULO:</p> <p>Plan estratégico para la constructora Electromecanica comunicaciones del sol, Santa Ana, III Cuatrimestre 2017</p> <p>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</p> <p>¿Cómo implementar u plan estratégico para la Compañía Comunicaciones del Son entre septiembre 2017 a abril 2018?</p> <p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Desarrollar un plan estratégico dirigido a la constructora Comunicaciones del Sol, en el periodo de septiembre 2017 al mes de abril 2018.</p>	<p>OBJETIVOS ESPECIFICOS:</p> <p>Analizar y estructurar la Misión y Visión que posee actualmente la Compañía.</p> <p>Diseñar u plan operativo, financiero y de mercadeo que valla de la mano con los objetivos de la organizacionales.</p> <p>HIPÓTESIS</p> <p>✓ A una mejor formulación y planificación de plan estratégico, mayor será el crecimiento de la compañía de negocio, mejora el ingreso económico de la empresa.</p> <p>✓</p>	<p>CONCLUSIONES.</p> <p>A) Es importante tener presente el beneficio que puede llegar a tener la implementación del plan dentro de la compañía.</p> <p>B) Es necesario analizar los puntos críticos de la compañía.</p> <p>C) Se requiere un apoyo directo de todas las partes.</p>
<p>FACTOR A: Planificar y Formular.</p>	<p>FACTOR B: Un Plan Estratégico.</p>	<p>FACTOR C:</p>

CUESTIONARIO.

En el presente cuestionario tiene como objetivo la recolección de información de los miembros de la compañía, con el fin de conocer más a fondo las necesidades que posee la compañía. El estudio se realizará para la confección de la Tesis para el Grado de Licenciatura de la Universidad Hispanoamericana en la carrera de Administración de Empresas con énfasis en Gerencia

Instrucciones: el cuestionario consta de 15 preguntas, responda el cuestionario marcando con una " X" la opción (es) que considere correcta, y de la manera más leal, escriba con letra legible, Se agradece su colaboración en este estudio.

F_____

M_____

2. ¿En qué Rango de Edades se encuentra?
 - a) 18 años a 28 años.
 - b) 29 años a 39 años
 - c) 40 años a 50 años.
 - d) 50 años a más.
 3. ¿En qué Rango de antigüedad tiene de laborar en la compañía?
 - a. 1 año a 3 años
 - b. 3 año a 7 años
 - c. Más de 7 años
 4. ¿Puesto que ocupa actualmente en la compañía?
-
5. Estado Civil
 - a) Soltero (a)
 - b) Viudo (a)
 - c) Divorciado (a)
 - d) Unión Libre (a)
 - e) Casado (a)
 6. Conoce, ¿cuál es la Misión de la compañía?
 - a) SI
 - b) NO
 7. Conoce, ¿cuál es la Visión de la compañía?
 - a) SI
 - b) NO
 8. Conoce el organigrama o estructuración Jerárquico de la compañía
 - a) SI
 - b) NO

Si su respuesta fue no por favor pasar a la pregunta.10

9. Cree que la estructura del organigrama es el correcto, se debe mejorar algún aspecto

- a) SI
- b) NO

10. Considera que la compañía tiene puntos débiles que le impiden crecer como una empresa establecida en el mercado.

- a) SI
- b) NO

Cuales _____

11. ¿El manejo de su inventario es adecuado según las normas de la compañía?

- a. SI
- b. NO

Porque _____

12. ¿Tiene conocimiento total de cuáles son sus Funciones?

- a. SI
- b. NO

13. ¿Considera que se recibe la retroalimentación necesaria por parte de la jefatura directa?

- a. SI
- b. NO

14. ¿Considera que en el horario en el cual labora es el adecuado?

- a. SI
- b. NO

Porque _____

15. ¿Cómo considera que es su jefatura directa?

- a. Autocrático
- b. Democrático
- c. Liberal

16. La Compañía cumple con todas sus obligaciones.

- a. SI
- b. NO

CUESTIONARIO.

En el presente cuestionario tiene como objetivo la recolección de información de los miembros de la compañía, con el fin de conocer más a fondo las necesidades que posee la compañía. El estudio se realizará para la confección de la Tesis para el Grado de Licenciatura de la Universidad Hispanoamericana en la carrera de Administración de Empresas con énfasis en Gerencia

Instrucciones: el cuestionario consta de 7 preguntas, responda el cuestionario marcando con una " X " la opción (es) que considere correcta, y de la manera más leal, escriba con letra legible, Se agradece su colaboración en este estudio.

1. ¿Indicar según los rangos cuanto tiempo tienen de ser nuestro cliente?
 - e) 1 años a 5 años
 - f) 5 años a 10 años
 - g) Más de 10 años
2. ¿Cómo considera que es el tiempo de Respuesta de la compañía?
 - a) Excelente
 - b) Bueno
 - c) Regular
 - d) Malo.
3. ¿Considera que los precios que maneja la compañía es adecuada?
 - a) SI
 - b) NO

4. ¿Cómo considera el servicio que se le brinda?
 - a) Excelente
 - b) Bueno
 - c) Regular
 - d) Malo.

5. ¿Cuántas veces al año utilizan nuestro servicio?
 - a) 1 a 3 veces
 - b) 3 a 7 veces
 - c) Más de 7 veces.

6. ¿Cómo considera que son los tiempos de entrega final de los trabajos
 - a) Excelente
 - b) Bueno
 - c) Regular
 - d) Malo

7. ¿Cómo considera el tiempo de respuesta para solucionar los problemas en los trabajos?
 - a) Excelente
 - b) Bueno
 - c) Regular
 - d) Malo

ENTREVISTA AL EXPERTO.**NOMBRE:** _____**PUESTO:** _____**FECHA:** _____

13. ¿Cómo surgió Comunicaciones del Sol?
14. ¿Qué servicios presta Comunicaciones del Sol?
15. ¿Cuánto tiempo tiene de fundación de la Compañía?
16. ¿Tiene usted claro cuál es la estructura de una organización?
17. Sigue con regularidad su planeación a largo plazo.
18. ¿Hacia cual mercado meta está dirigido la compañía?
19. ¿Cuál es la estrategia a seguir para poder obtener proyectos nuevos?
20. ¿Qué tipo de estrategia se ha utilizado para el crecimiento de la compañía?
21. Considera que se debe de cambiar que se debe cambiar algún aspecto de la compañía.
22. ¿Tiene claro el costo de cada uno de sus proyectos?
23. Conoce su estructura financiera
24. ¿Posee un departamento de Recursos Humanos?