

DISEÑO DE PLAN ESTRATEGICO CORPORATIVO PARA LA EMPRESA E&C
ENGINEERS UBICADA EN LA CIUDAD DE BOGOTA D.C 2020-2025

MAYRA ALEJANDRA MOYA MOYANO

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
EXTENSIÓN FACATATIVÁ
AÑO 2019

DISEÑO DE PLAN ESTRATEGICO CORPORATIVO PARA LA EMPRESA E&C
ENGINEERS UBICADA EN LA CIUDAD DE BOGOTA D.C 2020-2025

MAYRA ALEJANDRA MOYA MOYANO

MONOGRAFIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

BENJAMIN ANDRES MANJARRES ZARATE
Magister en Administración de Organizaciones

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
EXTENSIÓN FACATATIVÁ
AÑO 2019

Nota de aceptación:

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad de Cundinamarca para optar al título de Administrador de Empresas

Jurado

Jurado

AGRADECIMIENTOS

Principalmente a esa fuerza que alienta mi corazón cada mañana y me alienta cada noche Dios, agradecimientos infinitos por la oportunidad que nos da hoy de leer este texto, al que siempre me saca de momentos de angustia, a mi hermosa familia que cada día me confirman su lealtad y acompañamiento en cada paso de mi vida, aquella que esta siempre para alentarme y abrazarme cuando la necesito y cuando no.

A la Universidad Cundinamarca por abrirme las puertas y acobijarme en su institución, a todo el personal administrativo que siempre estuvo con la disposición de colaborarme en cada solicitud, a todos los docentes de la facultad, destacando al trabajo continuo y paciente del docente Benjamín Andres Manjarres.

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 01. Cuadrante matriz peyea	30
Figura 02. Ubicación matriz de vulnerabilidad	35
Figura 03. Mic Mac	43
Figura 04. Ubicacion cuadrante Mic Mac	44
Figura 05. Relacion Variables Mic Mac	46
Figura 06. Matriz cruz de eje Schwartz	50

1. TÍTULO:

Diseño de plan estratégico corporativo para la empresa E&C ENGINEERS
ubicada en la ciudad de Bogotá D.C 2020-2025

2. AREA LINEA Y PROGRAMA:

Línea de investigación desarrollo organizacional y regional

3. PROBLEMA

3.1 PLANTEAMIENTO PROBLEMA

E&C ENGINEERS es una firma de consultoría, que nace en el mes de noviembre de 2017 pensando en ofrecer servicios para el diseño e implementación de sistemas integrados de gestión y asesorías organizacionales. Durante los primeros tres meses de su conformación, centra su operación identificando un nicho de mercado en el desarrollo de sistemas de gestión para el sector organizacional, enfoque que terminó siendo el principal servicio ofrecido por la firma hasta el día de hoy.

Desde su conformación, E&C ENGINEER ha desarrollado sus actividades de manera poco estructurada, ejecutando la labor comercial y su objeto social con una planificación en aspectos como el marketing, comunicaciones, así como tecnológicos y operaciones, adaptados sobre la ejecución directa de las actividades para aprovechar las oportunidades reales del mercado, las que al hacerse efectivas hubieran generado un flujo de caja constante durante el primer año de actividad.

Inicialmente desde el punto de vista estratégico, se realizó una declaración documentada de una misión, visión y valores organizacionales, los cuales no son acordes con los objetivos planteados, en tema de ventas para el primer año se cumplió en un 47% con lo proyectado, esto genera la necesidad que se haga un análisis detallado de su entorno, la identificación de las oportunidades y amenazas del medio ya que estas generan gran impacto en las actividades diarias y en las proyecciones futuras del negocio.

El direccionamiento estratégico actual, carece de planteamientos técnicos que fuesen producto de un análisis riguroso de la situación real de la empresa, en el que se definieran las fortalezas y debilidades de la organización, lo que redundó en bajo

rendimiento de operación, pérdida de oportunidades reales de negocio y problemas de liquidez para el crecimiento y consolidación.

E&C ENGINEERS necesita un plan estratégico que le permita crecer y obtener reconocimiento hasta posicionarse como líder en la prestación de servicios de consultoría tanto en el área de influencia de la firma como en nuevos mercados a nivel nacional.

Para resolver esta problemática se elaboró un plan estratégico para la empresa E&C ENGINEER, en el que principalmente se identificó la problemática real del entorno, luego se realizó una auditoría interna para conocer las fortalezas y debilidades de la empresa, de igual forma se elaboró una auditoría externa para identificar las oportunidades con las que cuenta la empresa, así como también las amenazas, por existir en la región numerosos competidores. Con la información obtenida de las auditorías se propone formular a través de diferentes metodologías reconocidas, posibles estrategias y por último se formuló los planes de acción recomendados para su ejecución en los periodos de 2020-2025.

3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué estrategias se pueden proponer en la empresa E&C ENGINEER con el fin de mejorar sus procesos, y a su vez optimizar su gestión en general para el periodo 2020-2025?

3.3 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

¿Qué factores internos y externos de la organización se necesitan evaluar para poder analizar la situación actual de la empresa E&C ENGENER?

¿Cuáles son las estrategias acordes a las necesidades del entorno externo e interno se deben tener de acuerdo con los objetivos organizacionales?

¿De acuerdo con las estrategias propuestas que planes de acción garantizara la implementación de estas?

¿Cuál es el direccionamiento estratégico adecuado para que la organización le permita una orientación a ser guiada para el horizonte determinado?

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar el plan estratégico para la empresa E&C ENGENNERS 2020-2025, que permita su fortalecimiento organizacional.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico de la situación actual de la empresa E&C ENGINEERS a nivel interno y externo
- Proponer estrategias de acuerdo con los resultados del diagnóstico de empresa E&C ENGINEERS.
- Formular planes de acción para garantizar la implementación de estrategias propuestas.
- Identificar el direccionamiento estratégico que determine la orientación de la organización en el horizonte de tiempo definido

5. JUSTIFICACIÓN

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, es importante el desarrollo de un plan estratégico para la empresa E&C ENGINEERS, que permita ampliar sus posibilidades de crecimiento, diversificar el portafolio de servicios, lograr reconocimiento de marca e incrementar las ventas; de esta manera se espera que la empresa pueda posicionarse y consolidarse en los mercados actuales e incursionar en nuevos mercados, bajo lineamientos claramente definidos, estrategias adaptadas a sus necesidades reales y una visión clara obtenida del direccionamiento estratégico implícito en el presente proyecto.

