

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 1 de 23

1. Programa Académico:

Especialización en Gestión Empresarial

2. Título del Caso de Estudio (En español e inglés):

Diagnóstico al área comercial de la empresa Construcción y Mantenimiento HOBRE SAS

Diagnosis to the commercial area of the company Construction and Maintenance HOBRE SAS

3. Datos del (los) Autor(es):

Nombres	Apellidos	Correo Electrónico	Programa Académico	Modalidad (Presencial / Virtual)	Biografía académica (hasta 60 palabras)
Leidy Carolina	Nieto López	nieto.leidy2@hotmail.com	Posgrado	Presencial	
Cindy Julieth	González Giraldo	Cinde40@hotmail.com	Posgrado	Presencial	

4. Fecha de entrega del documento Trabajo de Grado (DD/MM/AAAA):

17

04

2017

5. Resumen Ejecutivo del Caso de Estudio:

La empresa Construcción y Mantenimiento HOBRE SAS, presta los servicios de locativas a los almacenes de cadena y empresa como Coninsa Ramón H., Falabella y Cencosud, siendo reconocidos por la calidad de sus

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 2 de 23

servicios y el cumplimiento, esto ha llevado a realizar un diagnóstico del área comercial para indagar, sobre que estrategias se pueden utilizar para poder ampliar la cobertura a nivel nacional, destacando el buen servicio que presta y las falencias a mejorar.

Para lograr esto, se debe implementar una herramienta que facilite la recolección de datos, en este caso como mejor opción, se elige la encuesta, desarrollada con los clientes de la compañía, arrojando como resultado unas estadísticas en donde se analizan una por una, para luego proponer las diferentes estrategias útiles para poder llegar al objetivo de la investigación.

Abstract:

The company Construction and Maintenance HOBRE SAS, provides the services of leases to the chain and company stores as coninsa ramón h, Falabella and Cencosud, being recognized for the quality of its services and the compliance, this has led to make a diagnosis of the area Commercial to inquire what strategies can be used to expand coverage nationwide, highlighting the good service provided and shortcomings to improve.

To achieve this, a tool should be implemented to facilitate the collection of data, in this case as the best option, the survey is chosen, developed by the company's clients, resulting in statistics where they are analyzed one by one, for Then propose different strategies useful to reach the objective of the research.

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 3 de 23

6. Palabras clave:

Locativa

Que expresa lugar. Construcción locativa, complemento locativo.

Cultura organizacional:

Es una idea en el campo de los estudios de las organizaciones y de gestión que describe la psicología, las actitudes, experiencias, creencias y valores (personales y culturales) de una organización.

Diagnóstico:

Conclusión prospectiva del análisis de la situación económica, política o social de una empresa, región o territorio.

7. Objetivo de Aprendizaje:

General:

Diagnosticar el área comercial de la empresa CONSTRUCCION Y MANTENIMIENTO HOBRE SAS.

Específicos:

- Contextualizar El estado actual de la empresa CONSTRUCCION Y MANTENIMIENTO HOBRE SAS en el área comercial.
- Identificar los problemas que presentan en el área comercial, de la empresa.
- Elaborar un instrumento que ayude a la recolección de información necesaria.

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 4 de 23

- Analizar la información obtenida, definiendo estrategias que brinden solución a la problemática presentada.

8. En qué Asignaturas / Módulos puede ser usado el caso de estudio:

Fundamentos de Marketing – Pregrado

Mercadeo – Pregrado

Psicología del consumidor – Pregrado

9. Definición de la Situación / Problema:

En la actualidad existen muchas empresas en el mercado dedicadas al mantenimiento y reparaciones locativas, que aun cuando poseen ventajas competitivas, no las reconocen y no tienen claridad sobre como poder aprovecharlas.

Debido a esta falencia que se ha detectado a nivel interno, en la empresa CONSTRUCCION Y MANTENIMIENTO HOBRE SAS, se requiere realizar un diagnóstico para analizar el comportamiento del área comercial, abarcando todos los referentes y así poder dar algunas alternativas, para que a futuro se puedan aplicar a nivel interno, logrando el aumento de la cobertura a nivel nacional, la fidelización y el incremento de los clientes.

10. Historia y Antecedentes del Caso:

A comienzos del año 1997 Alberto González padre de dos hijas y esposo de Alba Giraldo, se dedica a la construcción como profesión para salir adelante, inició como ayudante de construcción y por sus méritos y habilidades empieza como oficial de construcción, lo cual le da la

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 5 de 23

oportunidad de hacerse conocer en este medio, de esta forma aprovecha para crear su propia empresa y ofrecer su trabajo como contratista de obra civil, con el fin de generar empleo.

