

**UNIVERSIDAD  
HISPANOAMERICANA**

**ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

***Tesina para optar por el grado de  
bachillerato***

***Tema***

***Propuesta de rediseño de los procesos  
administrativos y estratégicos de  
crecimiento en la Ferretería Santa Rosa,  
Puntarenas Costa Rica al año 2024.***

***Estudiante***

***Kristel Ivonne Corrales Castillo***

***Año***

***2024***

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido

**RESUMEN**5

**CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN**6

**1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**7

**1.1.1 Antecedentes internacionales y nacionales**7

**Capacitación, transferencia, selección o falta de ella;**8

**1.1.2 Delimitación del problema**14

**Delimitación temporal:**14

**Delimitación geográfica:** 14

**1.1.3 Justificación**14

**1.2 OBJETIVOS**15

**1.2.1 Objetivo general**15

**1.2.2 Objetivos específicos**15

**CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA**16

**2.1 MARCO TEORICO**17

**2.2 MARCO CONCEPTUAL**17

**CAPÍTULO III: MARCO METODOLOGICO**40

**CAPÍTULO IV: ANALISIS DE RESULTADOS**46

**CAPITULO V**62

**DISCUSION**62

**CAPITULO VI**67

**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**67

**CAPITULO VII**70

**BIBLIOGRAFIA**70

## **AGRADECIMIENTOS**

Al finalizar una maravillosa etapa de mi vida quiero extender un profundo agradecimiento, a quienes hicieron posible este sueño, aquellos que me acompañaron en este camino y fueron de inspiración y fortaleza.

Esta mención especialmente para mi Dios y toda mi familia. Muchas gracias a todos los que me enseñaron que el querer es poder y que las oportunidades no ocurren si no que uno las crea.

Gracias a todos.

## DEDICATORIA

Mi tesina la dedico con todo mi amor y cariño a mi querida madre, por su sacrificio y esfuerzo, por permitirme escoger una carrera universitaria para el bien de nuestro futuro; aunque no siempre han sido buenos momentos ella siempre ha estado ahí.

A mi padre agradezco por hacer de su hija una mujer fuerte y responsable.

A mis compañeros y amigos presentes y pasados, quienes de alguna u otra manera me apoyaron a llegar a la meta.

Y también a todas esas personas que estuvieron a mi lado apoyándome y logrando que este sueño se haga realidad.

## **RESUMEN**

La implementación de una planificación estratégica es muy importante, ya que los productos externos a adquirir deben atender a un mercado cada vez más competitivo, así como a la urgente necesidad de mejorar el desarrollo de las actividades de la empresa para alcanzar el éxito. La empresa que examinamos es "Ferretería Santa Rosa", la cual es la principal responsable de la gestión del área donde utilizaremos el plan del proyecto.

## **CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN**

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Los recursos humanos de Ferretería Santa Rosa son limitados y el propietario hace la mayor parte del trabajo. No existe un plan y proceso establecido en la gestión de personas y dinero, que no permita la expansión del negocio y la apertura de nuevos productos. El mercado está rodeado de muchos competidores más pequeños que conforman el mercado, lo que impide que las ventas mejoren.

Esta situación ha afectado negativamente a las ventas y, de continuar, provocará el cierre del negocio en cuestión de medio plazo.

### **1.1.1 Antecedentes internacionales y nacionales**

Para que se pueda realizar la investigación se deben realizar otras investigaciones sobre el tema y estas deben usarse como referencias. García (2024), "Gestión de Competencias Laborales en la Gestión de Recursos Humanos de la Empresa Minera de Guatemala Entre Mares de Guatemala SA". En su obra habló del propósito general de determinar la eficacia de la gestión de personas a través de la capacidad para el trabajo.

De acuerdo con los beneficios que debe reclamar la empresa Entre Mares de Guatemala, S.â, la empresa minera puede determinar que crea o utiliza el plan de personas para seguir las instrucciones del gerente para tener éxito.

Se determinan los objetivos. Estableciendo requisitos, tomando decisiones sobre las previsiones y necesidades de los socios y completando el trabajo de gestión, se recomienda que la empresa fortalezca el proceso de planificación e identifique productos para determinar la estructura de personal actual y aquellos que deben mantenerse dentro de su alcance. carácter basado en el desempeño de los recursos humanos de la empresa.

### **Capacitación, transferencia, selección o falta de ella;**

Los términos más adecuados para llenar el vacío. El estudio de Quevedo (2021) se denomina "Gestión de Recursos Humanos en Empresas Corredoras de Seguros", cuyo propósito general es diagnosticar los recursos humanos en las empresas corredoras de seguros. Se decidió aplicar el diagnóstico al proceso de control humano identificando deficiencias en los métodos y equipos que utiliza actualmente la unidad.

Por lo tanto, las siguientes recomendaciones: Una breve introducción a la planificación de recursos humanos y la integración de dos compañías de seguros es establecer, desarrollar y mejorar el sistema de gestión de personal existente; La principal misión de la empresa es brindar herramientas escritas y actualizadas como base de una buena gestión de personas para lograr los objetivos de la organización, porque permite que las personas tengan una mayor colaboración que afectará su trabajo, brindando buenos empleos.

La oferta no traerá ningún costo adicional a la empresa, porque el libro quedará en manos de la empresa y podrá ser utilizado cuando sea necesario, el costo asociado al libro solo beneficiará a los empleados que producen artículos y objetos de valor. Estos libros serán responsabilidad del Director de Servicios Humanos, quien será responsable de actualizarlos según sea necesario mediante una revisión anual.

Como lo señala Alay (2020), en su estudio "Gestión de Recursos Humanos de las Cooperativas de Ahorro y Crédito de la Capital de la Provincia de Huehuetenango", estableció como objetivo general determinar el papel del recurso humano en el ahorro y crédito. La misión de investigación muestra que todavía existen algunas deficiencias en algunas actividades en las prácticas de gestión de personas de ahorros y préstamos, pero estos pueden ser problemas que deben resolverse para resolver los problemas actuales.

En la cooperación gerencial, la gerencia debería adoptar un nuevo modelo a través de la educación. e integración las habilidades, motivaciones y comportamientos colaborativos de los empleados están vinculados a estrategias de colaboración para el cambio laboral que apoyan y permiten que los recursos humanos aprovechen los recursos disponibles.

Según Hernández (2019), en el artículo “Búsqueda y selección de empleados en un hotel de cuatro estrellas en la capital de la provincia de Huehuetenango”, el objetivo general es determinar cómo utilizar el proceso de reclutamiento y seleccionar empleados de cuatro estrellas. Durante la evaluación del estándar del proceso de reclutamiento y selección en el hotel 3 estrellas ubicado en Huehuetenango Star Hotels de la provincia de Nango, se concluyó que este se hizo de manera empírica y no todos fueron necesarios.

Se tomaron medidas para redondear y completar el personal, se reconoció que dado que la mayoría de las personas en puestos directivos (gerentes y coordinadores) no tenían un alto nivel de estudios universitarios en el país de origen, los propietarios de hoteles deberían crear una oficina para garantizarlo. reclutamiento. Los cursos que completan el perfil de directivo de empresa o los empleados que realizan las tareas anteriores reciben una formación integral para garantizar que el proceso de reclutamiento y selección sea exitoso y completo.

### **Procesos administrativos**

Organización: El amplio y variado stock de este tipo de negocio demanda una exagerada organización, por ello debemos llevar control de nuestras compras y ventas. Asimismo, el control sobre el inventario nos ayudará a anticiparnos a la escasez de algunos productos. Atención al cliente: Nuestros clientes no nos comprarán una vez, sino varias, y si nosotros queremos mejorar la FRECUENCIA DE COMPRA, la experiencia del cliente debe ser de mucha relevancia. Por ello, debemos tener lineamientos de atención y manejo de conflictos. Comercial (Ventas): Debemos estar capacitados para cerrar la mayor

cantidad de ventas, pero también orientar nuestra atención hacia la relación a largo plazo y no sólo a una venta concreta. Por ejemplo, mantener la estabilidad de precios y descuentos de forma justa; estos (precios) no pueden cambiarse ante atractivos negocios (corto plazo), que podrían afectar nuestras relaciones con clientes fieles. Personal: El reto de cualquier negocio es no volverse un autoempleado, sino un empresario exitoso que es dueño de su tiempo.

Por ende, es de importancia que se destine una parte de ganancias a contratar y capacitar nuestro equipo humano, quienes se encargarán del trabajo operativo y hasta estratégico. Operaciones: Si queremos ser eficientes y efectivos con nuestro tiempo, tenemos que tener un mapa claro, un flujograma, en otras palabras un esquema del proceso que debemos llevar a cabo para cada una de nuestras actividades, desde una simple venta y hasta el pedido de nuestra mercadería. Finanzas: Lo que no se mide, no se puede mejorar. Las finanzas nos ayudarán a saber cuánto estamos generando de ingresos, gastos y utilidades, con el fin de reconocer si nuestro negocio es o no rentable, y si tenemos suficiente utilidad para reinvertir en Personal, Inventario o Marketing. Contabilidad: El estado no es nuestro enemigo, muy al contrario, merece todo nuestro respeto, por ello es importante conocer todas las normas contables que apliquen a nuestro negocio y aplicarlas. Más vale pagar correctamente nuestros impuestos y sustentar ingresos, que tener una multa que pueda hacer quebrar nuestro negocio. Marketing: Si no invertimos en nosotros mismos, estaremos destinados a tener un crecimiento lineal o incluso nulo. El Marketing nos ayudará a atraer nuevos clientes y hasta fidelizar a los que tenemos. Asimismo, es importante analizar el Retorno de cada una de las actividades que hagamos. Aspecto físico: El local, los muebles, la pintura y los banners nos ayudarán a destacar frente a un mercado muy similar. Asimismo, una buena imagen deriva en una mayor posibilidad de compra y una mayor atracción de clientes por la zona. Es importante tener en cuenta que el aspecto físico tiene que ir en línea con la identidad y propósito de la marca. Innovación: En el rubro

de construcción y ferretería es casi obligatorio ir innovando y tener en cuenta las nuevas tendencias. Puesto que, cada vez con los cambios de clima, costo de materiales y nuevos tipos de construcción; el usuario puede cambiar, y puede necesitar cosas distintas.

Andino (2020) en su artículo “Recursos Humanos en las Grandes Industrias de la Ciudad de Quetzaltenango”, cuyo propósito es determinar la efectividad de los servicios humanos para las principales industrias de la Ciudad de Quetzaltenango, pero concluye que el centro de servicios en este negocio no cumplió con su responsabilidad de resolver disputas en la empresa; El proceso de gestión de Urban Hard Bar Company está funcionando.

Este es un análisis cuantitativo que utiliza encuestas a clientes y entrevistas a empleados. Los resultados mostraron que la empresa siguió el proceso de gestión que le permitió afianzarse en el mercado, pero generó problemas de expansión, vehículos de puesto y personal capacitado. (Vásquez, Mairena y Rivera, 2019).

La investigación fue realizada en 2022 por los autores Kyreldy Raquel, Reyna Aguilera y Cristhian Rodríguez para investigar el proceso de gestión en el comportamiento de la empresa de microfinanzas CEPRODEL.

Esto es mucha investigación. Se utilizaron entrevistas y encuestas. Los principales resultados muestran que esta pequeña empresa financiera presenta los siguientes problemas: conflicto entre la vida personal y laboral, falta de motivación, el alto desempeño de las personas afecta su trabajo y la calidad del trabajo; (Brandon, Raquel; Aguilera, Reyna; Rodríguez, Christian, 2022).

El siguiente artículo también fue elaborado en 2019 por Dalruich Antonio Reyes, Gladys Amador y Didier Gonzales para analizar la gestión interna de las empresas lácteas de ARASAN en Cupa. La buena investigación se centra en la observación y el análisis. Utilice entrevistas. Los principales resultados muestran que no existen reglas ni regulaciones en la empresa;

Esto hace imposible saber a quién acudir en caso de un conflicto adecuado. Este estudio ofrece las siguientes ideas para abrir el plan de trabajo con el fin de crear mejores planes, desarrollar guías de trabajo y procesos que contengan todas las reglas, procedimientos e instrucciones que los empleados deben seguir en las reglas de ventas, laborales, de crédito, selección de empleados. y la Ley de Protección al Consumidor (Reyes, Amador y Gonzales, 2019).

Durante 2021-2022, Ana Juárez, Perla Pineda y Jennifer Bermúdez investigaron los procesos de gestión relacionados con la comercialización y producción de los cigarros Tabacalera Perdomo. Se utilizaron entrevistas como herramienta de recolección de datos. Los principales resultados muestran que el proceso de gestión se utiliza en todas las actividades productivas y relacionadas con el negocio, lo que resulta en un mayor rendimiento y eficiencia. Se recomienda que las empresas se centren en los empleados y creen políticas de motivación para mantenerlos motivados y productivos (Juarez, Pineda y Bermudez, 2021-2022). 2013, investigación sobre las decisiones de la tienda familiar El Hogar y Estel autoras: Ashly Daniela García, Breña Damaris Urrutia y Aydalina Rayo.