La elaboración del plan estratégico para E&C ENGINEERS es necesaria teniendo en cuenta que la empresa se enfrenta a un mundo cada día más competitivo, donde alcanza relevancia significativa la optimización de costos, la competitividad y la generación de valores agregados percibidos por los clientes como factores claves en el posicionamiento de las empresas. Por estas razones se requiere la implementación de un plan estratégico, que le permita a la empresa E&C ENGINEERS, operar eficazmente en el mercado, teniendo claro cuáles son sus oportunidades de negocio y donde se definan las posibilidades de la empresa en el mercado globalizado.

El desarrollo del presente proyecto es de pertinencia práctica, ya que implica la aplicación de los conocimientos adquiridos en cada uno de los núcleos vistos en el pregrado de administración de empresas, además de la información suministrada por las entidades e instituciones relacionadas con el objetivo propuesto en el presente proyecto, además, de la experiencia de la empresa E&C ENGINEERS, quienes se beneficiarán con los resultados.

6. MARCO DE REFERENCIA

6.1 MARCO TEORICO

El concepto de estrategia, que en el año 1944 es introducido en el campo económico y académico por Von Newman y Morgerstern con la teoría de los juegos, donde lo define como la serie de actos que ejecuta una empresa, los cuales son seleccionados de acuerdo con una situación concreta.

Posteriormente en el año 1962 se introduce en el campo de la teoría del management, por Alfred Chandler y Kenneth Andrews, lo definen como la determinación conjunta de objetivos de la empresa y de las líneas de acción para alcanzarlas. En la definición hecha por Andrews hay un aspecto digno de resaltar, y es la declaración explícita que hace el autor de su concepto acerca de la importancia que tienen para las empresas otros valores no necesariamente económicos y deben ser tenidas en cuenta al analizar el comportamiento humano en la organización.

Se comenzaron algunas de las definiciones más importantes a través de los siguientes años, se muestran a continuación para observar la evolución del concepto.

"La definición de estrategia competitiva consiste en desarrollar una amplia formula de cómo la empresa va a competir, cuáles deben ser sus objetivos y qué políticas serán necesarias para alcanzar tales objetivos." ¹

¹ Porter, 1992, p. 44

Según Serna (1997) “la planeación estratégica es el proceso mediante una organización define su visión de largo plazo y las estrategias para alcanzarlas, a partir del análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas”²

Primero se Mostrará como propone Serna realizar un análisis situacional de la empresa, luego tomando el modelo de David se diseñará la Misión, Visión, Políticas y Objetivos, para concluir con el planteamiento e implementación de las estrategias

La planificación para E&C es el proceso mediante se fijan objetivos futuros y se trazan trayectorias para la consecución de tales objetivos. También, la planificación permite el equilibrio adaptativo de la organización a su entorno procurando responder eficientemente a las demandas ambientales a partir de un flujo constante de información.

6.2 MARCO INSTITUCIONAL

Este proyecto permitirá a la empresa E&C ENGINEERS tener una visión más amplia de lo que desea (donde quiere estar) y de cómo lograrlo, aportando estrategias y planes de acción que orienten la toma de decisiones. Servirá, además, como una herramienta administrativa que hará más eficiente el desempeño de sus colaboradores, poniendo en práctica la planeación estratégica obtenida, a fin de lograr un mayor grado de competitividad en el mercado de los servicios de consultoría en la región.

Se revisó un proyecto de planificación estratégica aplicado a la empresa OM CONSULTING PRO, con amplia trayectoria en el mercado de la ciudad de Bogotá, donde se propuso la aplicación de diversas estrategias para el mejoramiento de la eficiencia organizativa. Este proyecto desarrolló un modelo de organización

² Serna (1997)

administrativa enfocado hacia el direccionamiento estratégico, con sus respectivos manuales de procedimientos y funciones, que permitan de este modo aumentar la productividad organizacional. Esta metodología estuvo enfocada hacia el usuario; camino que abrió las puertas al diseño e implementación de un sistema de Gestión de la Calidad, que permite el crecimiento y posicionamiento empresarial en la región y a nivel nacional ³

Por último, se consultó un estudio aplicado a la empresa Intercontact S.A.S en la ciudad de Bogotá, cuyo propósito consistió en mejorar las perspectivas del negocio de los Call center y prestación de servicio de outsourcing, quienes tienen como requisito contractual la certificación del Sistema de Gestión de Calidad bajo la norma ISO 9001:2015. Por lo tanto, se diseñó el sistema, cuyos resultados permiten generar confianza y factores diferenciales en el mercado, así como una gestión más eficaz y eficiente que garantice el posicionamiento y el crecimiento de la empresa. El principal aporte de este proyecto se refiere al diagnóstico estratégico aplicado a la empresa INTERCONTACT S.A.S, para determinar su situación actual y la forma como se formularon las directrices organizativas en la visión y los objetivos corporativos de dicha empresa ⁴

6.3 MARCO CONCEPTUAL

Para efectos del presente estudio se tendrá en cuenta los siguientes referentes teóricos:

AMENAZAS: “Eventos, hechos o tendencias en el entorno de una organización que inhiben, limitan o dificultan su desarrollo operativo.” (Serna, 1997, p. 31)

³ (Márquez, 2009).

⁴ Huertas, 2018

Estos eventos son de gran importancia para los análisis internos y externos de E&C ENGENNER ya que con estos se crearán planes de acción que ayudarán a tener preparadas algunas contingencias y acciones preventivas aplicadas a la empresa.