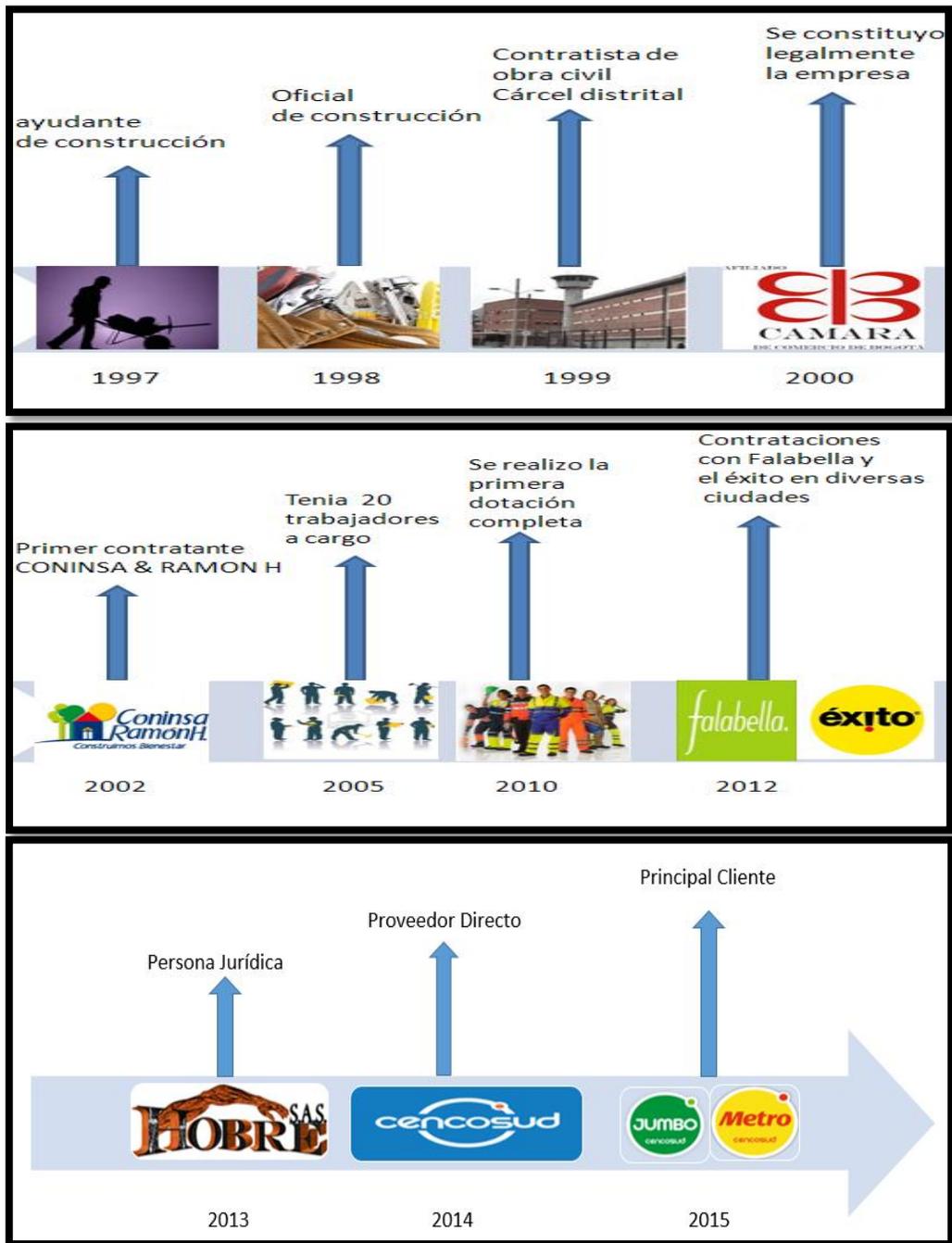
Se dio a conocer por su buen manejo de personal y excelente desempeño en las pequeñas obras que realizaba; en el año 1999 desarrollo una obra en la cárcel Distrital, la cual le dio la base financiera para constituir legalmente la empresa, poder facturar y ser reconocido como el **CONTRATISTA ALBERTO GONZÁLEZ**, pues esta es la razón social con la que se dio a conocer inicialmente.

En el año 2002 inicia con **CONINSA Y RAMON H. S.A.**, en el Archivo Distrital, una de las primeras obras en donde alcanzó a manejar 30 trabajadores, continuó trabajando por varios años, aumentando su participación en proyectos con organizaciones como **Éxito, Falabella, Home Center** (entre otros), generando la necesidad de mejorar la organización y dar una mayor seguridad al cliente.

En el año 2013 decide constituirse como persona jurídica, denominando la empresa **CONSTRUCCION Y MANTENIMIENTO HOBRE SAS (CYM HOBRE SAS)**, este cambio de razón social, le abrió las puertas para trabajar con **Cencosud Colombia S.A.**, como proveedor del servicio de mantenimiento, actualmente trabaja a nivel nacional, supliendo las necesidades de cada almacén.