Se trata de un estudio cualitativo-cuantitativo o de métodos mixtos. Burbuja. Los factores externos incluyen: estabilidad ambiental, riesgo, estrés, tiempo; y características intrínsecas como el conocimiento personal y profesional, la cultura y la creatividad donde vive quien toma las decisiones. Estos factores afectan e influyen en todas las decisiones de los empleados. Se creó un plan de acción para apoyar mejoras en el proceso de gestión en la toma de decisiones (García, Urrutia y Rayo, 2013).

En el estudio se utilizaron ejemplares de la tesis de Licenciatura en Administración de Empresas titulada "Tacos Mario para clientes de Estrela, Condega, Xalapa y Ocotál" y Estrategia empresarial de Ocotál presentada por Elsa Lisbeth Martínez Espinoza, Cristian Francela Ruiz Caballero, César Enoc Moncada López. actividades comerciales de la ciudad. 20 - 2018. Este estudio es cualitativo-cuantitativo (mixto). La investigación concluyó

que Tacos Mario no contaba con un organigrama que ilustrara mejor la organización de la empresa y no tenía una misión y visión que potenciara su crecimiento, pero al mismo tiempo logró mantenerse en el negocio y lograr sus objetivos.

Esta investigación sugiere las siguientes estrategias: obtener mayores ganancias y desarrollar el negocio, crear planes publicitarios con entrega a domicilio y entrega urgente, y capacitar a los socios comerciales para brindar un mejor servicio a los clientes (Ruíz Caballero, Martínez Espinoza y Moncada López , 2018). El artículo escrito por Elsa Urania López Dávila, Karen Julissa Jirón Herrera y Yindri Inocencia Pérez Quintero tiene el siguiente título: Proceso de gestión en el área de producción de la empresa La perla SA en la ciudad de Estelí en el periodo 2018-2019.

La auditoría confirmó que todos los centros de control son una parte importante e importante del funcionamiento normal de la empresa, pero no se han implementado y garantizan que los empleados conozcan sus deberes, responsabilidades y compromisos.

Este estudio presenta las siguientes ideas: utilizar la capacitación a los socios, crear lugares de trabajo en la empresa, brindar mejores condiciones laborales a los socios e identificar y gestionar el personal necesario para mejorar la calidad de la producción (López Dávila, Jirón Herrera y Pérez Quintero. En 2019 Scarleth Dalila Herrera Leiva, Daysi Un estudio titulado Procesos de Gestión fue realizado en el Centro de Recursos Humanos de la Empresa Las Limas SA por Michelle Mantilla Lazo y Jennyfer Nohemi Vega Castillo en Estrela 2019. Los principales resultados muestran que existe falta de comunicación entre los socios, el medio ambiente, el mal ambiente de trabajo, la mala gestión, la falta de motivación, el proceso de contratación deficiente, la mala división del trabajo, la falta de formación del personal local y la organización incompleta.

Este estudio presenta las siguientes ideas: proporcionar un ambiente de trabajo adecuado para obtener un mejor trabajo en la capital humana, mejorar las relaciones interpersonales educando y capacitando a los empleados y mejorar la organización del

trabajo para ayudar a todos a trabajar adecuadamente. trabajadores (Herrera Leiva, Mantilla Lazo y Vega Castillo, 2019).

Con base en esta investigación de antecedentes, determinamos que ha habido muchas investigaciones sobre la gestión y producción de varias empresas, pero ninguna investigación sobre la capa natural de Ferretería Camila, una empresa familiar en el pueblo de Pueblo. Un estudio que identifica los principales problemas en el desarrollo del proceso de gestión y ofrece estrategias encaminadas a mejorar el negocio y con ello crear una mejor ventaja competitiva frente a otras empresas ferreteras.

### **1.1.2 Delimitación del problema**

**Delimitación temporal:** La investigación se desarrollará en barranca Puntarenas con la población estimada de 35 persona que laboran en la Ferretería Santa Rosa.

**Delimitación geográfica:** Barranca Puntarenas

### **1.1.3 Justificación**

Este tema tiene trascendencia desde el punto de vista social ya que a través de la investigación se mejorará la gestión en el manejo de los recursos que disponen la empresa Ferretería Santa Rosa. Por otra parte, tiene implicaciones trascendentales en la práctica debido a que la implementación de mercado en la gestión de la administración de los recursos permitirá resolver los cuellos de botella en las entregas de las mercaderías y fundamentalmente en el control de los inventarios de los diferentes productos que maneja. En cuanto al valor teórico se trata de cubrir vacíos en el conocimiento del mercado y desarrollar un modelo de gestión que permita mejorar la competitividad en el mercado y la eficiencia de los recursos.

Este tema tiene trascendencia desde el punto de vista social ya que a través de la investigación se mejorará la gestión en el manejo de los recursos que disponen la empresa Ferretería Santa Rosa.

## **PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

¿Proponer herramientas que ayuden en el manejo administrativo y operativo de la “Ferretería Santa Rosa” y como logrará dar soluciones a los errores que se están cometiendo?

### **1.2 OBJETIVOS**

#### **1.2.1 Objetivo general**

Proponer el mejoramiento de gestión en los procesos operativos de la “Ferretería Santa Rosa” en el primer cuatrimestre del 2024

#### **1.2.2 Objetivos específicos**

1. Plantear los problemas que se dan en el área administrativa y operativa de la “Ferretería Santa Rosa”.
2. Proponer el mejoramiento en la gestión de los procesos administrativos y operativos de la “Ferretería Santa Rosa”.
3. Proponer un plan de Seguridad Industrial en la empresa para el mejoramiento de los procesos operativos de la “Ferretería Santa Rosa”.
4. Analizar la calidad de servicio al cliente para el mejoramiento de gestión en los procesos administrativos y operativos de la “Ferretería Santa Rosa”.

## **CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA**

## **2.1 MARCO TEORICO**

En esta investigación se han delimitado cuatro ejes teóricos que son:

1) Proceso administrativo; 2) Producción y comercialización; y 3) Clientes.

## **2.2 MARCO CONCEPTUAL**

El proceso de gestión es una sucesión de etapas o fases en la práctica de la gestión que se influyen entre sí y forman un proceso completo (Luna González, 2019, p. 49). Los sistemas de gestión son herramientas importantes que los gerentes de una organización utilizan para hacer su trabajo. Contenido que permite al responsable de la organización atacar y actuar en los procesos de planificación, organización, gestión y control como una empresa (Blandez Ricalde M. d., 2019, p. 11).

### **2.2.1 Fases del proceso administrativo**

#### **Planeación**

La planificación es el primer elemento del proceso de gestión y se encarga de sentar las bases de la gestión de una organización. La planificación proporciona orientación, dirección y control del camino que una organización planea seguir, permitiéndole evaluarse a sí misma y desarrollar estrategias de gestión efectivas para lograr un éxito social y de impacto a lo largo del tiempo (Louffat, 2024, p. 2).

Los planes pueden ser formales o informales. Algunos ejemplos de planificación informal son sugerencias o ideas en las que el gerente debería mejorar o cambiar algún proceso pero no especifica los detalles de la acción. Un plan, por otro lado, sigue un proceso, se elabora por escrito y sigue un plan específico.

La planificación implica definir metas, desarrollar estrategias para lograrlas y crear un conjunto amplio de planes para coordinar y coordinar actividades. Tiene que ver con el fin (lo que tenemos que hacer) y los medios (lo que haré). (Louffat, 2024, p. 3).

La planificación es una forma de reducir la incertidumbre en una organización; También enseña a los empleados a mirar hacia adelante y anticipar el cambio. También se refiere a las consecuencias de las acciones de los empleados en respuesta al cambio (Blandez Ricalde M. d., 2019, p. 40).

Detalles de preparación:

1. Investigación. Cuando se habla de planificación, determinar las metas que busca la empresa; Sin embargo, antes de establecer metas, es necesario comprender el entorno en el que opera la empresa y el impacto o la competencia que ese entorno puede tener.

2. preparación. Debe examinar el entorno interno y externo de la empresa. Los factores internos a considerar incluyen el capital humano, el capital financiero, los recursos físicos, la tecnología y la estructura general de la empresa. Debemos mirar externamente a la competencia, los clientes, los gobiernos, los proveedores, la tecnología y las leyes.

3. Tipo de objetivo. Son las metas de la organización y las actividades del individuo, se consideran como planes de actividades futuras, es necesario ver y pensar en el orden y es parte importante de la etapa de planificación.

La planificación se trata de objetivos, los resultados de la planificación y el establecimiento del plan básico de una empresa. adivinar. Son personas que predicen el futuro basándose en ciertos supuestos (llamados expectativas) tomados por el experto para un determinado momento del futuro y los tratan como un entorno económico y social.

5. Recomendación. Son las principales decisiones u objetivos de la empresa a mediano y largo plazo, es decir, son los planes de acción o alternativas y los recursos necesarios para alcanzar dichos objetivos.

6. Bien. Son los factores que dirigen y dirigen los pensamientos y acciones de los altos líderes a la hora de tomar decisiones para alcanzar las metas.

7. Proceso Definen lo que se debe iniciar, desarrollar y completar en el proceso de diseño.

8. trabajar. Planes que se planifican para ser completados a tiempo y cuentan con los recursos necesarios para implementarlos adecuadamente.

9. Un presupuesto es un plan escrito útil; es decir, muestra la necesidad de números. Principios de planificación Para planificar se deben seguir los siguientes (Luna González, 2019, p. 59):

1. La planificación debe basarse en datos reales y una lógica clara, no en coincidencias, conjeturas y desinformación. Este principio también se llama veracidad.

2. producir. Se debe completar la definición del proyecto; La planificación no debe realizarse caso por caso sin los recursos para hacerlo.

3. fácil. Al finalizar la preparación se recomienda dejar márgenes para permitir que se integren cambios o situaciones imprevistas para que las condiciones se puedan ajustar fácilmente, es decir, se revela la falta de seguridad.

4. habitación. El plan debe incluir a la empresa en su conjunto e incluir todas las metas y objetivos con el equilibrio necesario.

5. Los planes se determinan para un determinado período de desarrollo, es importante cambiar los necesarios interna y externamente para que puedan ser utilizados de manera efectiva al final del período determinado.

### Organización

La palabra organización proviene de la palabra griega Órganon, que significa herramienta. Una organización es un grupo de personas con un objetivo común, unidas por una relación de responsabilidad-control. Una de las funciones de la dirección es optimizar los recursos de la empresa para un funcionamiento eficiente. (Luna González, 2020, p. 72)

El proceso cooperativo es la base de cualquier empresa.

Cuando se establecen metas y planes, la gerencia debe crear una cooperación efectiva entre los recursos físicos y los recursos humanos para lograr las metas de la empresa. (Luna González, 2019, p. 72). Tareas, responsabilidades, equipos y cuadrillas

para completar proyectos de manera efectiva y eficiente. (Luna González, 2019, p. 72)

Organizar implica identificar y distribuir las actividades que hay que hacer, el grupo de trabajo que hay que hacer para alcanzar los objetivos, trabajar para todos los grupos y proporcionar un liderazgo adecuado. Requisitos para la integración horizontal y vertical de la estructura organizacional. (Luna González, 2019, p. 72)

La organización es la máquina que crea la estructura necesaria para la necesaria sistematización de los recursos de la empresa.

Esta sistematización se realiza a través de la asignación de jerarquías; así como de la disposición, correlación y agrupación de actividades, con el fin de poder realizar y simplificar las funciones del grupo social (Blandez Ricalde M. d., 2024, pág. 56).

#### Principios generales de la organización

Luna González (2019, pág. 79) anota los principios que la organización debe observar y cumplir son:

1. Especialización. Dividir y asignar el trabajo de acuerdo con la actitud de cada persona, es decir, tomando como base su perfil.
2. Unidad de mando. Para cada función, actividad o trabajo habrá un solo jefe a quien se deberán de reportar los resultados.
3. Jerarquía. Es importante definir el nivel jerárquico de autoridad para que de ahí se desprendan las órdenes necesarias para lograr los planes, de esta forma, la autoridad y la responsabilidad deben de seguir una línea clara desde el más alto ejecutivo hasta el nivel operativo.
4. Del objetivo. Todas las funciones y actividades de la organización deben relacionarse sinérgicamente con los objetivos y propósitos del grupo social.
5. Paridad de autoridad y responsabilidad. A toda autoridad le corresponde una responsabilidad para que se cumpla la misma.

6. No es correcto hacer responsable a las personas por determinada función si no se le confía la autoridad necesaria para llevarla a cabo.

7. Difusión. Este principio nos dice que se debe aplicar en forma escrita las obligaciones de cada puesto para que se cumpla la responsabilidad y autoridad.

8. Amplitud o tramo de control. El tramo de control funcionará correctamente cuando además de integrar el curso humano a la empresa, debe de adiestrarlo, capacitarlo o actualizarlo según sea el caso y realizando esto se tendrá la certeza de que los colaboradores cumplirán en forma correcta su responsabilidad.

9. De la coordinación. La coordinación de las partes de una organización debe estar equilibrada en su departamentalización de sus recursos para cumplir con los objetivos.