CULTURA ORGANIZACIONAL: “Incluye los valores, creencias, y comportamientos que se consolidan y comparten durante la vida empresarial.” (Serna, 1997, p. 105)

Son de gran importancia ya que la empresa en esta consigna los valores y comportamientos que tienen un papel fundamental en el desarrollo de sus actividades, y con base a ellos se crearan las estrategias necesarias para una mejora organizacional

DEBILIDADES: “Actividades o atributos internos de una organización que inhiben o dificultan el éxito de una empresa.”⁵

Para E&C saber, reconocer y estudiar cuáles son sus debilidades como organización es de vital importancia ya que este proyecto se desarrolló con el fin de fortalecer estos puntos débiles que maneja la empresa.

DIAGNOSTICO ESTRATÉGICO: “Análisis de fortalezas y debilidades interna de la organización, así como amenazas y oportunidades del entorno que enfrenta la empresa.” (Serna, 1997, p. 31)

Realizar un diagnóstico organizacional para E&C nos dio un esquema en el cual surgieron las pautas necesarias para saber cuáles son las debilidades, amenazas que tenemos que trabajar, los puntos débiles que tenemos que fortalecer y como adaptarnos a el medio

⁵ Serna, 1997, p. 31

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO: “Es la unidad que integra y alinea los principios corporativos, los valores, la misión y la visión de la empresa.” (Serna, 1997, p. 20)

Este aporta al proyecto los lineamientos necesarios para el desarrollo de los cumplimientos organizacionales, todo con base a este direccionamiento sin pasar por alto la línea integral de la organización.

ESTRATEGAS: “Son aquellas personas o funcionarios ubicados en el alta dirección de la empresa, a quienes corresponde la definición de los objetivos y políticas de la organización.” (Serna, 1997, p. 19)

Para E&C la sincronización de todos los clientes internos y externos, todos enfocados a los mismos objetivos será de gran importancia ya que por encima de todos los recursos, se destaca que el humano es la razón de la organización es por esto la importancia que todos los participantes de esta se convierten en estrategias,

ESTRATEGIAS: “Son las acciones que deben realizarse para mantener y soportar el logro de los objetivos de la organización y de cada unidad de trabajo y así hacer realidad los resultados esperados al definir los proyectos estratégicos.” (Serna, 1997, p. 32)

El objetivo principal del proyecto es la creación de estrategias, estas ayudaran a cambiar el horizonte de la organización, con la aplicación de estas y con ayuda de los planes de acción se buscará que la empresa tenga mayor rentabilidad en el periodo del 2020 - 2025

FORTALEZAS: “Actividades y atributos internos de una organización que contribuyen y apoyan el logro de los objetivos de una institución.” (Serna, 1997, p.31)

Los atributos internos y externos que tiene E&C son para aprovechar ya que en un mercado tan competitivo el valor agregado que se le dé a algunos procesos marcará la diferencia creando así ventaja competitiva.

OPORTUNIDADES: “Eventos, hechos o tendencias en el entorno de una organización que podrían facilitar o beneficiar el desarrollo de esta, si se aprovechan en forma oportuna adecuada.”⁶

E&C en la actualidad tiene un gran número de oportunidades que le ayudaran al cumplimiento de los objetivos organizacionales, estos eventos pueden facilitar el desarrollo de sus actividades y usarlas como herramienta estratégica para sobresalir en un entorno tan competitivo.

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA: “es un proceso mediante el cual una organización define su visión de largo plazo y las estrategias para alcanzarlas a partir del análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.” (Serna, 1997, p. 29)

Este proceso ayudara a la creación de estrategias necesarias para E&C y el cumplimiento de sus objetivos a largo plazo

PLANES DE ACCIÓN: “Son las tareas que debe realizar cada unidad o área para concretar las estrategias en un plan operativo que permita su monitoreo, seguimiento y evaluación.” (Serna, 1997, p. 32)

Este proyecto formulara una serie de planes de acción que ayudarán la supervisión, control y evaluación de algunas acciones propuestas para la contribución del desarrollo de algunos procesos que tendrán como objetivo el crecimiento organizacional.

⁶ Serna, 1997, p. 31

VENTAJA COMPETITIVA: “Todo lo que una empresa hace especialmente viene en comparación con empresas rivales.”⁷

La creación y aplicación de este proyecto contribuirá a que E&C a largo plazo se posicione en el mercado y tenga una ventaja competitiva en el mercado de las consultorías organizacionales.

CONSULTORIAS: La consultoría es un servicio profesional prestado por empresas, o por profesionales en forma individual conocidas como consultoras o consultores respectivamente con experiencia o conocimiento

E&C tiene como actividad económica la prestación de servicio de consultorías organizacionales en temas que contribuyan al éxito de las empresas que tienen como clientes externos.

6.4 MARCO LEGAL

Las leyes y reglamentos de la consultoría en Colombia se rigen por art.126 del Decreto número 222 de 1983.

Artículo 126. De la protección a la consultoría nacional.

Para iniciar un negocio de consultoría en Colombia, es necesario realizar un contrato con todas las especificaciones necesarias por las dos partes que intervienen.

⁷ David, 2008, p.8

Art. 1.- Para los efectos de la presente Ley, se entiende por consultoría, la prestación de servicios profesionales especializados, que tengan por objeto identificar, planificar, elaborar o evaluar proyectos de desarrollo, en sus niveles de prefactibilidad, factibilidad, diseño u operación. Comprende, además, la supervisión, fiscalización evaluación de proyectos, así como los servicios de asesoría y asistencia técnica, elaboración de estudios económicos, financieros, de organización, administración, auditoría e investigación.

Art. 2.- La consultoría podrá ser ejercida por personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras de conformidad con la presente Ley y su reglamento. Cuando esta Ley utilice la palabra "Consultores", se entenderá que comprende indistintamente a las personas indicadas.