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 6 de 23

Línea de Tiempo



Fuente: Elaboración propia

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 7 de 23

11. Descripción de la situación:

Es una empresa familiar que desde su creación ha considerado a sus colaboradores como parte fundamental del crecimiento de la empresa, donde la integridad, el respeto, el trabajo en equipo y el compromiso son los pilares principales de la organización, el equipo directivo y los colaboradores encaminan sus esfuerzos día a día para lograr resultados efectivos que satisfagan a los clientes y a la comunidad en general.

Siendo una empresa reconocida a nivel nacional por los excelentes servicios de construcción y mantenimiento a grandes superficies, implementando nuevas tecnologías, con el fin de ofrecer una mejor experiencia a los clientes y así mantenerse en el mercado, comprometida con el bienestar de los trabajadores y la sostenibilidad del medio ambiente.

Uno de sus propósitos es llegar al año 2020, como una de las empresas líder en el sector de construcción y mantenimiento a nivel nacional, gracias a la calidad y prestación de sus servicios.

Teniendo como valores corporativos la Integridad dándose a conocer por la transparencia, buscando tener relaciones con sus clientes, proveedores y empleados que sean mutuamente beneficiosas y que cumplan con la promesa de valor. Otro valor de gran importancia es el respeto, escuchando, entendiendo y valorando al otro, encontrando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales.

Trabajando en equipo con todos los que intervienen en los diferentes procesos de CYM HOBRE SAS, buscan el logro de los objetivos

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 8 de 23

organizacionales, y por último el compromiso donde trabajan de forma unificada es lo que les permite tener en cuenta los requerimientos internos y externos de manera oportuna y eficaz.

La empresa se encuentra en la categoría de empresas de familia, siendo estas reconocidas por su complejidad en disolución de conflictos "Equilibrar las exigencias del crecimiento de las familias y las empresas es un desafío, que se acrecienta con cada generación lo cual hace más difícil sostener su éxito mutuo" (Ward J.2006, p.13) Los conflictos se pueden disolver, teniendo una cultura organizacional estable y justa, donde todos puedan participar con su respectiva jerarquía y esta sea respetada. De ese modo se protegen los intereses a largo plazo tanto de la familia como de la empresa.

En el entorno de un negocio familiar, pueden prevalecer ciertos problemas emocionales sobre una conducta económica racional, ocasionando una malquerencia que pueda seguir encontrándose por generaciones, (Ward, 2006, p. 119-120). Según lo anterior es necesario poder establecer la diferencia que existe entre la familia y los negocios, es una delgada línea que, si no es tratada con prudencia y responsabilidad, se convierten en problemas de dinero e intereses individuales sin importar el lazo familiar, creando así una competencia de poder, que como resultado terminan liquidando la organización y dividiendo acciones, dejando un núcleo familiar dividido.

Por otro lado las ventajas competitivas con las que cuenta la empresa actualmente, corresponde a la prestación del servicio en urgencias, que se presentan en los almacenes, contando con la aprobación del personal que genera las órdenes de compra para poder proceder, siendo esto de gran utilidad y beneficio para las dos partes, en este caso se maneja como una

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 9 de 23

estrategia “Las decisiones estratégicas, en cambio, se refieren, al medio y largo plazo, aquí se trata de asegurar que la empresa siga existiendo en un futuro más lejano” (Gimbert,1998,p.16)

Siguiendo con nuestro tema central, en el área comercial se evidencia poco avance en el posicionamiento, “Donde se desea colocar su producto o servicio en relación con la competencia, así como en la mente del grupo objetivo” (Luther, 2003, p.87), a nivel nacional siendo una oportunidad para ingresar a participar en el mercado.

Ante esta situación, se realizará un diagnóstico “El proceso diagnóstico es un medio, no un fin para potenciar los recursos y la capacidad estratégica de una organización; es un insumo para la planeación estratégica que reconoce la existencia de un otro, lo que implica que el entorno es diferente de cero” (Vidal, 2004, p. 20).

12. Preguntas de estudio:

- ¿Qué está haciendo la empresa CONSTRUCCION Y MANTENIMIENTO HOBRE SAS, para mantener a sus clientes satisfechos con el servicio?
- ¿Cuál es el valor agregado que tiene la empresa CONSTRUCCION Y MANTENIMIENTO HOBRE SAS respecto a la competencia?
- ¿Qué estrategias puede usar La empresa CONSTRUCCION Y MANTENIMIENTO HOBRE SAS, para aumentar la cobertura a nivel nacional?

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 10 de 23

13. Descripción de la decisión tomada por la organización:

El área comercial de la empresa CONSTRUCCION Y MANTENIMIENTO HOBRE SAS, siendo nuestro objeto de estudio, se compone actualmente de una persona quien se encarga de hacer y mantener el contacto con el cliente interno y externo. A nivel administrativo, una persona se encarga de tener la documentación al día, realizar pagos y recibir todo lo relacionado con la cartera de la misma.