#### Proceso de organización

Luna Gonzáles (2019, p. 76) diversos documentos creados por la organización de la empresa:

1. Trabajo compartido. La división del trabajo es un proceso simple en una organización. En todos los tipos de negocios, el trabajo se puede dividir vertical y horizontalmente. La visión de las operaciones verticales se basa en establecer líneas de autoridad y crear jerarquías que permitan procesos verticales y también fomenten la comunicación.

La división horizontal del trabajo se basa en la especialización; así se puede producir la misma energía de forma más eficiente. La división del trabajo es la división y limitación del trabajo vertical y horizontalmente para poder trabajar de manera eficiente.

2. El método más común de división del trabajo es la compartimentación. La departamentalización es la separación y agrupación de funciones y actividades dentro de un área única. La departamentalización determina el trabajo del grupo de manera coordinada; por ejemplo: actividades comerciales, productos, ubicaciones o áreas, áreas de trabajo o períodos de tiempo.

3. División del trabajo. Cuando la estructura organizacional se organiza como una función, se adopta la función función. Por ejemplo, en las empresas comerciales existen cuatro responsabilidades principales: producción, finanzas, marketing y recursos humanos. Todas las funciones básicas están agrupadas para permitir la especialización, garantizando así una dotación de personal eficaz.

La segmentación de productos o servicios se basa en productos o grupo de productos.

4. Segmentación geográfica o regional. Usualmente utilizado para organizaciones que tienen órganos separados y obras u oficinas independientes. Se utiliza frecuentemente en ventas.

5. Segmentación de clientes. Es un departamento basado en el cliente. Es utilizado principalmente por empresas.

6. Departamentalización por proceso o equipo: el proceso o equipo utilizado para producir productos forma la base para crear la departamentalización y las actividades se agrupan en consecuencia. Jerarquía:

Forma parte del nivel organizacional. Desde una perspectiva de gestión, la jerarquía se refiere a la posición de las actividades de la empresa en jerarquía, rango, jerarquía u orden de importancia.

La importancia de las jerarquías en las organizaciones es que representan un conjunto de grupos organizacionales según el nivel de autoridad y responsabilidad que tienen, esto se utiliza para considerar el significado del modelo de empresa y es cierto que la ley . fue creado en él.

#### Concepto de Desempeño Organizacional

La capacidad de la organización para estructurarse y reorganizarse para adaptarse a los cambios internos y externos es esencial para un desempeño óptimo.

A diferencia de otras capacidades, la creación y construcción de organizaciones no ocurre con frecuencia, pero la estructura siempre se actualiza. (Luna González, 2019, p. 90)

Se entiende por organización el proceso mediante el cual una organización distribuye empleados, asigna roles y responsabilidades apropiadas a los individuos y al grupo organizacional, y trata de incorporar personas a su organización. También expresa la relación entre división del trabajo. (Luna González, 2019, p. 90)

1. ¿Quién tiene derecho a gobernar a quién?

2. ¿Cómo y por qué las organizaciones deberían dividir el trabajo de un individuo y un equipo? 3. ¿Cómo deberían trabajar juntas las organizaciones para aprovechar al máximo la división del trabajo?

4. ¿Qué busca la gente para demostrar que el problema es de naturaleza estructural, a diferencia de otros problemas como las cuestiones culturales?

#### Principios Organizacionales

La estructura de la organización se puede definir de la siguiente manera (Blandez Ricalde M. d., 2019, p. 61): Trabajo especializado.

- Estandarización de actividades. Colaboración.
- Centralización y descentralización de decisiones.

Tamaño de la sala de estudio.

Contribución a la sociedad; Suele tratarse de la relación entre la dirección.

Cuando se utiliza un comando, lo que realmente se utiliza es control. Algunos autores importantes también definen esta etapa del proceso de gestión como implementación, práctica, gestión, acción o aplicación.

Se puede decir que la gestión es el aspecto principal de la gestión porque controla todas las acciones.

• Coaching es dirigir las habilidades y esfuerzos de otros para lograr los resultados deseados; Otro elemento de la gestión es el proceso de influir y motivar a las personas para lograr los objetivos de la organización. Para liderar, los líderes deben utilizar tres estrategias: autoridad, poder e influencia (Blandez Ricalde M. d., 2019, p. 68).

#### Puntos de enseñanza

Luna González (2019, pág. 108) afirma que prácticamente no existe una secuencia entre sus elementos de dirección porque se realiza indistintamente:

1. Auditoría. Es el liderazgo y orientación de los empleados de nivel inferior en una organización. Mientras que los altos directivos supervisores interactúan principalmente con los empleados, los altos directivos interactúan principalmente con otros directivos bajo su mando. Este es un proceso en el que el remitente codifica el mensaje y finaliza con el receptor descifrando el mensaje. Para una comunicación eficaz, se deben seguir las siguientes reglas.

2. • Justicia. La comunicación debe ocurrir de manera colaborativa en toda la empresa, es decir, en toda la organización en su conjunto.

3. • Saldo. Es necesario definir el plan de comunicaciones como parte del proceso de gestión en el que participa toda organización de recursos humanos.

4. • Verdadero. El mensaje debe adaptarse a la persona que desempeñará el papel de receptor, es decir, no debe haber restricciones.

5. • Utilizar organizaciones informales.

6. La comunicación es más efectiva cuando los líderes utilizan organizaciones informales para complementar el conocimiento de las organizaciones formales.

7. • Difusión. La comunicación se realiza mejor por escrito y mediante criterios estrictos para evitar la sobrecarga de información.

8. • Paz. La comunicación debe ser clara para evitar confusiones.

9. • Observación. Las líneas y sistemas de comunicación deben desarrollarse y revisarse constantemente.

10. Liderar Implica influir en las personas para que hagan lo que queremos hacer, es el proceso de motivar a otros y ayudarlos a trabajar felizmente para lograr las metas de la organización y también es el proceso de ayudar a un grupo o grupo de personas a determinar sus metas. . En otras palabras, estos recursos deben utilizarse al máximo nivel para que la empresa alcance sus objetivos.

11. incentivo. La motivación es el proceso de alentar a los empleados a completar su trabajo y alcanzar las metas deseadas. La motivación es una parte importante de la gestión porque surge de trabajar para alcanzar los objetivos de la empresa. Decir que los líderes alientan a sus subordinados es asegurar que su trabajo es satisfacer impulsos y deseos y alentar a sus subordinados a comportarse de una determinada manera. Existen muchas teorías sobre la motivación, pero en este libro discutiremos la jerarquía de necesidades, la motivación y el enfoque de la salud.

12. Camaradería. Es la armonía entre el individuo y el grupo para lograr las metas y objetivos del grupo. >• Resolver conflictos • Utilizar conflictos Política de gestión Los principios de gestión son los siguientes (Luna González, 2019, p. 106):

13. El uso del poder no se basa en los deseos personales, sino en las necesidades del cuerpo humano para lograr sus objetivos, es decir, no afecta al individuo y no ejerce presión sobre el poder de dar,

14. Alineación de objetivos o coordinación de intereses. Los directivos y sus socios buscan eficiencia y eficacia para colaborar y alcanzar los objetivos de la empresa.

15. Método jerárquico. Este principio nos dice que la jerarquía debe respetar el orden para evitar problemas que puedan llevar al conflicto.

16. mediante inspección directa. Los líderes se comunican y apoyan a sus socios en su proceso de desarrollo.

17. La resolución de conflictos. No importa cuán grave sea el problema, las disputas deben resolverse de manera rápida y justa.

18. Utilice el conflicto. Cuando resolvemos una disputa rápidamente, generamos confianza con nuestros socios y el resultado es una mayor fortaleza para la empresa.

19. Los objetivos requieren y analizan la eficacia y eficiencia de los resultados alcanzados. La gestión no debe realizarse sólo al final del período, sino que debe realizarse de forma continua para eliminar las deficiencias de gestión de manera oportuna, de modo que la gestión anterior o el control simultáneo y posterior deben utilizarse para fines de control. (Louffat, 2024, p. 270)

La gestión significa comparar el desempeño con los planes para determinar cambios. Se detectan estos cambios y se determinan los motivos por los que no se pueden cumplir las expectativas. Viendo estas razones, continuamos examinando y ajustando el plan de acción (Blandez Ricalde M. d., 2019, p. 10). 83-84).

Tipos de Control Luna González (2019, página 119) considera que existen tres tipos de control: precontrol, síncrono o simultáneo, y retroalimentación:

1. Precontrol. También llamada a priori, este tipo de gestión está orientada al futuro y su objetivo es prevenir los problemas antes de que ocurran. Ocurre antes de que comiencen las actividades e implica el desarrollo de políticas, procedimientos y políticas para asegurar la finalización de las actividades planificadas.

2. Control de concurrencia o simultáneo.

Ocurre en la fase de "acción" de la ejecución del plan e incluye ejecución, seguimiento y sincronización.

Estableciendo de estándares.

Toda empresa se esfuerza por la calidad, la satisfacción, la innovación, etc. determina objetivos relevantes. Los estándares o métricas miden la precisión de los resultados; De hecho, estos son los planes claros de la empresa. Es resultado de la

ganancia obtenida por la empresa y es el resultado de la comparación o relación entre la ganancia y el capital de trabajo del empleador.

El proceso utilizado para analizar la aceptación del mercado de productos y el desempeño del mercado.

- Eficiencia. El tiempo de la máquina debe evaluarse según parámetros como las horas de trabajo.

- Buen producto. Identificar y mejorar métricas de calidad que impactan la competencia.

- Desarrollo del personal. Su finalidad es evaluar la gestión y los resultados del desarrollo. Determinar las condiciones necesarias para completar la tarea correctamente.

2. Resultados medidos. Implica medir el desempeño y los resultados mediante métricas que deben determinarse según estándares.

Este es uno de los problemas más difíciles a la hora de construir estos apartamentos, especialmente en zonas de alta plusvalía. En esta etapa, la ejecución del trabajo depende del proceso de conocimiento; Por tanto, el funcionamiento del sistema de control depende directamente de la recepción de información, la cual debe ser oportuna, confiable y eficiente. Una vez que se han realizado las mediciones y se han obtenido los datos, es necesario comparar los resultados promedio con diseños anteriores y determinar las diferencias que se informarán en el informe.

### **3. Rendimiento y estándares.**

Este paso en el proceso de control compara el desempeño con los estándares. Los gerentes de gestión deben analizar y evaluar cuidadosamente los resultados, porque todo es importante en comparación con los estándares, los gerentes deben centrarse en excepciones distintas al uso, se puede ahorrar tiempo y energía.

4. esto es cierto. Es responsabilidad de la alta dirección tomar decisiones correctivas. Antes de comenzar, es importante saber si la diferencia es un efecto o una causa;

5. La retroalimentación es la base del proceso de gestión porque con el tiempo la información obtenida de la retroalimentación se transferirá a la gerencia y la calidad de la información afectará el nivel y el momento de la interpretación.

#### Integración de personas

Para que una empresa tenga personas, dinero, equipos y tecnología, necesita integración, lo que implica identificar las necesidades de cada programa que se dice que satisface a toda la organización y darle seguimiento creando el todo. . de tus expectativas. Integración con la selección, combinación e integración de diferentes productos que satisfarán las necesidades de la empresa, con el fin de asegurar que las personas inviertan en las mejores condiciones, en el momento adecuado (Luna González, 2019, p. 12) . 102)

Los recursos corporativos son recursos financieros, técnicos y humanos destinados a lograr los objetivos empresariales (Tejedo, 2024, p. 7):

1. Recursos financieros: Son los fondos necesarios para el funcionamiento del negocio. Además de los ingresos futuros por la comercialización de sus productos o servicios, pueden partir de aportes de socios o préstamos autorizados por entidades financieras (deuda activa y en garantía).

2. Servicios: Son todas las inversiones que necesita una empresa para realizar sus actividades: maquinaria, mobiliario, transporte, etc. (activo) y cualquier gasto necesario para lograr sus objetivos.

3. Recursos Humanos: Conjunto de personas que prestan servicios directos o indirectos a la empresa. La Gestión de Recursos Humanos se define como las principales actividades que permiten a la organización alcanzar sus objetivos, que incluyen contratar

los servicios de las personas, desarrollar sus habilidades y apoyarlas. Todavía están afiliados a la organización. (Villalpando Flores, 2018 p. 17) 3)

La gestión de recursos humanos se centra en cuatro actividades:

1. Aceptar personas;
2. Que se preparen;
3. Anímelos;
4. Mantenerla baja.

Por lo tanto, la gestión de recursos humanos es en última instancia responsable de la retención y el desempeño de las personas en una organización. (Villalpando Flores, 2018., p. 3)

El papel principal del Departamento de Recursos Humanos Podemos definir el papel del Departamento de Recursos Humanos como una combinación de estándares, políticas y herramientas enfocadas gestionadas en el contexto de participación comunitaria. Apoyo. A la optimización de los recursos humanos en nuestra organización. (Mínguez Vela, 2005, página 26) De esta manera, los trabajadores se convierten en directivos y por tanto deben utilizar dos herramientas básicas para su desarrollo. (Mínguez Vela, 2005, p. 26)

1. La planificación es la capacidad de diseñar, implementar y desarrollar estándares y políticas para la asignación de los recursos humanos y tecnológicos de una organización.