Art. 3.- Son servicios de apoyo a la consultoría los auxiliares que no implican dictamen o juicio profesional, tales como los de contabilidad, topografía, cartografía, aerofotogrametría, la realización de ensayos y perforaciones geotécnicas sin interpretación, la computación, el procesamiento de datos y el uso auxiliar de equipos especiales.⁸

DE LOS CONSULTORES

Art. 5.- Para que una compañía nacional pueda ejercer actividades de consultoría, deberá estar constituida de conformidad con la Ley de Compañías. Las compañías consultoras nacionales sólo pueden constituirse como compañías en nombre colectivo o de responsabilidad limitada y sus socios deberán reunir los requisitos establecidos en el artículo siguiente. Las compañías consultoras nacionales deberán establecer en sus estatutos, como su objeto social exclusivo, la prestación de servicios en uno o varios de los campos determinados en el artículo 1 de esta Ley. Las personas jurídicas extranjeras, para ejercer actividades de consultoría,

⁸ <http://www.suin-juriscal.gov.co>

demostrarán que existen en el país de su constitución como compañías consultoras y se inscribirán en el Registro de Consultores, luego de domiciliarse en el Colombia de conformidad con la Ley.

DE LA ASOCIACION DE COMPAÑIAS CONSULTORAS

Art. 7.- Para intervenir en cualquier concurso de consultoría, las compañías consultoras nacionales o extranjeras podrán presentarse individualmente o asociadas entre sí mediante compromiso escrito. Para la celebración de contratos de consultoría del sector público con una asociación de compañías consultoras nacionales o extranjeras, será requisito previo la presentación de la escritura pública, mediante la cual se haya constituido legalmente la asociación en la que debe constar la designación del Procurador Común.

Art. 8.- Las compañías consultoras extranjeras podrán participar exclusivamente en los concursos de consultoría convocados por las Instituciones del sector público para la elaboración de estudios respecto de cuyos componentes parciales o totales, no exista experiencia o capacidad técnica de la consultoría nacional.

Las compañías consultoras extranjeras que participen en un concurso de consultoría podrán presentarse individualmente, asociadas entre sí o mediante compromiso de conformar asociación con compañías consultoras nacionales.

Capítulo IV

DE LOS CONTRATOS DE CONSULTORIA

Art. 12.- La celebración de contratos de consultoría se sujetará a las siguientes disposiciones:

a) Cuando el monto del contrato sea inferior o igual al valor que resultare de multiplicar el coeficiente unos cien milésimos por el monto del presupuesto inicial

del Estado del correspondiente ejercicio económico, se podrá celebrar el contrato sin necesidad de concurso;⁹

b) Cuando el monto estimado del contrato supere el fijado en el literal anterior y sea inferior al valor que resulte de multiplicar el coeficiente cuatro cien milésimos por el monto del presupuesto inicial del Estado correspondiente al ejercicio económico, el contrato se podrá adjudicar mediante concurso privado; y,

c) Cuando el monto estimado del contrato sea igual o superior al valor que resulte de multiplicar el coeficiente cuatro cien milésimos por el monto del Presupuesto inicial del Estado del correspondiente ejercicio económico, el contrato se adjudicará mediante concurso público. Por monto estimado del contrato se entenderá aquel que haya determinado la dependencia, entidad u organismo interesados, a la fecha de la convocatoria del concurso.

⁹ <http://www.suin-juriscal.gov.co>

7. METODOLOGIA

7.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Este proyecto se enfocará en primera instancia en un estudio de tipo descriptivo, el cual permite un mayor conocimiento tanto de la empresa E&C ENGINEERS, como del problema planteado, en una etapa inicial, luego se enfocó en la descripción detallada de cada uno de los procesos que se llevan a cabo en la empresa, a través de diferentes técnicas de levantamiento de información y herramientas de análisis, para así cubrir todos los requerimientos necesarios.

Durante el desarrollo del proyecto se hará uso de información tanto de tipo cualitativa como cuantitativa, en la que se tendrán en cuenta aspectos subjetivos y de percepción, así como datos y cifras que puedan ser relevantes.

De enfoque mixto con información cualitativa aquella que implique un trabajo de campo en la cual se aplican instrumentos de recolección de información que no exige un proceso riguroso, y por su parte, la información Cuantitativa utiliza instrumentos en los que se debe tomar una muestra a través de métodos estadísticos y los resultados obtenidos se pueden aplicar en la totalidad de la población.

7.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método de investigación que se aplicó en el trabajo fue de tipo analítico - sintético, ya que partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis) y luego se integran dichas

partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis). De acuerdo con lo establecido se realizó un análisis situacional de los diferentes problemas y debilidades presentados en las distintas áreas de la organización, principalmente en las áreas ligadas, por ser esta una empresa donde su insumo principal son sus empleados, pero especialmente sus asesores, para así poder presentar una propuesta alternativa de solución a los problemas encontrados y ayudar al desarrollo de la empresa.

El presente proyecto se basó en la observación directa de la empresa objeto de estudio, su estructura, normas y políticas involucradas en cada uno de los procesos que se llevan a cabo en ella. Debido a que existe una participación efectiva propia por ser socio de esta, trabajo de aplicación se basa en un diseño de campo. El trabajo de campo ofrece información más exacta, con un alto grado de confiabilidad y un bajo margen de error, proporciona además mayor objetividad en la información obtenida. La fuente de información será el personal de la organización y se realizará dentro de la misma, en la que los procedimientos para obtener información serán la observación y sondeo de opinión con entrevistas personales.

7.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población objeto de estudio está conformada por los directivos y empleados de la empresa E&C ENGENNIERS y las empresas que contratan los servicios que brinda la organización, a los cuales se les realizaran las diferentes entrevistas y encuestas. Actualmente la empresa posee alrededor de 18 colaboradores, entre ellos 7 empleados laboran en la parte administrativa y 11 desempeñan labores operacionales, y 13 empresas con las cuales se ha tenido algún tipo de contrato, Además, dentro de la población se tendrá en cuenta la competencia directa de la empresa, con el fin de evaluar el entorno, el cual va a ser de gran ayuda para realizar el diagnostico estratégico y por ende la Planeación Estratégica de la organización.

7.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para el estudio del proyecto se van a utilizar diversas herramientas como las matrices, bases de datos, teniendo en cuenta su validez por la confiabilidad de información suministrada por la empresa y la experiencia personal obtenida en el transcurso de los estudios y como asesor empresarial, según fuentes de información explicadas a continuación

Una vez consolidada la información requerida se codifican los datos, se interpretan y se muestran los resultados.