Entre los clientes con los que actualmente cuenta la empresa, se encuentra Cencosud, Falabella y Coninsa Ramón H., quienes han logrado mantenerse gracias a la oportuna respuesta de las urgencias presentadas en sus locaciones y la calidad otorgada en el momento de prestar el servicio, siendo el valor agregado de la compañía, ya que la competencia no supe este tipo de necesidades inmediatas del cliente, plus que otorga reconocimiento y fidelización de los clientes a la empresa.

Sin embargo, la empresa dentro de su necesidad de expansión a nivel nacional, requiere conocer lo que está percibiendo el cliente interno y externo, sus empleados, sus directivos y por ultimo sus clientes, que son el eje de la empresa, es por esto que se realizará la medición de su percepción usando como instrumento la encuesta, con el fin de lograr establecer estrategias que lleven a cubrir la demanda a nivel nacional, ingresando a nuevos mercados y cumpliendo con las expectativas de los directivos.

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 11 de 23

Métodos / instrumentos

Según (Sampieri, 2004) el enfoque cuantitativo, permite el análisis de los datos, gracias a la medición numérica y el uso de estadística para poder establecer el comportamiento de la población a la cual está dirigido este estudio.

Debido a esto se definió el uso de la metodología cuantitativa, gracias a que esta apunta a una problemática específica, responde a unas preguntas que llevan a la posible solución de esta y permite visualizar las opciones con números, que llevan al final a una percepción asertiva del público objetivo.

Con el fin de lograr esta medición se elaboró una encuesta en la que se aplican algunas preguntas que se identificaron dentro de la problemática que presenta la compañía, para aplicar a algunos de los clientes que actualmente tiene la compañía y que pueden colaborar con el planteamiento de estrategias.

Las estadísticas enseñaran un patrón que se debe corregir o por el contrario mantener la empresa por ese sendero que hoy recorre, tratando de mantener su esencia y el poder satisfacer a los clientes que estamos estudiando a nivel interno y externo.

Las preguntas formuladas, deben ser respondidas de acuerdo con la realidad que hoy vive la compañía, conocidas las respuestas, se puede llegar a plantear las soluciones más acordes a las necesidades detectadas.

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 12 de 23

En este caso se usó la encuesta debido a que, por medio de esta técnica, se puede conocer la opinión de una persona, frente a la empresa que estamos estudiando, por medio de esta técnica de recolección de información se pueden tomar decisiones, lo que complementa la metodología cuantitativa que se emplea en este estudio.

14. Anexos:

La información obtenida en estas encuestas corresponde a la percepción de los clientes que actualmente tiene la compañía, para esto se realizó la encuesta que se muestra a continuación:

Figura No. 1. Encuesta

Datos Generales						
A) Variables Personales						
Nombre y Apellidos: _____						
Empresa: _____						
Area: _____						
Cargo: _____						
En escala de 1 a 5 marque con una X.						
Siendo						
1: Pésimo 2: Malo 3: Regular 4: Bueno 5: Excelente						
1	Cómo califica usted el servicio de construcción y/o mantenimiento que recibe de la empresa CONSTRUCCION Y MANTENIMIENTO HOBRE SAS.	1	2	3	4	5
2	Cómo califica usted el valor del servicio que recibe.	1	2	3	4	5
3	Cómo califica usted el servicio al cliente, en la respuesta a cada inquietud que usted ha tenido.	1	2	3	4	5
4	Cómo califica usted el proceso de cotización para cada licitación	1	2	3	4	5
5	Cómo califica usted el desempeño de los trabajadores en cada labor	1	2	3	4	5
6	Cómo califica usted el cumplimiento de los trabajos realizados	1	2	3	4	5
7	Cómo califica usted la calidad de los trabajos realizados	1	2	3	4	5
8	Respecto a otras empresas con las que usted haya licitado o este licitando, organizacionalmente cómo se encuentra la empresa C Y M HOBRE SAS	1	2	3	4	5

Fuente: Elaboración propia

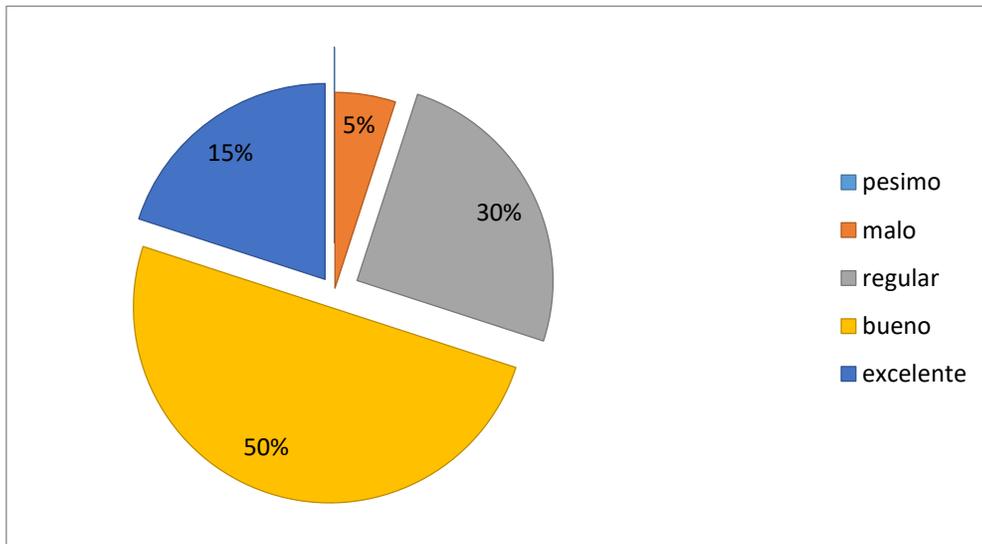
	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 13 de 23