2. La organización se refiere a la capacidad de crear herramientas que aumenten la efectividad del plan.

### **3.3 Producción y comercialización**

#### **3.3.1 Producción**

Se hace referencia a la fabricación como un proceso de integración que permite la transformación de recursos o productos en productos y/o servicios para satisfacer las necesidades del negocio. La producción es la función empresarial de convertir insumos en bienes. (Rodríguez, Pineda y Bermúdez, 2022, p. 20)

La manufactura, por lo tanto, se refiere a todas las actividades que utilizan recursos y materias primas para producir o producir bienes y servicios utilizados para satisfacer la demanda. También se puede decir que la producción es una actividad encaminada a satisfacer las necesidades humanas, desde procesar materias primas en el negocio hasta producir e intercambiar bienes o productos (Rodríguez, Pineda y Bermúdez, 2022, p. 1). 20)

La producción es la actividad de una organización empresarial que tiene como objetivo transformar insumos como mano de obra, materias primas, tecnología o información en productos que incluyen productos y servicios. Francamente hablando, los productos deberían crear más valor para los clientes y propietarios de la organización. (Buj & Cuadrado, 2019, página 249) Importancia de la producción Hay tres tipos de costos de producción:

1) Materiales; Se denomina costo indirecto de fábrica al costo de los gastos generales o de equipo general o transporte de fábrica (Jiménez y Espinoza Gutiérrez, 2022, p. 11). 113) 1. Costos de equipo.

Los materiales adquiridos para el negocio de la empresa pueden ser materiales directos que pasarán a formar parte del producto terminado; Hay muchas formas de calcular el costo de los materiales utilizados en la producción. El método utilizado afecta el costo del producto terminado.

2. Costos de operacion.

Se refiere a los salarios pagados a los trabajadores dedicados a la producción o al trabajo indirecto y representa todos los demás costos laborales en la fábrica. Jefe de producción, supervisor, asistente de producción, etc. para servir como. incluyendo costos. Los costos laborales se reflejan en el producto midiendo el costo laboral utilizado para cada orden de producción.

3. Costos indirectos de producción (carga de fábrica). Se consideran costos indirectos de producción todos los costos que no están directamente relacionados con el costo de los productos, son costosos o difíciles de realizar.

El término gastos generales se refiere a todos los gastos necesarios para completar el producto; Los gastos generales, también conocidos como gastos generales, corren a cargo de la producción y la distribución. Podemos dividir los costos o costos de producción en costos fijos y costos variables según las condiciones en las que se dan. Organización del Proceso de Negocio El Centro de Negocios suele contar con oficinas u oficinas que se pueden dividir en los siguientes grupos (Anaya Tejero, 2021, p. 17). 11):

1. Unidad de producción especial formada por una o más personas o máquinas.

se considera una unidad para la planificación de recursos y la planificación detallada del trabajo. Se denominan oficinas a puestos de trabajo donde los empleados pueden trabajar como operadores de máquinas o en determinados puestos de la cadena, especializados según el lugar donde trabajan.

2. La organización del trabajo puede ser una línea de ensamblaje o línea de flujo donde la producción sigue un proceso continuo a través de diferentes actividades, donde se procesan diferentes partes hasta determinar el producto, o puede ser una organización del trabajo (tipo de producto) donde se lleva a cabo la producción. Sigue un proceso específico. depende del procedimiento realizado.

3 Marketing Marketing es una empresa que lleva a cabo actividades comerciales que llevan bienes y servicios de los productores a los consumidores o llevan productos y servicios de los productores a los consumidores. o para satisfacer al máximo a los usuarios y alcanzar los objetivos de la empresa. El impacto total de todos los esfuerzos por cambiar

la propiedad de los productos y servicios y brindarles distribución física (Vergara Cortina, 2012, p. 227).

El proceso de marketing cubre todos los procesos y formas de trabajar para entregar buenos productos para su distribución.

Por lo tanto, el marketing se define como la planificación y organización de las actividades necesarias para garantizar que los bienes o servicios se ofrezcan en el momento y lugar adecuados, creando un negocio que conoce y comprende a los clientes. BT. (Rodríguez, Pineda y Bermúdez, 2022, p. 30) 3.3.2.2 Características del marketing Características básicas del marketing (Rodríguez, Pineda y Bermúdez, 2022, p. 31):

1. Entorno económico, crecimiento demográfico, ingresos de los residentes, demanda de bienes adicionales, etc. Incluye otros factores que afectan la demanda global, como

2. Metas y estrategias competitivas de la empresa que influyen en la respuesta de ventas de la empresa a su mercado.

3. Se debe utilizar la discreción de la empresa con respecto a los productos y la distribución orientados al mercado.

4. Las operaciones de una empresa determinan el uso de costos variables, productos, publicidad y distribución.

5. Una descripción del comportamiento del usuario que incluye el impacto de los cambios en los factores anteriores (entorno, competencia y toma de decisiones estratégicas) relacionados con las ventas.

6. Explicar los objetivos y necesidades comerciales de la empresa y el impacto de los costes sobre dichos objetivos. Tipos de Marketing Los tipos de marketing pueden ser permanentes o temporales (Rodríguez, Pineda y Bermúdez, 2022, p. 12). 31).

Lo hacen de dos maneras: a) Vuelven a la misma situación. b) Devolución de productos sustituidos, reparados o sustituidos. El marketing se puede realizar directa o

indirectamente como se explica a continuación: El marketing directo es cuando una empresa, a través de sus propias operaciones, establece relaciones con proveedores y controla los procedimientos de exportación e importación. Este enfoque permite una mejor gestión empresarial, comunicación con clientes extranjeros, una mejor comprensión del mercado y una mayor rentabilidad al evitar intermediarios. Los negocios que hacen los intermediarios en Nicaragua o en el extranjero son corruptos. Negocios. Visto lo anterior, Vergara Cortina (2012, pág. 190) afirma que son cuatro los grupos de intermediarios que operan en el mercado internacional y se constituyen en:

1. Productos extranjeros que operan en el país: Existen la mayoría de empresas internacionales homologadas por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, así como empresas de transporte y organismos exportadores.

2. Intermediarios en el comercio exterior: Este grupo está formado por bloques, intermediarios y vendedores de empresas del país A. Producción y ventas de la empresa o sus filiales y sus oficinas en otros países.

3. Los minoristas trabajan en la economía del país.

A continuación, se explican brevemente las tres principales herramientas que utilizan las empresas a la hora de decidir internacionalizar su negocio. Estrategia de marketing La estrategia de marketing cubre muchas cosas, como la imagen comercial o de marketing, la información del cliente y el proceso de ventas.

Este último aspecto es muy importante porque, aunque los pasos anteriores se completen con éxito, la venta aún no está confirmada porque depende de cómo se comunica la factura al usuario, que depende de la imagen, que depende de las expectativas. El mercado depende en última instancia del producto (Ibarra Valdés, 2004, p. 95). Los negocios generalmente se dividen en las siguientes secciones (Rodríguez, Pineda y Bermúdez, 2022, página 33):

1. La comprensión del cliente es importante en este proceso porque la diferencia entre los productos competidores se basará en la calidad.

2. Descripción del producto: La mayoría de las empresas proporcionan información sobre sus productos en una de tres situaciones. El primero de ellos son las características del producto, que son la descripción y especificaciones del producto. Sin embargo, si bien las características nos dicen algo sobre la naturaleza del producto, casi no contienen información que permita al cliente comprar.

3. Servicio al cliente: cuando todos los productos en el mercado tienen el mismo aspecto, las mismas características y brindan los mismos beneficios, puede resultar difícil para una empresa diferenciar sus productos.

En este caso, brindar una adecuada atención al cliente (tanto preventa como posventa) será la única forma de diferenciar los productos de su empresa y alejarse de las cosas orientadas al valor. Los servicios de soporte incluyen todo lo que una empresa puede ofrecer a sus clientes más allá de sus productos principales.

5. Imagen: La imagen de un producto u organización es la impresión que todos los consumidores tienen sobre ese producto, ya sea positiva o negativa. Esta perspectiva incluye lo que la organización ha hecho en el pasado, los servicios que ofrece hoy y predicciones sobre lo que hará en el futuro.

6. Cliente Concepto de Cliente La palabra "cliente" proviene del griego antiguo y significa "nativo". Entonces mis clientes son personas que tienen necesidades específicas de productos o servicios que mi empresa puede satisfacer.

7. Estas palabras siguen vigentes hoy en día y deben utilizarse como base para definir el papel de una empresa que quiere ser cliente. (Barquero Cabrero, 2007, p. 16) De hecho, la palabra "público" en el concepto de "relaciones públicas" tiene el mismo significado que la palabra "público" en el concepto de "relaciones públicas" (traducida negativamente al español como "relaciones civiles").

Por tanto, el verdadero significado y el verdadero propósito de las relaciones públicas no es más que la "relación con mi audiencia", que es entendida de diversas maneras por los clientes con los que trato. Los clientes son personas que confían en nosotros para satisfacer necesidades insatisfechas (Barquero Cabrero, 2007, p. 16)

Tipos de clientes Barquero Cabrero (2007, p. 16). 17) Se mencionan diferentes tipos de clientes:

1) Clientes internos: afiliados. Son inversores en la empresa. Esperan que les sea de utilidad y les informe sobre cambios en indicadores económicos importantes. empleados.

Ellos son quienes crean el servicio. Quieren que se les reconozca su trabajo, que se les capacite y que se les den las herramientas para hacer su trabajo.

2) Clientes externos: empresas. Son distribuidores de los productos. Esperan que a la empresa se le pague en función de los resultados y la estabilidad de la relación. persona de ventas. Ellos son quienes venden nuestros productos y materias primas.

Esperan armonía, alguna forma de exclusión y acuerdos de compra. Uso comercial. Son las personas que influyen en nuestras decisiones (consultores, universidades...). Estos son los que afectan a los usuarios finales (medios de comunicación, policía...). Quieren que les contemos la noticia y la difundamos.

3 Cliente Final: Clientes existentes. Él es quien se casó conmigo. Esperamos satisfacción y servicio. Clientes de los competidores. Esta es una adquisición de un competidor. Quiere que lo hagamos más valioso de lo que es. No llesves gente. Aquí hay algunas cosas que puedes comprar pero no.

El cliente final no es el único. También atender a nuestros clientes internos y externos. 3 características de los clientes

Según la actitud personal, los clientes pueden clasificarse como: cliente emotivo, cliente colaborador, cliente analítico y cliente ejecutivo (Vargas, 2009, pág. 34)

1. Las características más importantes de un cliente ejecutivo son:

1. Es una persona auto motivada;
2. Es constante;
3. Se encuentra orientado a los resultados;
4. Es controlador e independiente;
5. Es disciplinado, cumpliendo siempre su labor;
6. Es formal y serio;
7. Valora siempre la iniciativa;
8. Es rápido en la toma de decisiones.

2. Los comportamientos más característicos de todo cliente analítico son:

1. Utiliza un lenguaje apropiado;
2. Su objetivo es pensar y analizar;
3. Mantiene las normas por encima de todo;
4. Es reservado, calculador y Frio;
5. Es inexpresivo;
6. No admite ni permite errores;
7. Necesita determinado tiempo para conocer lo que va a realizar.

**Los comportamientos propios de un cliente emotivo son:**

1. Es imaginativo y entusiasta;
2. Es afectivo y cordial;
3. Su objetivo es la comunicación;
4. Presenta gestos abiertos;
5. Tiene un ritmo rápido;
6. Dice y trasmite lo que siente;
7. Es agradable en el trato;
8. Motiva a realizar metas determinadas a los de su alrededor;

9. Presenta una voz vibrante.

**Las características de un cliente colaborador son:**

1. Es sonriente, amable y tranquilo;
2. No le agrada que lo presionen;
3. Necesita confiar;
4. Siempre se encuentra en la mayoría;
5. Siempre precisa un líder;
6. Le agrada que le apoyen;
7. Da respuestas cooperando.

**Concepto de satisfacción del cliente**

Es el grado en que el producto cumple con las expectativas del comprador. La satisfacción del consumidor depende de la eficacia percibida del producto para proporcionar valor de acuerdo con las necesidades del comprador. (Armstrong y Kotler, 2003, p. 10) Si el producto no cumple con las expectativas, los compradores no quedarán satisfechos. Si el rendimiento es el esperado, los compradores quedarán satisfechos. Los compradores estarán contentos si el rendimiento supera las expectativas. (Armstrong y Kotler, 2003, p. 10) Las empresas que pueden hacer negocios de manera eficaz se esfuerzan por satisfacer a sus clientes. Los clientes satisfechos volverán a comprar y transmitirán sus expectativas positivas sobre el producto a otros. Lo importante es alinear las necesidades del cliente con el desempeño de la empresa. Las empresas inteligentes deleitan a sus clientes prometiéndolo sólo lo que pueden cumplir y luego entregando más de lo que prometen. (Armstrong & Kotler, 2003, p. 10)

Las expectativas de los consumidores se basan en compras pasadas, opiniones de amigos, información y promesas de especialistas en marketing y competidores. Los especialistas en marketing deben tener cuidado de establecer un buen nivel de expectativas. Si las expectativas son demasiado bajas, la empresa puede estar interesada

en los compradores, pero es posible que no pueda atraer suficientes compradores. Si las expectativas son demasiado altas, los compradores quedarán decepcionados. (Armstrong & Kotler, 2003, p. 10) Contenido de la satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente tiene tres aspectos (Armstrong & Kotler, 2003, p. 18):

1. Desempeño percibido: Se refiere al desempeño (en términos de valor ofrecido) que los clientes creen que reciben después de comprar un producto o servicio. Es el "impacto" que los consumidores "ven" en el producto o servicio que compran.