8. FUENTES DE INFORMACIÓN

8.1 FUENTES PRIMARIAS.

Encuestas: Se recolectará información a través de formularios realizados a directivos y trabajadores, además, Información suministrada por la empresa E&C ENGENIER., quien suministrará todos los datos que tienen relación directa con el objeto de estudio del proyecto, para poder determinar el direccionamiento estratégico de la misma.

8.2 FUENTES SECUNDARIAS.

Identificada como información sobre el tema objeto del conocimiento que se encuentre en proyectos de grado, experiencias anteriores, artículos de revisión, y demás estudios, las que representan fuentes secundarias de información que se analizarán utilizando hojas de análisis para su interpretación, información

recolectada a través de la consulta de fuentes como las suministradas por DANE, Cámara de Comercio de Bogotá, además entidades, agremiaciones e instituciones y páginas disponibles que provean información puntual del objeto de estudio del presente proyecto.

8.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Las técnicas de recolección se harán básicamente vaciando la información en matrices, tablas, gráficos de barras, texto, diagramas causa-efecto, entre otras herramientas que se encuentre necesarias durante el desarrollo del proyecto.

9. DIAGNOSTICO ESTRATEGICO

10. AUDITORIA EXTERNA

10.1 MATRIZ INTEGRADA DEL ENTORNO

MATRIZ INTEGRADA DEL ENTORNO E&C				
VARIABLES CLAVES	RELACION CON EL SECTOR	JUSTIFICACION Y TENDENCIA	IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN	OPORTUNIDAD O AMENAZA
FACTOR DEMOGRAFICO				
CONDICION EDUCATIVA	Proceso de formación permanente, personal, cultural y social que se fundamenta en una concepción de desarrollo dignidad derechos y deberes	Garantía adecuada del cubrimiento del servicio y permanencia en el servicio educativo.	Es una desventaja si la educación disminuye ya que a futuro no habrá empresas a quienes prestar el servicio.	Oportunidad

<p>UBICACIÓN COMERCIAL</p>	<p>Hoy en día la ciudad de Bogotá está en una constante expansión y es considerada una de las ciudades con mayor crecimiento en América del Sur.</p>	<p>Es la principal capital industrial comercial y financiera de todo el país y participa con más del 25% del PIB industrial y más del 50% del PIB financiero</p>	<p>Internacionalmente la ciudad se ve como una oportunidad válida para la articulación de la cultura con dinámicas existentes de desarrollo social, político, económico y de servicios.</p>	<p>Amenaza</p>
<p>TASA DE DESEMPLEO DIFERENCIADO RA HOMBRES VS MUJERES</p>	<p>Se evidencia una desigualdad laboral en Colombia llamada patriarcado, discriminación laboral; este factor no afecta ni negativa ni positivamente a la empresa; sin embargo, se evidencia que el 66% de la empresa es mujer y el 34% hombres.</p>	<p>La tasa de desempleo en la mujeres y hombres en Colombia se registra así: a noviembre2013- enero de 2014 registra así: mujeres 12,9%, hombres 6,7%,en noviembre- enero 2015 mujeres 12,1% hombres 6,8%, en noviembre 2015 enero 2016 mujeres 12,7% y hombres 6,6%, noviembre 2016 enero 2017 mujeres 12,0% y hombres 7,3% y en</p>	<p>Se evidencia una desigualdad laboral en Colombia llamada patriarcado, discriminación laboral; este factor afecta indirectamente a la empresa; sin embargo, para la empresa e l 66% de la empresa es mujer y el 34% hombres.</p>	<p>Amenaza</p>

		<p>noviembre 2017 a enero 2017 mujeres 12,5% y hombres 7,3% donde el total de la población porcentualmente hablando es hombres el 50.7% y mujeres el 49,3%.</p>		
<p>PLAN DE ORDENAMIENTO O TERRITORIAL</p>	<p>Se relaciona directamente con el sector ya que define ciertas características para orientar y priorizar las inversiones en el territorio,</p>	<p>La empresa se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá por lo cual es importante tener en cuenta las características geográficas del distrito capital.</p>	<p>Es un instrumento técnico y normativo para ordenar el territorio distrital; define los aspectos de ubicación de la organización.</p>	<p>Amenaza</p>
<p>FORMA DE GOBIERNO</p>	<p>La política gubernamental aplica en el sector debido a la normatividad que se debe acoger al ámbito empresarial.</p>	<p>Normatividad aplicable al sector la cual da mayor confiabilidad a la empresa</p>	<p>Da un gran impacto desarrollo y comportamiento dentro de la organización para la ejecución de las tareas</p>	<p>Amenaza</p>

TASA DE NATALIDAD	La Variable se relaciona con el sector dado a conocer el número de nacimientos de la capital	Es importante ya que permite conocer nuevos posibles mercados futuros de la compañía y la evolución del sector tanto a nivel del servicio como de las utilidades	Es una oportunidad porque le genera a futuro un representativo número de ingresos por parte de los consumidores de la organización	Oportunidad
SEGURIDAD CIUDADANA	Protección al ciudadano, baja delincuencia, asistencia sanitaria, acceso a la información y reducción de bandas criminales.	Reducción de cifras de delitos y fortalecimiento de las autoridades con el fin de acercar la justicia en materia de seguridad.	Seguridad ciudadana y conflictividad social en el momento de realiza sus inversiones.	Amenaza
DISTRIBUCION DEL INGRESO	Colombia es el segundo país más inequitativo de América Latina y el séptimo en el mundo.	La inequitativa distribución de los ingresos en Colombia se ha incrementado	Difícil situación para los ciudadanos para suplir sus gastos básicos, de vivienda, créditos y educación entre otros.	Oportunidad