Análisis de la información:

Como resultado de la aplicación de la encuesta anteriormente expuesta, se obtuvieron datos que se demuestran en los siguientes gráficos:

14.1 Servicio de construcción que recibe el cliente

Gráfico # 1. Servicio



Fuente: Elaboración propia

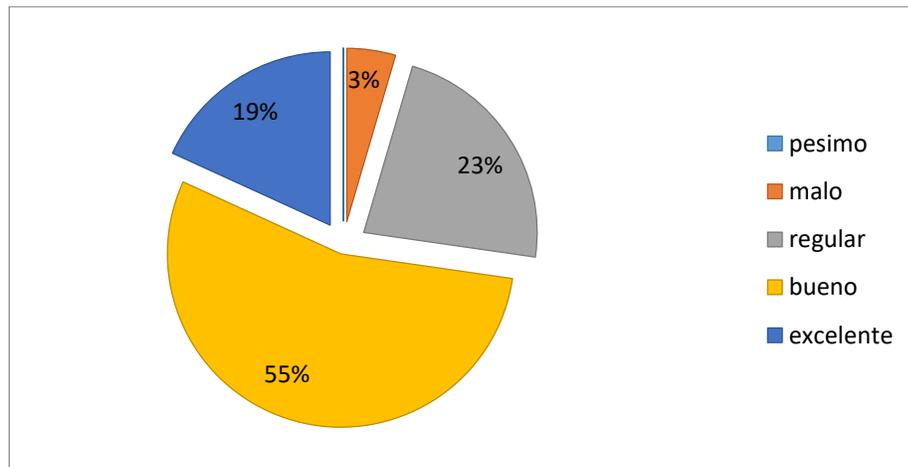
Análisis: El 50% de los clientes califica el servicio de construcción que recibe, como bueno, el 30% como regular, el 5% como malo y por último el 15% como pésimo.

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 14 de 23

Es este caso es necesario determinar dentro del 15% que se califica el servicio como pésimo, cuáles son las fallas que actualmente se presentan, a la hora de prestar el servicio para que la empresa desarrolle trabajos de calidad y cambie la percepción del cliente. Se debe garantizar que el personal cumpla con todas las políticas y normas de seguridad en el trabajo. ya que todas las empresas aún no cuentan con la capacitación del personal en normas y políticas del gobierno, por lo tanto, es un ente diferenciador ante la competencia, aumentando la satisfacción del cliente a la hora de prestar el servicio.

14.2 El costo del servicio que recibe

Gráfico # 2. Costo del servicio



Fuente: Elaboración propia

Análisis: un 19% de los clientes considera que el costo del servicio que recibe es excelente, el 55% que es bueno, en cambio un 23% que es regular, y un 3% que es malo.

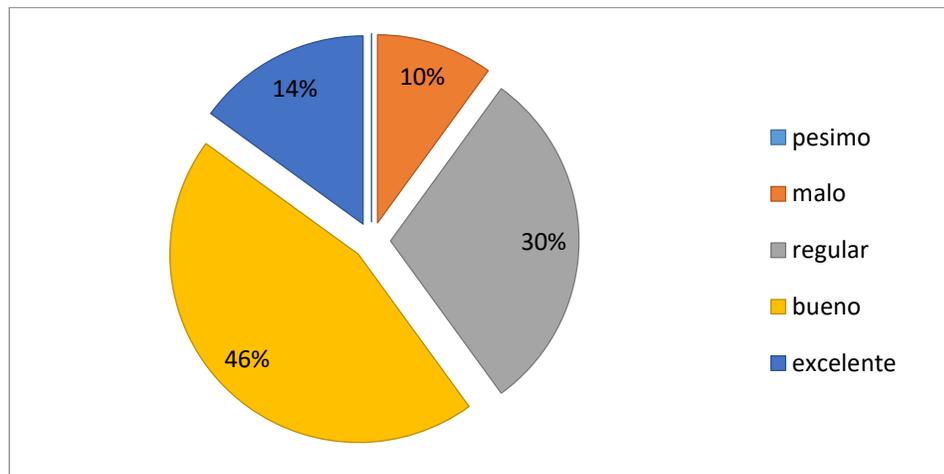
Demostrando así, que la imagen que proyecta la empresa a los clientes es de prestar un buen servicio manteniendo los precios que el mercado ofrece, sin

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 15 de 23

embargo, es necesario optar por estrategias que generen más aceptación del servicio referente al costo.