El desempeño percibido tiene las siguientes características: se determina desde la perspectiva del cliente, no desde la perspectiva de la empresa; está influenciado por los pensamientos de los demás. Impresionar al cliente depende del estado de ánimo y de los motivos del cliente. 2

. Expectativas: Las expectativas son "expectativas" que un cliente debe tener para lograr un objetivo. Las necesidades del cliente son creadas por uno o más de los siguientes cuatro factores: El compromiso de la empresa con los beneficios del producto o servicio. Historial laboral, opiniones de amigos, familiares, conocidos y líderes de opinión. 3. Nivel Alto: Luego de comprar o recibir un producto o servicio, el cliente puede experimentar uno de los siguientes tres niveles de satisfacción: a) Insatisfacción: Ocurre cuando la recomendación del producto no satisface las necesidades del cliente. b) Satisfacción: Ocurre cuando el desempeño del producto satisface las necesidades del cliente. c) Insatisfacción: Ocurre cuando el desempeño excede las expectativas de los clientes. Beneficios de la satisfacción del cliente La satisfacción del cliente proporciona a las empresas beneficios en forma de fidelidad del cliente e imagen corporativa. Todos volvemos a la empresa como clientes una y otra vez porque sabemos que es buena, porque sabemos que podemos confiar en las personas que trabajan allí y sabemos que obtendremos el mismo servicio. Aunque casi todas las empresas son conscientes del valor de la satisfacción del cliente, muy pocas asumen el compromiso necesario para garantizar

la satisfacción del cliente (Denton, 2024, p. 19). Aunque una empresa u organización puede obtener muchos beneficios al garantizar la satisfacción del cliente, estos beneficios se pueden resumir en tres beneficios principales que dan una idea clara sobre la importancia de garantizar la satisfacción del cliente (Armstrong & Kotler, 2003, p. 14). ). 20): 1. Beneficio

1: Es más probable que los clientes satisfechos vuelvan a comprar. La empresa se aprovechará de su confianza y por tanto le venderá uno u otro producto en el futuro.

2. Segundo beneficio: los clientes están dispuestos a transmitir sus experiencias positivas con el producto o servicio a otros. Es por eso que la empresa recopila resultados de forma gratuita de los clientes que desean difundir la noticia entre sus familiares, amigos y conocidos.

3. Tercer beneficio: los clientes están dispuestos a dejar de lado la competencia.

Por lo tanto, la empresa gana una posición (participación) en el mercado. No comprender esta cuestión puede provocar errores de gestión y dificultar la implementación de un plan verdaderamente eficaz. Hace posibles cosas que de otro modo no sucederían.

Aunque rara vez se puede predecir el futuro con precisión y las circunstancias fuera de nuestro control pueden afectar nuestros mejores planes, los acontecimientos ocurrirán de vez en cuando a menos que se elabore un plan. La planificación es un proceso que requiere habilidad, ya que requiere tomar decisiones y tomar decisiones basadas en el propósito, el conocimiento y la predicción. Por otra parte, la planificación y la gestión no están separadas entre sí. Cualquier intento de gestión sin planificación será inútil porque no hay forma de saber adónde irán las personas (resultado de la gestión de proyectos) a menos que sepan adónde quieren ir primero (parte del ejercicio de planificación). En otras palabras, el plan proporciona la estructura de gestión.

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLOGICO**

En el presente capítulo se detalla la metodología de investigación utilizada para el desarrollo de la tesis. Así como las fuentes, los instrumentos y técnicas utilizadas en el proceso de recolección de la información para sustentar la veracidad de la investigación.

### **3.1 Enfoque**

#### **Modelo cualitativo:**

A diferencia de los modelos cuantitativos, los modelos cualitativos guían los esfuerzos del investigador para tomar decisiones y responder preguntas. ¿Qué es un hecho científico, cómo y cuándo surgió? ¿Quiere aprender más sobre un buen proceso para determinar por qué y cómo ocurren estos eventos? Este método se basa en la recopilación y recopilación de datos cualitativos de actividades de campo como entrevistas, así como la observación directa y el análisis de datos. Su objetivo principal es describir y explorar el comportamiento humano en contextos específicos con el objetivo de descubrir patrones, temáticas y valores en cada sociedad. Es una ciencia social que se basa en el estudio cualitativo de fenómenos sociales o problemas generales y determina o comprende la personalidad o el comportamiento de las personas por diversas razones registrando y describiendo los eventos en el estudio. (Pimienta, De la Orden y Estrada, 2018, p. 37)

#### **Modelo cuantitativo:**

Los métodos cuantitativos son estudios que recopilan datos significativos a partir de preguntas y encuestas y extraen conclusiones de investigación realizando análisis estadísticos sobre esta base. (Pimienta, De la Orden y Estrada, 2018, p. 37)

Se pueden recopilar datos objetivos a través de una investigación exhaustiva. Además, registrar el número de valores permite medir la frecuencia de los eventos y monitorear la situación real. Esto se hace entrevistando a mucha gente y recopilando mucha información. Gracias a muchos estudios, los científicos han aprendido que se puede establecer la relación exacta entre la causa y el problema. Inicialmente, muchos estudios

dan ejemplos de valores. Sin embargo, estos hallazgos se pueden generalizar a toda la población y así se puede obtener más información.

## **Alcance**

### **3.2 Diseño**

Diseño: Un elemento importante del marco teórico es el diseño de la investigación y, por tanto, el estudio de modelos y métodos (por ejemplo, un artículo o prueba), en el que se determina el método más apropiado para obtener datos. Por tanto, el modelo descrito corresponde al tipo de elección y conduce a una planificación cuidadosa de la búsqueda y obtención de los resultados del trabajo. (Pimienta, De la Orden y Estrada, 2018, p. 124).

Por lo tanto, los investigadores se centran en identificar probabilidades y resultados. Este tipo de investigación considera ideas estratégicas que no cambian variables sino que simplemente las observan o miden para luego analizarlas. (Pimienta, De la Orden y Estrada, 2018, p. 36). En todo tipo de investigación, especialmente encuestas y experimentos, es importante identificar personas que estén interesadas en el tema o problema que queremos abordar y que tengan características similares, ya que forma la base de las ciencias sociales. Este proceso está formado por todos los elementos, personas o rasgos de nuestro trabajo que tienen características similares, son observables en el espacio y el tiempo y se denominan públicos. (Hernández, 2021

### **3.3 Unidad de análisis u objeto de estudio**

Como ocurre con todo tipo de investigación, especialmente la investigación de campo y experimental, es importante identificar personas que estén involucradas en el tema

o problema que deseamos abordar y que compartan características similares como base de la investigación en cuestión. Este conjunto está formado por todos los elementos, individuos o factores que forman parte del objeto de nuestro estudio, que tienen características similares y observables en un lugar y tiempo determinado, y se denomina población. (Hernandez,2021

### **3.3.1 Población**

Los estudios de población a menudo se recopilan de una variedad de personas u objetos que son el foco principal de la investigación científica. La investigación se realiza en beneficio de las personas. Sin embargo, debido al tamaño de la población, la mayoría de los investigadores no pueden evaluar a todos los miembros de la población porque requeriría demasiado dinero y tiempo.

Por tanto, los investigadores se basan en técnicas de muestreo. Un estudio de población también se conoce como una colección de individuos o sujetos bien definidos con características similares. Todas las personas o cosas de un grupo suelen compartir características o cualidades comunes. Entre ellos se encontraban 37 trabajadores de la ferretería en Santa Rosa.

### **3.3.2 Muestra**

“La muestra es un subconjunto de la población, pero muchas veces no es posible medir toda una población, el cual seleccionaremos una muestra, luego se pretende que esa

muestra sea el reflejo fiel de la población” (Hernández et al., 2018, p.175) El muestreo fue de tipo no

probabilístico ya que se cuenta con una población pequeña y accesible. En consecuencia, la muestra fue poblacional, pues se trabajó con la totalidad de trabajadores de la Ferretería.

Una muestra es simplemente un subconjunto de la población.

El concepto de muestra surge de la incapacidad de los investigadores para probar a todos los individuos de una determinada población. La muestra debe ser representativa de la población de donde se extrajo y debe tener

el tamaño adecuado para garantizar el análisis estadístico. La función principal de la muestra es permitir que los investigadores lleven a cabo el estudio de los individuos de la población de

manera tal que los resultados de su estudio puedan ser utilizados para sacar conclusiones que se aplicarán a toda la población.

### **3.3.3 Criterios de inclusión o exclusión**

Proceso de participación.

Se incluyeron en el estudio los siguientes participantes: a Participantes que aceptaron participar en el estudio

Participantes mayores de 18 años

Participantes que respondieron el 100% de los ítems evaluados > Quién firmó el formulario de consentimiento.

Criterios de exclusión de participantes.

- Empleados que no cooperan en el estudio.

Personas que no quieren participar en la investigación

### **3.4 Instrumentos para la recolección de información**

De acuerdo con la investigación de gestión por procesos administrativos y su incidencia en la calidad de servicio en Ferretería Santa Rosa, fue necesario plantear y aplicar instrumentos para la recopilación de información tales como:

Ficha para la encuesta empleados.

En el estudio se utilizó la técnica de la encuesta, por la modalidad de estudio y el tiempo de aplicación. La encuesta es el procedimiento adecuado para recolectar datos a grandes muestras en un solo momento. (Hernández et al., 2018).

### **3.5 Variables o categorías**

- **Revisión de los datos.**

Se examinó en forma crítica cada uno de los instrumentos de recolección de datos que se utilizaron, a fin de realizar control de calidad de estos.

- **Codificación de los datos.**

Los datos recolectados, fueron transformados en códigos numéricos en función a las respuestas esperadas en los instrumentos de recolección de datos respectivos, según las variables del estudio.

- **Clasificación de los datos.**

Se realizó de acuerdo con las variables de forma categórica, numérica y ordinal.

- **Presentación de datos.**

Se presentó los datos en tablas dinámicas

### **3.6 Estrategia de análisis de datos**

Análisis de datos estadísticos

- **Análisis descriptivo** Se utilizó la estadística descriptiva de las variables que describían la muestra y las variables de estudio. Se elaboraron tablas de frecuencias respectivas.

## **CAPÍTULO IV: ANALISIS DE RESULTADOS**

**4.1. Análisis de los resultados del objetivo número uno (Plantear los problemas que se dan en el área administrativa y operativa de la “Ferretería Santa Rosa”).**

Los siguientes son resultados obtenidos de una encuesta de participantes en el proceso de acondicionamiento de Santa Rosa. Utilizamos la herramienta Google Forms para la evaluación de aplicaciones para analizar el proceso y los datos, y aquí están los resultados:

Desde herramientas de investigación hasta negocios, administración y hardware de Santa Rosa Entrevistamos a los ejecutivos de la empresa.

**4.2. Análisis de los resultados del objetivo número dos (Proponer el mejoramiento en la gestión de los procesos administrativos y operativos de la “Ferretería Santa Rosa”).**

**Objetivo 1**

Plantear los problemas que se dan en el área administrativa y operativa de la “Ferretería Santa Rosa”.

**Análisis FODA**

**Fortalezas (F)**

**1. Ubicación estratégica:** La ferretería está ubicada en Barranca, Puntarenas, un lugar con alta demanda de productos de construcción, lo que asegura una base sólida de clientes locales.

**2. Experiencia en el mercado:** La Ferretería Santa Rosa tiene una trayectoria establecida en la zona, lo que le da reconocimiento y confianza entre los clientes.

**3. Variedad de productos:** Ofrece una amplia gama de productos de carpintería, cemento, tornillos, herramientas, entre otros, cubriendo diversas necesidades en el sector de la construcción.

**4. Compromiso del equipo de trabajo:** Aunque se han detectado problemas de motivación, la mayoría de los empleados se siente comprometida con la gestión de la calidad y el servicio al cliente.

**5. Relación con clientes locales:** La ferretería tiene una relación cercana con sus clientes habituales, lo que facilita la lealtad y repetición de negocios.

### **Oportunidades (O)**

**1. Expansión de cobertura geográfica:** Con una mejora en el transporte y los procesos logísticos, la ferretería podría ampliar su cobertura a otras áreas cercanas y captar nuevos mercados.

**2. Incremento en el uso de tecnología:** La implementación de software para la gestión de inventarios, ventas y transporte puede mejorar la eficiencia y el control operativo.

**3. Nuevas tendencias en construcción y remodelación:** Aprovechar las nuevas demandas en productos ecológicos, energéticamente eficientes y sostenibles para atraer un nuevo segmento de clientes.