FACTOR GLOBAL				
SEGMENTO DEL MERCADO GLOBAL	Se relaciona con la empresa ya que debe orientarse en un sector del mercado y buscar la manera de competir a futuro	Estas son basadas en las cuatro estrategias de marketing donde incluye el servicio el precio la distribución y promoción	Esto representa una oportunidad ya que puede desarrollar una estrategia de mercadotecnia para dar a conocer el portafolio de servicios	Oportunidad
COMPETITIVIDAD GLOBAL	Se relaciona con la empresa ya que muestra la capacidad para poder competir en el mercado global e internacional	El objetivo principal del modelo económico está basado en que las organizaciones busquen reducir costos	Esta es una oportunidad para la empresa a un largo plazo para así dar a conocer sus servicios.	Oportunidad
FACTURACION ELECTRONICA	facilita la interoperabilidad entre quienes facturan de forma electrónica y quienes adquieren bienes que son facturados por ese medio.	El modelo de facturación fue adoptado en el país a través del Decreto 2242 de 2015, compilado en el Decreto Único Reglamentario 1625 de 2016 y su objetivo principal es la masificación en el uso de la factura	El impacto es considerado como una oportunidad de cobertura y extensión en dar a conocer el decreto que rige a partir del 2019 por el asesoramiento de la facturación electrónica en las empresas.	Oportunidad

<p>COMPETITIVIDAD GLOBAL</p>	<p>Se relaciona con la empresa ya que muestra la capacidad para poder competir en el mercado global e internacional</p>	<p>El objetivo principal del modelo económico está basado en que las organizaciones busquen reducir costos para aumentar las ganancias para mantenerse vigente mercado comunista.</p>	<p>Esta es una oportunidad para la empresa a un largo plazo para así dar a conocer sus servicios de asesorías nivel nacional e internacional.</p>	<p>Oportunidad</p>
<p>FACTOR ECONOMICO</p>				
<p>TASA DE CAMBIO</p>	<p>Se relaciona con la empresa ya que debe orientarse en un sector del mercado y buscar la manera de competir a futuro en mercados internacionales</p>	<p>La TRM se calcula con base en las operaciones de compra y venta de divisas entre intermediarios financieros que transan en el mercado cambiario colombiano, con cumplimiento el mismo día cuando se realiza la negociación de las divisas.</p>	<p>Esto representa una oportunidad ya que la empresa puede desarrollar una estrategia de mercadotecnia para dar a conocer el portafolio de servicios a nivel nacional e internacional generando ganancias y capacidad de inversión .</p>	<p>Amenaza</p>

FINANCIACION	Las fuentes de financiación son base económica para los innovadores, los inversionistas, empresas u organizaciones.	Las diferentes fuentes de financiación para el emprendimiento y la innovación a saber: cofinanciación (o recursos no reembolsables), crédito e inversión privada. Son estrategias crediticias que impactan y generan recursos para las nuevas empresas, los emprendedores y las empresas pyme.	La empresa se ve beneficiada al haber más empresas para asesorar	Amenaza
TASA DE DESEMPLEO	El sector de consultoría empresarial se ve afectado indirectamente por el desempleo y la inmigración debido a que el objeto de esta es brindar asesorías a las compañías.	La situación de un grupo de personas en edad de trabajar que en la actualidad no tienen empleo, aun cuando se encuentran disponibles para trabajar y no tienen limitaciones físicas,	Las altas tasas de desempleo afectan indirectamente; este factor Tasa de Desempleo es de alto impacto porque afecta el desarrollo de la economía en Colombiaenezolanos (inmigración)	Amenaza

<p>Avance económico Municipal</p>	<p>La economía del municipio se sustenta en el desarrollo de actividades del comercio, salud, educación , industria, institucionales de transporte público, sector financiero y la agroindustria.</p>	<p>Facatativá por su extensión y ubicación geográfica es uno de los municipios con mayor proyección económica de la región, y si se suma el acelerado crecimiento poblacional encontraremos que en el municipio se empiezan a desarrollar grandes e importantes obras de infraestructura que buscan dar solución a los problemas de vivienda para la población flotante que ha abandonado a Bogotá como sitio de habitación desarrollar sus actividades laborales únicamente.</p>	<p>El crecimiento de las obras de ingeniería que se han generado en el último tiempo representan para E&C ENGENNER SAS su pilar fundamental de permanencia en el mercado puesto que la compañía ha puesto a disposición de estas obras todo su recurso físico y humano con el fin de aportarle a las entidades y personas que lo requieran toda la infraestructura y el diseño eléctrico tanto para los sitios de habitación (casas o apartamentos) industriales o comerciales (bodegas, locales comerciales, etc.)</p>	<p>Oportunidad</p>
-----------------------------------	---	---	---	--------------------

<p>TASAS DE INTERES</p>	<p>Se relaciona directamente con el sector ya que define ciertas características para poder realizar inversiones y priorizar las en el territorio</p>	<p>El principal mecanismo de intervención de política monetaria usado por el Banco de la República para afectar la cantidad de dinero que circula en la economía consiste en modificar la tasa de interés mínima</p>	<p>Repenta para la compañía oportunidad de generar inversiones, solicitar créditos para ampliar más puntos de atención al cliente</p>	<p>Amenaza</p>
<p>FACTOR TECNOLOGICOS</p>				
<p>EMPRESAS VIRTUALES</p>	<p>Se relaciona con la empresa ya que muestra la capacidad para poder competir en el mercado global e internacional</p>	<p>La empresa virtual es ya una realidad. Los cambios en el mundo comercial han ocasionado el nacimiento de esta nueva especie de compañías. Sus características son las de tener un intercambio electrónico instantáneo de</p>	<p>Esta es una oportunidad fundamental para la empresa a un mediano o largo plazo para así dar a conocer sus servicios de asesorías nivel nacional e internacional.</p>	<p>Oportunidad</p>

		<p>información con otros socios de negocios y con sus clientes. Para esto, el buen conocimiento de la tecnología es vital y la flexibilidad para poder cambiar se considera fundamental</p>		
<p>INVESTIGACION EN LAS CONSULTORIAS</p>	<p>La investigación forma parte importante de los consultores factor de impacto positivo tecnológicamente genera confianza y seguridad para la consultoría.</p>	<p>Se registran investigaciones que evidencian efecto positivo directo que tiene la consultoría en el crecimiento económico de la industria y en múltiples sectores;</p>	<p>El impacto que genera en la organización es identificado como oportunidad para dar a conocer a diferentes segmentos de nichos al que se puede llegar. Genera confianza y seguridad</p>	<p>Oportunidad</p>