14.3 Respecto al servicio al cliente prestado

Gráfico # 3. Servicio al cliente



Fuente: Elaboración propia

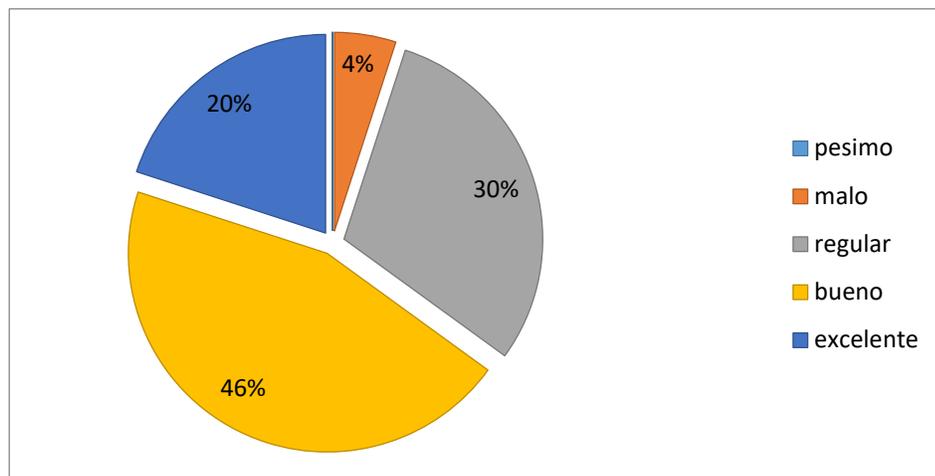
Análisis: El 14% de los clientes consideran que el servicio que han recibido de la empresa es excelente, el 45% que es bueno, en cambio el 30% regular y el 10% malo.

Teniendo en cuenta que una de las principales causas de estudio es el servicio al cliente, se visualiza que el resultado de esta es positivo para la organización pese a su tamaño y poca estructuración, han tenido buena respuesta a la hora de comunicarse con la empresa y de recibir una buena atención por parte de esta, sin embargo, hay que reforzar las debilidades para lograr que todos los clientes perciban el servicio al cliente como bueno y así poder llegar a la excelencia.

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 16 de 23

14.4 El proceso de licitación

Gráfico # 4. Proceso licitación



Fuente: Elaboración propia

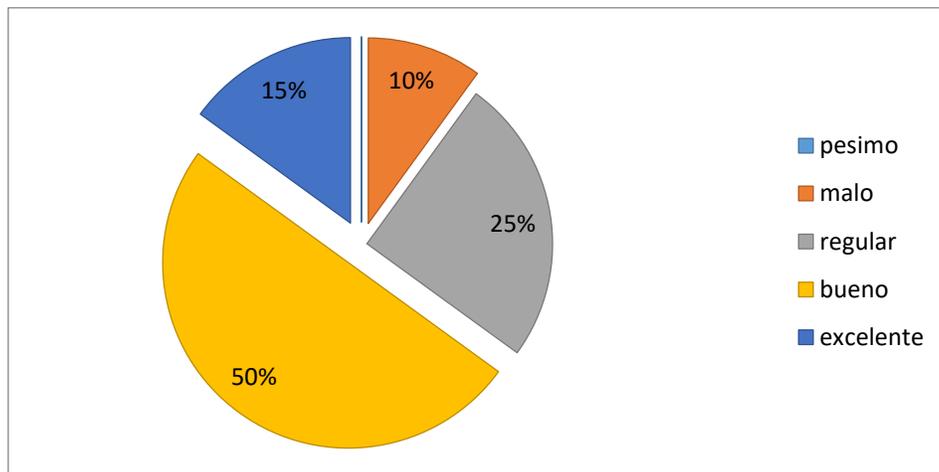
Análisis: el 20% de los clientes considera el proceso como excelente, el 46% como bueno, el 30% como regular y un 4% como malo.

Es necesario reforzar este proceso desde la parte administrativa de la empresa, esta es la carta inicial para los clientes, la tarjeta de bienvenida, se deben reconsiderar los procedimientos que se llevan a cabo y establecer un plan de acción, para que al final del ejercicio se pueda ver si cada uno de ellos lo calificaría como bueno.