**4. Capacitación del personal:** Invertir en la formación continua del equipo en áreas como atención al cliente, ventas, logística y seguridad industrial, lo que mejorará el rendimiento y la motivación.

**5. Alianzas estratégicas:** Establecer alianzas con proveedores más grandes o con empresas de transporte locales para mejorar el servicio de entrega y ampliar la oferta de productos.

### **Debilidades (D)**

**1. Procesos no estructurados:** La falta de formalización y estructura en los procesos administrativos y operativos afecta la eficiencia general de la empresa.

**2. Limitaciones en el transporte:** La flota de vehículos es insuficiente para cumplir con la demanda de entregas, lo que genera demoras y una cobertura limitada.

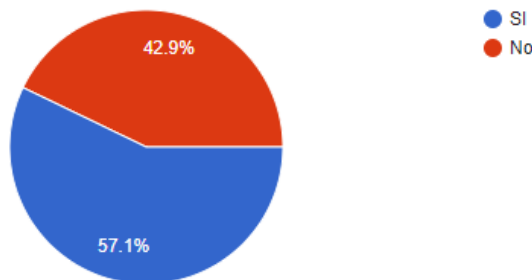
3. **Dependencia excesiva del propietario:** El dueño asume la mayoría de las tareas operativas y de gestión, lo que dificulta la delegación y la especialización en áreas clave.
4. **Falta de tecnología:** La empresa no utiliza herramientas tecnológicas avanzadas para la gestión de inventarios, ventas o transporte, lo que resulta en una operación manual y menos eficiente.
5. **Recursos humanos limitados:** Hay una evidente falta de recursos en términos de personal capacitado para manejar las áreas clave de la empresa.

#### Amenazas (A)

1. **Competencia creciente:** Existen competidores más ágiles y con mayores recursos que pueden ofrecer precios más bajos o mejores servicios de entrega, poniendo en riesgo la participación de mercado de la ferretería.
2. **Fluctuaciones del mercado:** El mercado de la construcción puede ser muy volátil, afectado por crisis económicas o cambios en la demanda de materiales.
3. **Falta de motivación del personal:** Si no se abordan los problemas de motivación, esto podría generar una rotación elevada de empleados, impactando la productividad y calidad del servicio.
4. **Altos costos de transporte y mantenimiento:** El costo de mantenimiento de los vehículos y el aumento en los precios del combustible representan una amenaza para la rentabilidad de la empresa.
5. **Dependencia en productos básicos:** La ferretería se concentra principalmente en productos comunes y básicos, lo que podría limitar su capacidad de diferenciación frente a competidores más especializados

#### Gráfico#1 Motivación de personal

Falta motivacion en la empresa?

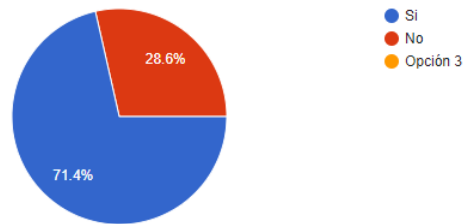


Fuente:elaboracion propia 2024

**Un 57.1%. De los entrevistados cree que sí falta motivación en la empresa.**

## Gráfico #2 Manejo operativo

¿Cree usted que el área operativa puede mejorar?

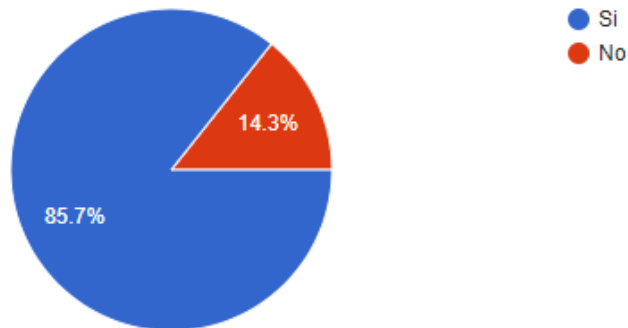


Fuente: Elaboración propia 2024

71% cree que el área operativa sí puede mejorar.

## Gráfico #3 Área administrativa

¿Considera que el área administrativa tiene que crecer juntamente con sus obligaciones?

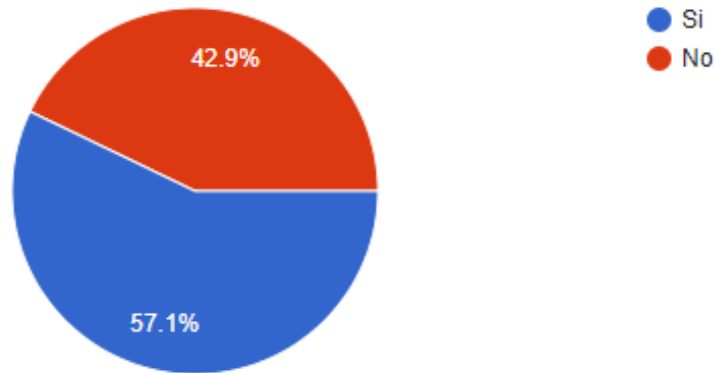


Fuente: Elaboración propia 2024

Con un chequeo 85.7% cree que el área administrativa se tiene que crecer juntamente con sus obligaciones.

#### Gráfico #4 Mejoras de los procesos

¿Se pueden implementar mejoras en los procesos operativos?



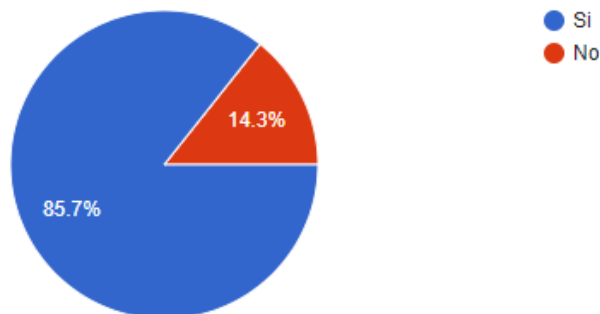
Fuente: Elaboración propia 2024

Un 57.1% cree que sí se pueden implementar mejoras en los procesos operativos.

Mientras tanto, un 42.9% cree que no es posible.

#### Gráfico #5 Medias de seguridad

¿Considera que en la empresa se implementan medidas de seguridad para sus colaboradores?



Fuente: Elaboración propia 2024

En la empresa, un 85.7% cree que sí se implementa medidas de seguridad.

## Objetivo 2

**Proponer el mejoramiento en la gestión de los procesos administrativos y de la “Ferretería Santa Rosa”.**

### **Propuesta de Benchmarking**

**Objetivo del benchmarking:** El objetivo del benchmarking para la Ferretería Santa Rosa es identificar y adoptar las mejores prácticas en el sector ferretero para mejorar la eficiencia operativa, optimizar los procesos de gestión y aumentar la competitividad en el mercado.

#### **Empresas a considerar para el benchmarking:**

##### **1. Ferretería EPA (Costa Rica):**

**o Tamaño:** Cadena de ferreterías a nivel nacional e internacional.

##### **o Áreas de benchmarking:**

▪ **Logística y transporte:** EPA utiliza sistemas eficientes de distribución que permiten tiempos de entrega reducidos y cobertura a nivel nacional.

▪ **Gestión de inventarios:** EPA emplea sistemas de inventario automatizados que permiten una mejor rotación de productos, evitando faltantes o excesos en stock.

▪ **Estrategias de comercialización:** La empresa se destaca por campañas de promoción constantes y la fidelización de clientes a través de programas de descuentos.

##### **2. Ferretería El Lagar (Costa Rica):**

**o Tamaño:** Cadena con múltiples sucursales en diferentes provincias de Costa Rica.

##### **o Áreas de benchmarking:**

▪ **Atención al cliente:** Ofrece un servicio al cliente altamente calificado, con personal especializado que asesora a los clientes según sus necesidades específicas.

- **Procesos operativos:** El Lagar ha logrado mejorar la eficiencia operativa mediante la estandarización de procesos en todas sus sucursales, reduciendo tiempos de espera y costos operativos.

- **Diversificación de productos:** Tiene una amplia gama de productos que incluyen no solo materiales de construcción, sino también artículos de jardinería, decoración y más.

### **3. Ferretería Avanti (Costa Rica):**

- o **Tamaño:** Empresa con varias sucursales en el país.

- o **Áreas de benchmarking:**

- **Tecnología en procesos:** Utiliza plataformas digitales para ventas, control de inventarios y atención al cliente, lo que agiliza la operación diaria y mejora la experiencia del cliente.

- **Programas de fidelización:** Avanti ofrece programas de fidelización que otorgan beneficios exclusivos a sus clientes frecuentes, lo que incentiva la repetición de compras.

- **Marketing digital:** Tiene una fuerte presencia en plataformas digitales y redes sociales, lo que le permite alcanzar un público más amplio y generar más ventas.

#### **Áreas clave de mejora con el benchmarking:**

- 1. Logística y transporte:** Implementar un sistema de gestión de transporte basado en las mejores prácticas de EPA, optimizando rutas de entrega, mantenimiento de vehículos y subcontratación de transportes externos cuando sea necesario.

- 2. Gestión de inventarios:** Adoptar herramientas tecnológicas como las usadas por EPA y El Lagar para automatizar el control de inventarios, lo que permitirá mejorar la rotación de productos y evitar faltantes o acumulaciones innecesarias.

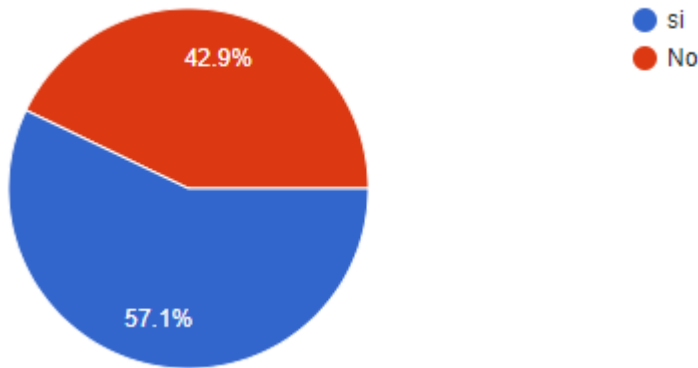
- 3. Atención al cliente:** Implementar un enfoque similar al de El Lagar, con personal más capacitado y especializado, brindando asesoramiento personalizado a los clientes para aumentar la satisfacción y la lealtad.

**4. Estrategias de fidelización:** Estudiar los programas de fidelización de Avanti para crear un sistema que premie a los clientes más frecuentes de la ferretería, ofreciendo descuentos o beneficios adicionales.

**5. Uso de tecnología:** Emular el enfoque de Avanti hacia la digitalización de los procesos de ventas y atención al cliente, implementando una plataforma digital que permita gestionar pedidos en línea, recibir pagos y realizar un seguimiento más eficiente de las entregas.

#### Gráfico #6 Servicio al cliente

¿Se da un excelente servicio al cliente por parte del departamento administrativo?

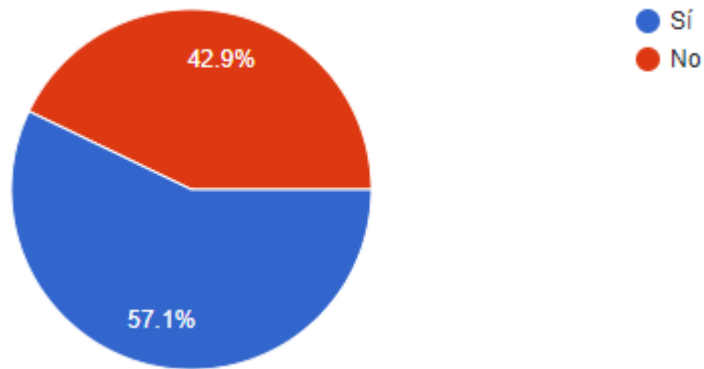


Fuente: Elaboración propia 2024

Un 57.1% menciona que si se da un excelente servicio al cliente en la ferretería.

#### Gráfico #7 gestiones operativas

¿Se han planteado los problemas de gestiones operativas al gerente?



Fuente: Elaboración propia 2024.

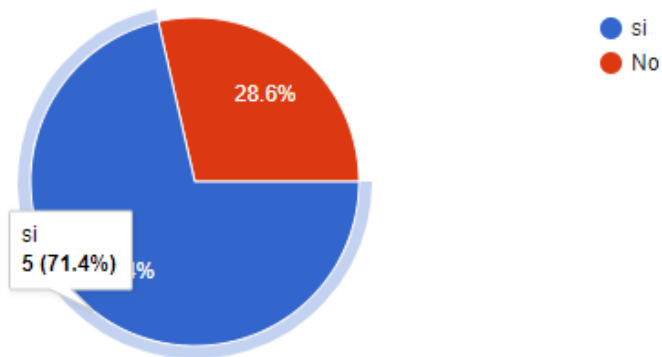
Un 42.9% menciona que no se han planteado los problemas operativos al gerente

### Objetivo 3

Proponer un plan de Seguridad Industrial en la empresa para el mejoramiento de los procesos operativos de la “Ferretería Santa Rosa”.