<p>AVANCES TECNOLOGICO S</p>	<p>Se relaciona con la empresa ya que debe orientarse en un sector del mercado y buscar la manera de competir a futuro y en la nueva era de tecnología en la que nos encontramos</p>	<p>Los avances tecnológicos y las telecomunicaciones han producido una transformación de las tecnologías de la información y de la comunicación, cuyo impacto ha afectado a todos los sectores de la economía y de la sociedad. Las nuevas tecnologías son un elemento imprescindible y en continuo desarrollo dentro de cualquier empresa</p>	<p>para la organización es una gran oportunidad porque gracias a la tecnología se pueden contactar nuevos clientes y expandirnos en el mercado.</p>	<p>Oportunidad</p>
<p>FACTOR AMBIENTAL</p>				

Responsabilidad Ambiental Municipal				
TRATAMIENTO DE BASURAS	Residuos y suelos contaminados, Incluye las obligaciones de las actividades que generan residuos, la documentación asociada a la entrega de dichos residuos, etc.			Oportunidad

<p>Responsabilidad Medioambiental</p>	<p>Aplicable a todo tipo de actividades económicas, esta norma regula la responsabilidad de los operadores de prevenir, evitar y reparar los daños medioambientales. Establece la obligación de reparar el daño causado con independencia de las sanciones administrativas o penales que también correspondan.</p>	<p>Así, cualquiera que cause, tanto si se produce directa como indirectamente, un cambio adverso y mensurable de un recurso natural o el perjuicio de un servicio de recursos naturales, incurre en una responsabilidad ilimitada: el operador responsable del daño tendría que devolver los recursos naturales dañados a su estado original, sufragando el total de los costes a los que asciendan las correspondientes acciones preventivas o reparadoras.</p>	<p>Los programas amigables con el medio ambiente generan impacto debido a la nueva normatividad ambiental vigente; la cual requiere de asesoramiento para aplicar la norma ISO 14000</p>	<p>Oportunidad</p>
---------------------------------------	--	--	--	--------------------

<p>SISTEMAS DE GESTION DE CALIDAD AMBIENTAL</p>	<p>Se relaciona directamente con el sector ya que define ciertas características para orientar y priorizar las inversiones en las dificultades que pueden presentarse durante el proceso y las ventajas que se derivan de tal desarrollo e implantación de sistemas de gestión de la calidad como una vía importante para lograr mejores resultados en la gestión de esta entidad</p>	<p>. La Gestión Ambiental se entiende dentro del sistema de Gestión de Calidad Total de la empresa, orientada a establecer los procedimientos, medidas y acciones para satisfacer los requerimientos ambientales y de esta forma conseguir un producto con una calidad que satisfaga al consumidor de manera económica.</p>	<p>Esto representa una oportunidad ya que la empresa puede desarrollar una estrategia e implementación de sistemas de GDC para lograr mejores resultados en su portafolio de servicios</p>	<p>Oportunidad</p>
<p>FACTOR SOCIAL</p>				

<p>RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL</p>	<p>Proceso de formación permanente, personal, cultural y social que se fundamenta en una concepción de desarrollo dignidad derechos y deberes con los grupos en relación.</p>	<p>La Responsabilidad Social es la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona. De las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como también, al cuidado y preservación del entorno.</p>	<p>La Responsabilidad Social sustenta el desarrollo de la sociedad a la cual pertenece la organización y dependen de ella, es un hecho que el cambio climático está propiciando el desarrollo tecnológico orientado principalmente a la utilización de energías limpias, y son las organizaciones quienes deben producir</p>	<p>Oportunidad</p>
<p>Desempleo y sector económicos en decrecimiento.</p>	<p>La ingeniería representa uno de los principales pilares que jalonan el desarrollo industrial del país y constituye una de</p>	<p>A pesar que en el año 2017 los sectores industriales económicamente presentaron un</p>	<p>Para la compañía E&C ENGENNER SAS el desarrollo de los sectores de la construcción y el de la Electricidad, gas y agua ,</p>	<p>Amenaza</p>

	<p>las principales fuentes de apoyo en la generación del PIB y por consiguiente una de las principales fuentes de generación de empleo, por ejemplo para el año 2017, entre los sectores de la construcción, explotación de minas y carteras y la electricidad gas y agua, generaron el 16,64% del PIB en Colombia sectores íntimamente ligados con la ingeniería en el desarrollo de sus funciones.</p>	<p>decrecimiento con relación a su aporte frente al PIB, igual estos sectores impulsados por las actividades ingenieriles generaron un aporte del 16,16% al PIB total del país de la siguiente manera. *Construcción \$39889; 7,23% del PIB Colombia 2017. *Explotación de minas y canteras \$33502 ; 6,07% del PIB Colombia 2017. *Electricidad, gas y agua \$ 18437 ; 3,34% del PIB Colombia 2017.</p>	<p>son de vital importancia ya que suplir sus necesidades , es su diario vivir y a través de un equipo altamente capacitado, genera de mantenimientos eléctricos, certificaciones Retie, proyectos y construcciones de sistemas eléctricos en baja y media tensión, con una calidad excepcional.</p>	
FACTOR LEGAL				

<p>Políticas Gubernamentales</p>	<p>En si la ley expone que un ingeniero debe tener el título profesional otorgado por una universidad, escuela o instituto abalado por el ministerio de educación para poder</p>	<p>Por consiguiente, se dictamina que esta labor solo puede ser ejercida por un profesional egresado de una universidad avalada por el ministerio de educación nacional</p>	<p>La ley 51 de 1986 brinda a los integrantes principales de la compañía E&C ENGENNER SAS de que cualquier persona pueda ejercer sus</p>	<p>Oportunidad</p>
<p>FOMENTACION DE EMPLEO</p>	<p>Ley que tiene por formalizar y generar empleo Ley 1490 de 2010 La presente ley tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas;</p>	<p>. Los beneficios que la ley establece para la formalización empresarial son los siguientes: Progresividad en el pago de impuesto sobre renta. Exoneración de pago de la retención en la fuente. Exoneración de pago del sistema de renta presuntiva. Progresividad en el pago</p>	<p>Esta norma beneficia a las empresas legalmente constituidas creada con el fin de generar empleo y formalizar las empresas; por lo cual este factor es de impacto positivo a la empresa.</p>	<p>Oportunidad</p>