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 17 de 23

14.5 El Desempeño De Los Trabajadores En Cada Labor

Gráfico # 5. Desempeño trabajadores



Fuente: Elaboración propia

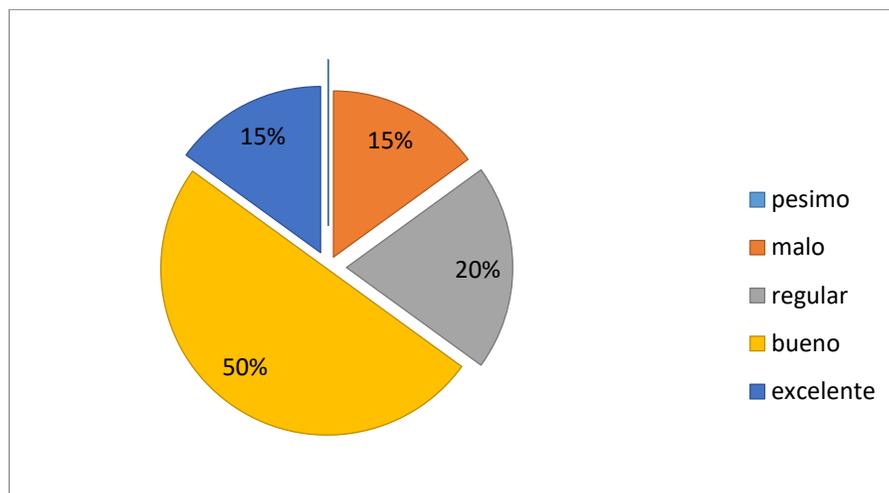
Análisis: el 15% de los clientes considera que el desempeño de los trabajadores es excelente, se puede observar que un 50% lo considera bueno, el 25% cree que es regular y el 10% malo.

Dentro de estas falencias se debe hacer una evaluación de la calidad y los procesos que se llevan a cabo para hacer la contratación del personal, adicional a esto se debe reforzar la capacitación a los trabajadores y así poder ofrecer un mejor servicio.

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 18 de 23

14.6 El cumplimiento de los trabajos realizados

Gráfico # 6. Cumplimiento de los trabajos



Fuente: Elaboración propia

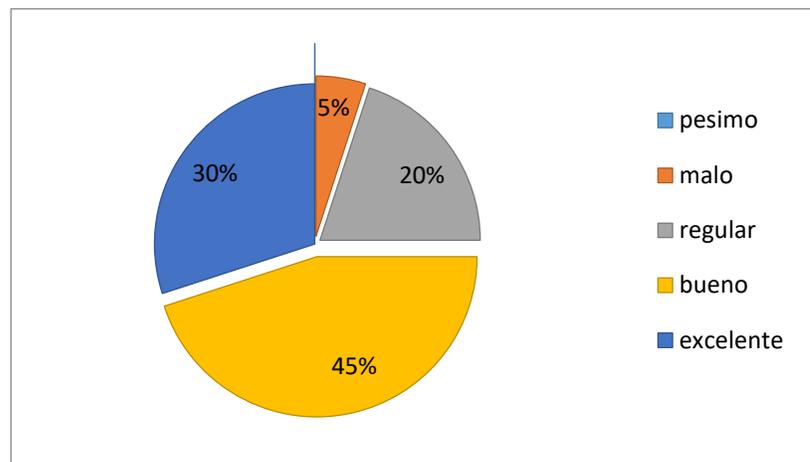
Análisis: el 15% de los clientes considera que el cumplimiento en los trabajos es excelente, el 50% de los clientes que es bueno, un 20% opina que es regular y un 15% que es malo.

Lo que arroja que el 35% tiene una mala percepción del cumplimiento en los trabajos, esto lleva a que la empresa replantee las fechas que se dan con cronogramas y planes de trabajo, desde el área comercial, se debe reforzar la planeación, teniendo en cuenta los presupuestos, con el fin de cumplir con los tiempos establecidos en cada intervención, para aumentar la satisfacción del cliente, porque cuando se tiene un cliente satisfecho, está dispuesto a recomendar la empresa a sus conocidos.

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 19 de 23

14.7 La calidad de los trabajos realizados

Gráfico # 7. Calidad de los trabajos



Fuente: Elaboración propia

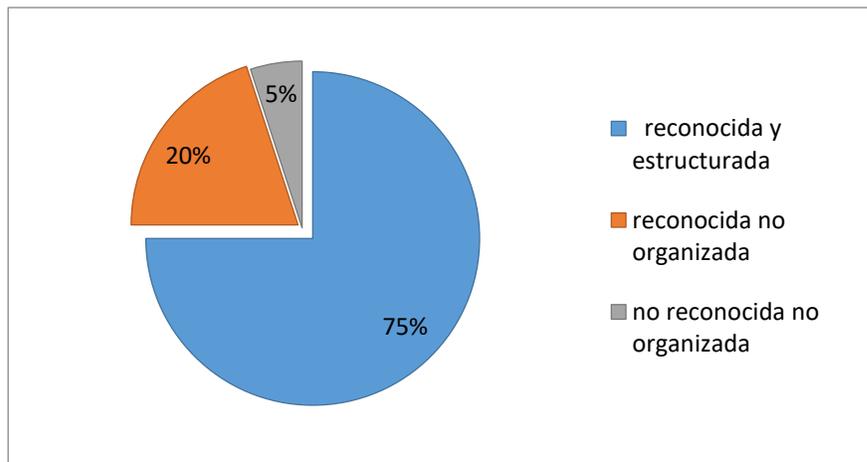
Análisis: el 30% de los clientes opina que la calidad de los trabajos es excelente, el 45% de los clientes lo considera bueno, un 20% que es regular y un 5% que es malo.