### Gráfico #8 calidad de servicio

¿Se ha analizado la calidad del servicio en la ferretería?

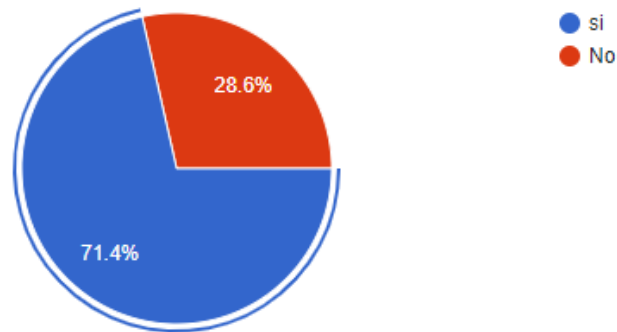


Fuente: Elaboración propia 2024

Un 71.4% menciona que si se ha analizado la calidad del servicio en la ferretería

### Gráfico #9 mejoras en la empresa

¿Cree usted que pueda haber una mejora en la empresa una vez terminada esta investigación?



Fuente: Elaboración propia 2024

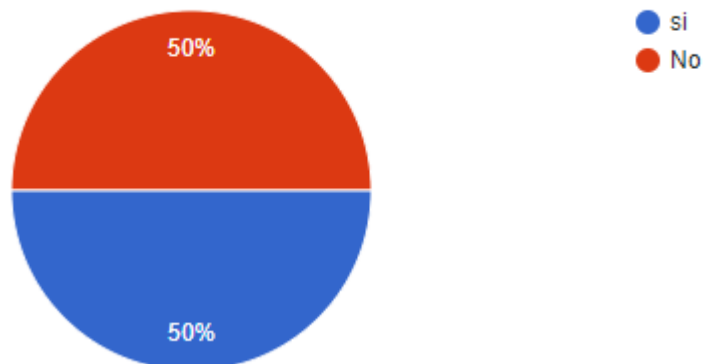
Un 71.4% menciona que si puede haber una mejora una vez se haya terminado esta investigación

#### Objetivo 4

Analizar la calidad de servicio al cliente para el mejoramiento de gestión en los procesos administrativos y operativos de la “Ferretería Santa Rosa”.

#### Gráfico #10 departamento administrativo

¿El departamento administrativo ayuda a en las gestiones operativas cuando se le requiere?

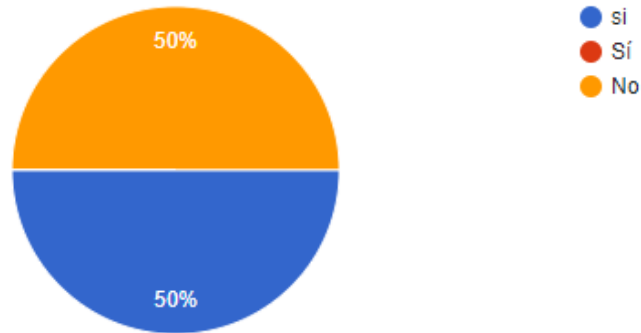


Fuente: Elaboración propia 2024

La mitad de los encuestados menciona que si deben ayudar a la parte operativa cuando se le requiere.

Gráfico #11 manejo de gestión

¿Considera usted que la gestión de la empresa se ha sabido manejar?

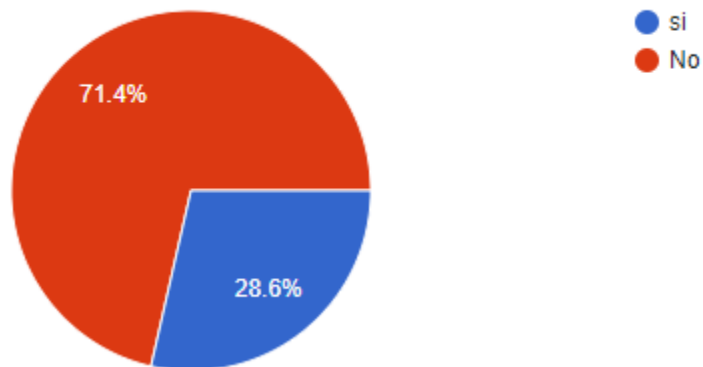


Fuente: Elaboración propia 2024

Un 50% menciona que la empresa no se ha sabido manejar

Gráfico#12 planes de mejora

¿Se han propuesto planes de mejora en los anteriores meses a esta investigación?

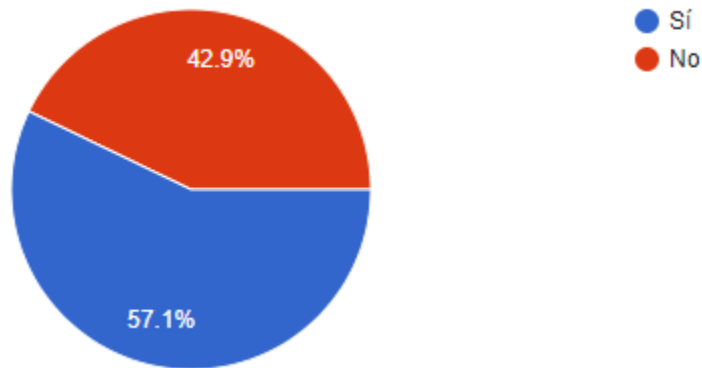


**Fuente: Elaboración propia 2024**

**Mediante la investigación se demuestra que un 71.4% menciona que no se han planteado planes de mejora en la empresa.**

**Gráfico #13 planes de seguridad**

¿Se ha comentado con todos los colaboradores planes de seguridad?

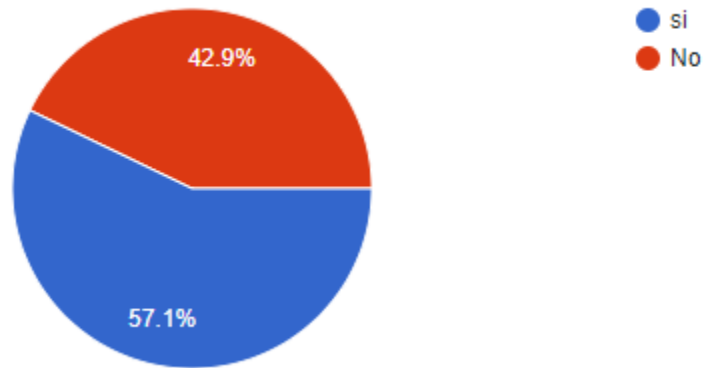


**Fuente: Elaboración propia 2024**

**Un 42.9% mencionan que no se han comentado planes de seguridad en la empresa.**

**Gráfico #14 Seguridad operativa y administrativa**

¿Considera que la seguridad en los procesos debería aplicarse desde lo operativo hasta lo administrativo?



**Fuente: Elaboración propia 2024**

**Un 42.9% mencionan que no se aplican equitativamente los planes de seguridad en la empresa.**

### **Transporte de la Ferretería Santa Rosa**

#### **Descripción del sistema de transporte actual:**

Ferretería Santa Rosa, ubicada en Barranca, Puntarenas, utiliza un sistema de transporte propio para la distribución de sus productos a clientes locales. La ferretería cuenta con un pequeño número de vehículos que realiza entregas a diferentes puntos de la zona, abarcando principalmente el área de Puntarenas y sus alrededores. Los vehículos son utilizados para transportar productos como cemento, madera, tornillos, herramientas, y otros artículos pesados, fundamentales en el sector de la construcción.

#### **Problemas actuales:**

**1. Capacidad limitada:** La flota de vehículos con la que cuenta la ferretería es insuficiente para atender de manera eficiente todos los pedidos que se generan durante las horas de mayor demanda. Este problema se agrava durante los fines de semana, cuando hay mayor flujo de clientes, y no siempre se puede cumplir con todas las entregas de manera oportuna.

**2. Costos de mantenimiento:** El mantenimiento de los vehículos representa un gasto considerable para la empresa. El uso constante de los camiones en distancias medianas y largas genera un desgaste frecuente de los mismos, lo que incrementa los costos operativos relacionados con el transporte.

**3. Cobertura geográfica:** Aunque la ferretería tiene un mercado local sólido, sus limitaciones en transporte impiden que pueda expandirse de manera eficiente a otras zonas cercanas. En algunos casos, la distancia a nuevos mercados representa un obstáculo logístico, ya que no se cuenta con suficientes recursos para cubrir áreas más alejadas.

**4. Demoras en entregas:** En ciertas ocasiones, los retrasos en las entregas han generado quejas por parte de los clientes. Esto afecta la percepción de la calidad del servicio y puede comprometer la fidelidad de los consumidores.

Propuesta de mejoramiento del transporte:

Para mejorar el sistema de transporte y resolver las dificultades actuales, es necesario adoptar un enfoque estratégico en las siguientes áreas:

**1. Ampliación de la flota:** Dado que la demanda ha superado la capacidad actual, se recomienda la adquisición de al menos un vehículo adicional para poder gestionar eficientemente el volumen de entregas. Este nuevo recurso permitirá reducir los tiempos de entrega y aumentar la capacidad de atención durante los picos de demanda.

**2. Optimización de rutas:** Implementar un sistema de planificación de rutas más eficiente que permita organizar las entregas de manera óptima, agrupando los pedidos por zonas geográficas. Esto no solo reducirá los costos de combustible, sino que también mejorará los tiempos de entrega.

**3. Mantenimiento preventivo:** Establecer un programa de mantenimiento preventivo regular para los vehículos de la empresa, asegurando que estén en óptimas condiciones de funcionamiento. Esto reducirá los gastos imprevistos de reparación y prolongará la vida útil de los camiones.

**4. Subcontratación de transporte adicional:** Considerar la posibilidad de subcontratar servicios de transporte para aquellos pedidos de mayor volumen o para cubrir zonas más alejadas. De esta manera, la ferretería puede ofrecer un mejor servicio sin tener que hacer una inversión significativa en nuevos vehículos.

**5. Capacitación de conductores:** Capacitar al personal encargado del transporte en temas de seguridad vial, eficiencia de combustible y mantenimiento básico del vehículo. Una operación más segura y eficiente puede tener un impacto positivo tanto en los costos como en la satisfacción del cliente.

**Impacto en la competitividad:**

El mejoramiento del sistema de transporte de la Ferretería Santa Rosa no solo resolvería problemas logísticos actuales, sino que también abriría nuevas oportunidades de expansión de mercado, incrementando la capacidad de la empresa para cubrir más áreas geográficas y atender a más clientes. La optimización en las entregas también contribuirá a mejorar la imagen de la empresa y a fidelizar a los clientes, quienes valoran un servicio rápido y confiable.

**CAPITULO V**  
**DISCUSION**

## **Discusión**

El proceso de encontrar candidatos adecuados y atraerlos para postularse para puestos vacantes en una organización se llama reclutamiento. Este es el primer paso para elegir el personal adecuado para la organización. Esto lo harás a través de anuncios en periódicos, portales de contratación online, LinkedIn, consultoría e incluso tu página personal (si tienes una).

Comienza con un análisis de las políticas de la organización y termina con una introducción al tema del reclutamiento. Estos incluyen requisitos, identificación del perfil y capacidades del candidato, evaluación, entrevistas, etc. Contiene. Esto también significa que este complejo proceso requiere tiempo suficiente para tomar la decisión correcta. Echemos un vistazo a continuación al impacto de las preguntas de evaluación en este contexto.

Pero tener el mejor talento requiere esfuerzo y planificación, porque sin duda aumentará la competitividad de una empresa orientada al éxito. En pocas palabras, las grandes empresas las fundan grandes personas.

Cuando se examina la situación de la empresa a través de la auditoría, se ve que, si bien existen regulaciones similares, existen deficiencias en el reclutamiento, selección, reclutamiento, capacitación, evaluación del desempeño y otros procedimientos de la empresa.

La discusión de este proceso de investigación se basa en la relación entre argumentos sobre el problema actual y datos reales elaborados por otros autores vistos en los antecedentes de este estudio.

Se Realizaron consultas para comprender el primer objetivo, a lo cual se ve claramente que no tienen un sentimiento de identificación con la empresa.

Según la "Teoría del Marketing Tecnológico" las ideas de las empresas ferreteras y agrícolas son un desperdicio de tierra.)

Las preguntas están diseñadas para centrarse en información de evaluación del cliente en función del precio y la calidad del producto, pregunta relacionada con el segundo objetivo que es identificar los factores que influyen en la capacidad de Ferretería Santa rosa.

Ferretería Carlitos Según el análisis de las Preguntas, en promedio las personas tienen buenas preguntas sobre precio y buena satisfacción, por lo que es necesario crear ideas para gestionar el precio y la satisfacción del cliente para mejorar las necesidades de los clientes.

Según Roldán (2018), se ha desarrollado capacidad conjunta para expandirse y posicionarse como una de las empresas que hoy hacen negocios en el país, dijo, influenciado por su historia. Se realizó un análisis del comportamiento de los usuarios y se determinó que las mujeres necesitaban un lugar para comprar en el mercado, por lo que decidieron retirar algunos artículos como artículos del hogar y crear un lugar para almacenar artículos del hogar. ganancia.