Los resultados obtenidos indican que con el 75% de buena percepción, la empresa está ofreciendo y cumpliendo en cuanto a la calidad de los trabajos, sin embargo, hay que reforzar la capacitación de los empleados para ofrecer servicios más sofisticados y lograr la excelencia para esto se puede realizar seguimiento respecto a la calidad de cada trabajo realizado, para garantizar la durabilidad de las intervenciones se ofrece el valor agregado en la negociación con el cliente incluido en el precio de la cotización inicial, para destacar los servicios prestados y el presupuesto asequible ante la competencia.

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 20 de 23

8.9 Organizacionalmente como se encuentra la empresa

Gráfico #8. Como se encuentra la empresa



Fuente: Elaboración propia

Análisis: se puede observar que un 75% de los clientes considera que la empresa es reconocida y estructurada, un 20% opina que es reconocida, pero no es organizada, y un 5% que no es reconocida ni organizada.

Esto nos da a entender que, aunque la compañía está empleando nuevas tecnologías y procesos mantiene una buena imagen ante los clientes, lo que lleva a que la compañía reestructure los procesos para ingresar en los nuevos mercados e impactar, logrando así que ese 5% que no reconoce la organización cambie su percepción.

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 21 de 23

15. Conclusiones:

En conclusión, se requiere que la estructura organizacional que se está replanteando para la organización, continúe ofreciendo un servicio de calidad en todo aspecto, se debe reforzar el cumplimiento de los trabajos con el fin de proyectar una mejor imagen.

En cuanto al servicio al cliente se debe contratar personal capacitado para esta labor y establecer un cronograma y programa de capacitaciones a los trabajadores para ofrecer servicios sofisticados y acertados a los clientes.

Es necesario invertir en la fuerza de venta, incrementando la cantidad de vendedores y su conocimiento con el fin de ofrecer los servicios que ofrece la compañía y hacer conocerla a nivel nacional, con la promesa de dar la mayor cobertura a la demanda presentada.

Una de las recomendaciones consiste en capacitar a todo el personal en normas de seguridad y protección en el trabajo, facilitadas por la ARL, lograr capacitación en cursos tecnológicos ofrecidos por el SENA, con el fin de cumplir la norma exigida por el gobierno en cuanto a aprendices.

Se debe capacitar a los clientes internos y externos en cuanto al conocimiento de experiencia de cliente, poder dar a conocer la percepción del cliente interno y lo que se mejora con los nuevos planes de capacitación, cual es la experiencia que ha vivido el cliente externo y cual es su percepción, teniendo en cuenta que cada uno tiene una percepción del servicio que se ofrece y que se recibe.

Al final del ejercicio se deben replantear algunas de las estrategias que tiene la compañía y mejorarlas pensando en ofrecer un servicio de calidad y mejorar la experiencia del cliente, que es la finalidad de este trabajo.

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 22 de 23

16. Referencias Bibliográficas:

- Ward, J. (2006). *El éxito en los negocios de familia*. Editorial Norma.
- Xavier Gimbert (1998) *El enfoque estratégico de la Empresa* Ed. Deusto
- Luther, W. (2003). *El plan de mercadeo*. Editorial Norma
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. B. L., Valencia, M. D. P. M., Torres, S. M., Sampieri, C. P. H., Carlos Fernández Collado, M. D. P. B. L., ... & Collado, C. F. (2014). *Metodología de la investigación* (No. 303.1). McGraw-Hill Education.
- Vidal, A. (2004). *Diagnóstico organizacional*. Ecoe Ediciones (2da.ed.)

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-05
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE CREACIÓN DE CASO DE ESTUDIO	Página: 23 de 23

ADVERTENCIA

Toda idea, texto (frases o palabras) o cifra de cualquier fuente institucional, persona natural, persona jurídica u otros, debe tener la adecuada referencia y por tanto acreditación de manera explícita, para el caso del cuerpo del texto y el listado de bibliografía, inclusive si es una traducción propia. Así mismo, se deben usar adecuadamente las citas directas e indirectas de acuerdo con las ideas que se quieren expresar en el marco de las entregas para los trabajos o avances del programa. Se sugiere que antes de hacer cualquier envío del documento se utilicen plataformas libres para verificar el adecuado crédito, referencia y uso de los aportes propios y de terceros. Para mayor información consulte:

- i. <http://www.apa.org/>
- ii. <http://normasapa.com/>
- iii. <http://repository.poligran.edu.co/handle/10823/328>
- iv. <http://www.plagium.com/>
- v. <http://www.plagscan.com/es/>
- vi. <http://plagiarisma.net/es/>
- vii. <http://www.plagtracker.com/es/>