Las preguntas se enfocan en determinar la experiencia del comprador en base a la calidad del producto, esta pregunta está relacionada con el tercer objetivo, determinar qué se debe hacer.

Las Preguntas de personas potenciales con base en sus respuestas Investigación, presentación y en promedio al 50% de los productos se les preguntó sobre cómo atraer nuevos clientes, las preguntas están diseñadas para enfocarse en los clientes potenciales entender a los clientes debido a varios factores (productos) relacionado con el cuarto objetivo, es decir, querer el éxito.

Los clientes potenciales son positivos, es decir, los clientes potenciales están satisfechos con los productos que compiten en el mercado, esto se debe a que existen segmentos débiles.

En la encuesta realizada a clientes potenciales las expectativas de los clientes alcanzaron el 55%, lo que significa que las expectativas son altas debido a que existe atención al cliente en el mercado.

Cuando el modelo de gestión del talento se utilice para las necesidades, deseos y necesidades de todos los empleados, el talento se convertirá en una competencia importante en la industria ferretera.

**Cuadro comparativo de procesos de gestión de personal de la Ferretería santa Rosa**

<b><u>Variable</u></b>	<b><u>Modelo actual</u></b>	<b><u>Propuesta</u></b>
<b>Reclutamiento de personal</b>	<p>Por medio de correo electrónico o WhatsApp</p> <p>Perfiles no actualizados al año activo. Uso de contratación interna</p> <p>Nula publicidad de trabajo</p>	<p>Analizar la contratación externa como método activo.</p> <p>Contratación de empresas destacadas para revisión en base a perfiles solicitados.</p> <p><b>Análisis certero de la persona a reclutar.</b></p>
<b>Selección de personal</b>	<p>Se realizan convocatorias de manera informal</p> <p>No se analiza concretamente las hojas de vida.</p> <p>Entrevistas nulas</p> <p>No hay informes al respecto.</p>	<p><b>Análisis certero de currículos externos</b></p> <p>Entrevistas</p> <p>Pruebas de actitud y aptitud.</p> <p>Verificación de información de currículos</p>
<b>Contratación</b>	<p>Se realiza la respectiva contratación interna</p> <p>Se firma el contrato establecido.</p>	<p>Formalización del proceso de contratación</p> <p>Beneficios de ley</p> <p>Beneficios de empresa</p>
<b>Capacitación</b>	<p>Nula capacitación</p> <p>La experiencia adquirida le es válida como capacitación</p>	<p>Colaboradores capacitados por empresas referentes del mercado ferretero.</p> <p>Colaboradores beneficiados por cumplir las horas de capacitación preestablecidas antes de iniciar con sus nuevas labores.</p>

**CAPITULO VI**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## **CONCLUSIONES**

Después de encuestar a la empresa, los socios dijeron que no tienen una buena gestión de los empleados porque les dan un conocimiento mediocre del negocio e ignoran las necesidades metodológicas de la empresa esto en base a al objetivo específico 1 que trata sobre la problemática en la empresa.

Se trata de una necesidad, es decir, los empleados requieren que se defina mejor el rol que desempeñará y que se dé mejor información a los compañeros de la empresa, que es necesario entender para alcanzar la excelencia en cada tarea, todo el personal lo necesita.

La gestión de talento humano es un proceso que permite modificar el plan de acuerdo con las condiciones cambiantes que se presentan en el desarrollo de las actividades de la empresa, y cuya implementación proporcionará un nuevo rumbo especificado en el objetivo específico 2 sobre el mejoramiento de la empresa.

Los modelos de planificación estratégica son útiles para pequeñas y medianas organizaciones, porque el uso de nuevos equipos brindará las herramientas necesarias para ayudar a gestionar el desarrollo y gestión de procesos, señalizando ideas, permitiéndole así dar seguimiento a las mismas y fomentando la seguridad especificada en el objetivo 3.

Mediante la Orientación sobre los objetivos y recursos y oportunidades de corto y largo plazo de la organización ante la debilidad económica se trata de alcanzar el mejoramiento tanto operacional como para el cliente.

## **RECOMENDACIONES**

Se sugiere que la dirección de la ferretería Santa Rosa utilice la planificación estratégica no para predecir el futuro de la institución, sino para afrontar mejores condiciones de acuerdo con los cambios competitivos en el campo. Además, la ferretería podrá orientar todos sus esfuerzos y recursos hacia su futuro a través de su nueva línea de negocio.

El gerente es responsable de crear importantes equipos que permitirán a la empresa conseguir más negocios.

Más importante aún, se debe crear y desarrollar modelos de planificación estratégica basados en situaciones reales para mejorar los procesos y operaciones necesarios para alcanzar el futuro deseado.

Capacidad para centrarse en nuevas tareas y la dirección debe tomar medidas para analizar el mercado y comprender la percepción de los clientes y establecer un buen sistema económico ayudará a resolver el problema del lento crecimiento y la débil participación.

**CAPITULO VII**  
**BIBLIOGRAFIA**

Duque, C. H. (2020). *Investigación en administración en América Latina: evolución y resultados*. Manizales.

Chiavenato, I. (2022). *Gestión de talento humano*. Costa Rica: McGrawHill.

Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano*. McGraw Hill.

Santos, A. (2021). *Gestión de Talento Humano y del conocimiento*. Ecoe. Ediciones.

Rodriguez, J. L. (2018). *Dirección estratégica de los recursos humanos*. Ediciones Piramide.

Briceño, F. (2018). *El Talento Humano: Un Capital Intangible que Otorga Valor en las Organizaciones*.

INEC. (2019). *Directorio de empresas y establecimientos*.

Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la teoría general de la administración. Una visión integral de la moderna administración de las organizaciones*. 10. ed.. Mexico: McGraw-Hill.

Duque, C. G. (2019). *Enfoques administrativos presentes en establecimientos educativos: Un estudio empírico en instituciones Costa Ricanas de educación básica y media*. Manizales.

Strauss, A. &. (2021). *Base de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamental*. Costa Rica: Universidad de antioquia.

Hernández, R. (2018). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.

Fernández Collado, C. B. (2018). *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill.

Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*.

Caracas, Venezuela: Episteme, C.A.

Ibanez, B. (2019). *Apoyo administrativo a la administracion de recursos humanos*.

España: Obiedo: edicion Nobel.

Flores, R. &. (10 de marzo de 2019). *Universidad autonoma del estado de hidalgo*.

Obtenido de [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P\\_Presentaciones/tlahuelilpan/administracio](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tlahuelilpan/administracio)

Vecino, J. M. (25 de febrero de 2019). *De gerencia.com*. Obtenido de <http://www.degerencia.com/articulo/importancia-del-area-de-gestion-humanapara-la-empresa>

Alles, M. A. (2021). *Diccionario de terminos de recursos humanos*. Buenos Aires: Granica S.A.

Eslava, J. (2021). *La gestion del control interno en la empresa*. ESIC. Matheus, R. (2019). *Gestion de riesgos en la empresa*. Venezuela.

# **ANEXOS**



## CARTA DEL TUTOR

San José, 23 de agosto de 2024

**Señor**  
**Luis Vargas Zúñiga**  
**Director Facultad de Ciencias Económicas**  
**Universidad Hispanoamericana**

Estimado señor:

La estudiante **Kristel Ivonne Corrales Castillo**, cédula de identidad número **6-0477-0643**, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado, " **Propuesta de rediseño de los procesos administrativos y estratégicos de crecimiento en la Ferretería Santa Rosa, Puntarenas Costa Rica al año 2024** " el cual ha elaborado para optar por el grado académico de bachillerato.

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%	9%
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	20%
c)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	20%
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	16%
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	18%
	TOTAL		83%

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

Atentamente,

JOSE ISMAEL  
ALPIZAR VARGAS  
(FIRMA)



Firmado digitalmente por  
JOSE ISMAEL ALPIZAR  
VARGAS (99884)  
Fecha: 2024.08.23 18:22:19  
-30702

**José Ismael Alpizar Vargas**  
**Cédula identidad N 2-0529-0967**  
**Carné Colegio Profesional N**

## DECLARACIÓN JURADA

Yo **Kristel Ivonne Corrales Castillo**, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número **6-0477-0643** egresado de la carrera de **Administración de Negocios** 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 **Bachillerato de Administración de Negocios**, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado:

**Propuesta de rediseño de los procesos administrativos y estratégicos de crecimiento en la Ferretería Santa Rosa, Puntarenas Costa Rica al año 2024**, 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 Puntarenas, a los **veintitres** días del mes de **agosto** del año dos mil **veinticuatro**.



Firma del estudiante

Cédula: **6 0477 0643**

## CARTA DE LECTOR

San José, 19 de setiembre del 2023

Universidad Hispanoamericana  
Sede Heredia  
Carrera de Administración

Estimado señor

La estudiante Kristel Ivonne Corrales Castillo, cédula de identidad 603940793, me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **“Propuesta de rediseño de los procesos administrativos y estratégicos de crecimiento en la Ferretería Santa Rosa, Puntarenas Costa Rica al año 2024”**, el cual ha elaborado para obtener su grado de bachillerato.

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, particularmente lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y análisis de datos, la consistencia de los datos recopilados y la coherencia entre éstos y las conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte de la investigación. He verificado que se han hecho las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

Por consiguiente, este trabajo cuenta con mi aval para ser presentado en la defensa pública.

Atte.

Alexander  
Cordero  
Céspedes

Firmado digitalmente por  
Alexander Cordero Cespedes  
Fecha: 2024.09.19 13:40:31  
-06'00'

MBA. Alexander Cordero Céspedes, lic.  
Cédula 1-732-096  
Carné 5813

**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA**  
**CENTRO DE INFORMACION TECNOLOGICO (CENIT)**  
**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA**  
**REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA**  
**DE LOS TRABAJOS FINALES DE GRADUACION**

Puntarenas, 23 de septiembre del 2024

Señores:

Universidad Hispanoamericana

Centro de Información Tecnológico (CENIT)

Estimados Señores:

La suscrita Kristel Ivonne Corrales Castillo con número de identificación 6 0477 0643 autora del trabajo de graduación titulado Propuesta de rediseño de los procesos administrativos y estratégicos de crecimiento en la Ferretería Santa Rosa presentado y aprobado en el año 2024 como requisito para optar por el título de Bachillerato en Administración de Negocios; Si autorizo al Centro de Información Tecnológico (CENIT) para que con fines académicos, muestre a la comunidad universitaria la producción intelectual contenida en este documento.

De conformidad con lo establecido en la Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos N° 6683, Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica.

Cordialmente,



---

Firma y Documento de Identidad

 REPÚBLICA DE COSTA RICA  
Tribunal Supremo de Elecciones  
Cédula de Identidad

**6 0477 0643**



Nombre: **KRISTEL IVONNE**  
1º Apellido: **CORRALES**  
2º Apellido: **CASTILLO**  
C.C:



Número de Cédula: **6 0477 0643**  
Fecha de Nacimiento: **16 01 2003**  
Lugar de Nacimiento: **EL ROBLE CENTRAL PUNTARENAS**  
Nombre del Padre: **CLAUDIO CORRALES CASANOVA**  
Nombre de la Madre: **ROSA MARIA CASTILLO CASTILLO**  
Domicilio Electoral: **JUANITO MORA CENTRAL PUNTARENAS**  
Vencimiento: **12 01 2031**



001383567

**ANEXO 1 (Versión en línea dentro del Repositorio)**  
**LICENCIA Y AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA PUBLICAR Y**  
**PERMITIR LA CONSULTA Y USO**

**Parte 1. Términos de la licencia general para publicación de obras en el repositorio institucional**

Como titular del derecho de autor, confiero al Centro de Información Tecnológico (CENIT) una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

- a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, el autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito.
- b) Autoriza al Centro de Información Tecnológico (CENIT) a publicar la obra en digital, los usuarios puedan consultar el contenido de su Trabajo Final de Graduación en la página Web de la Biblioteca Digital de la Universidad Hispanoamericana
- c) Los autores aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.
- d) Los autores manifiestan que se trata de una obra original sobre la que tienen los derechos que autorizan y que son ellos quienes asumen total responsabilidad por el contenido de su obra ante el Centro de Información Tecnológico (CENIT) y ante terceros. En todo caso el Centro de Información Tecnológico (CENIT) se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.
- e) Autorizo al Centro de Información Tecnológica (CENIT) para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.
- f) Acepto que el Centro de Información Tecnológico (CENIT) pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.
- g) Autorizo que la obra sea puesta a disposición de la comunidad universitaria en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en las “Condiciones de uso de estricto cumplimiento” de los recursos publicados en Repositorio Institucional.

SI EL DOCUMENTO SE BASA EN UN TRABAJO QUE HA SIDO PATROCINADO O APOYADO POR UNA AGENCIA O UNA ORGANIZACIÓN, CON EXCEPCIÓN DEL CENTRO DE INFORMACIÓN TECNOLÓGICO (CENIT), EL AUTOR GARANTIZA QUE SE HA CUMPLIDO CON LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES REQUERIDOS POR EL RESPECTIVO CONTRATO O ACUERDO.