	de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse	de los parafiscales y otras contribuciones de nómina. Progresividad en el pago del impuesto de industria y comercio. Progresividad en la matricula mercantil y su renovación.		
FACTOR POLITICO				
PLAN DE ORDENAMIENTO O TERRITORIAL	Se relaciona directamente con el sector ya que define ciertas características para orientar y priorizar las inversiones en el territorio,	La empresa se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá por lo cual es importante tener en cuenta las características geográficas del distrito capital.	Es un instrumento técnico y normativo para ordenar el territorio distrital; define los aspectos	Oportunidad
FORMA DE GOBIERNO	La política gubernamental aplica en el sector debido a la	Normatividad aplicable al sector la cual da mayor confiabilidad a la empresa	Da un gran impacto desarrollo y	Amenaza

	normatividad que se debe acoger al ámbito empresarial.		comportamiento dentro de la organización	
FACTOR SOCIOCULTURAL				
SEGURIDAD CIUDADANA	Protección al ciudadano, baja delincuencia, asistencia sanitaria, acceso a la información y reducción de bandas criminales.	Reducción de cifras de delitos y fortalecimiento de las autoridades con el fin de acercar la justicia a los bogotanos en materia de seguridad.	Seguridad ciudadana y conflictividad social en el momento de realiza sus inversiones.	Oportunidad
DISTRIBUCION DEL INGRESO	Colombia es el segundo país más inequitativo de América Latina y el séptimo en el mundo.	La inequitativa distribución de los ingresos en Colombia se ha incrementado pese al incremento económico.	Difícil situación para los ciudadanos para suplir sus gastos básicos, de vivienda, créditos y educación entre otros.	Amenaza

10.2 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS

FACTORES DETERMINANTES DE ÉXITO	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
Aumento de la oferta agregada	0,02	3	0,06
Aumento de la demanda agregada	0,02	3	0,06
Sistema de Información Integral - Colombia TIC	0,015	4	0,06
Incidencia de los planes de gobierno en las TICS	0,015	4	0,06
Políticas gubernamentales en las TICS	0,08	4	0,32
Divulgación del plan sectorial de contingencia	0,015	4	0,06

Fomento, promoción y desarrollo de las TICS	0,015	4	0,06
Estrategia (Plan Vive Digital)	0,08	4	0,32
Normatividad del ministerio de las TICS	0,08	4	0,32
Reformas legales vigentes en las TICS	0,02	3	0,06
Incidencia del POT y la Reforma Tributaria	0,02	3	0,06
Desarrollo tecnológico en Colombia	0,015	4	0,06
Globalización del Marketing Digital	0,08	4	0,32
Auge de las telecomunicaciones	0,015	4	0,06
Gestión de recursos por parte de las TIC	0,08	3	0,24
Sistemas de gestión de calidad ambiental	0,02	3	0,06
Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	0,015	4	0,06
Sello Ambiental	0,02	3	0,06

Incidencia de las políticas ambientales en el servicio	0,015	4	0,06
Incidencia de la legislación ambiental en Colombia	0,02	3	0,06
Impacto ambiental sobre la actividad empresarial	0,08	3	0,24
Competitividad junto con la protección del medio ambiente	0,02	3	0,06
Desarrollo sostenible	0,08	4	0,32
Uso de las TIC en las Pyme	0,015	4	0,06
TOTAL			3,1
AMENAZAS			
Tasa de desempleo	0,05	2	0,1
Modificación de la tasa de interés	0,05	1	0,05
Sostenibilidad ambiental	0,045	2	0,09
TOTAL			0,24
TOTAL	1		3,34

E&C ENGENNER, responde satisfactoriamente al entorno, debido a que su peso ponderado es de 3,34. Como se puede evidenciar, la organización posee más oportunidades que amenazas, esto, en relación con los factores, económicos, político - legal, sociocultural, tecnológico y físico.

10.3 MATRIZ DE PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENZAS DEL MEDIO

FACTORES	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
DEMOGRÁFICOS									
Variación de la población Nacional		X							X
Variación de la población en la ciudad de Bogotá		X							X
Distribución de edades en la población bogotana			X						X
Tasa de crecimiento femenina			X						X
Mayor concentración de población en Bogotá		X						X	
Tasa de crecimiento masculina			X					X	
Personas en situación de pobreza extrema						X			X
Familia promedio compuesta por cuatro personas			X						X
Poca concentración de adultos mayores en Bogotá			X						X

Ingreso per cápita		X						X	
ECONÓMICOS									
Tasa de inflación		X						X	
Aumento de la oferta agregada		X					X		
Tasa de desempleo				X			X		
Fluctuación del dólar					X			X	
Crecimiento del PIB		X							X
Acuerdos comerciales de Colombia en telecomunicaciones					X			X	
Modificación de la tasa de interés						X	X		
Inestabilidad de la economía en Colombia					X			X	
Aumento de la demanda agregada		X					X		
La situación de la balanza de pagos			X						X
POLÍTICO									
Sistema de Información Integral - Colombia TIC		X					X		
Incidencia de los planes de gobierno en las TICS		X					X		
Políticas gubernamentales en las TICS		X					X		

Divulgación del plan sectorial de contingencia		X					X		
Fomento, promoción y desarrollo de las TICS	X						X		
Estrategia (Plan Vive Digital)	X						X		
LEGALES									
Normatividad del ministerio de las TICS	X						X		
Reformas legales vigentes en las TICS	X						X		
Actualización del marco normativo del sector		X						X	
Incidencia del POT y la Reforma Tributaria		X					X		
SOCIO – CULTURALES									
Actitudes culturales en Bogotá			X					X	
Reforma a la educación en Colombia			X						X
Incidencia del proceso de paz			X						X
Diversidad cultural y étnica en Bogotá			X					X	
Orientaciones culturales en Bogotá			X					X	
Valores del ciudadano bogotano			X					X	

Surgimiento de nuevas empresas virtuales	X							X	
ENTORNO FÍSICO									
Sostenibilidad ambiental				X				X	
Sistemas de gestión de calidad ambiental	X							X	
Responsabilidad Social Empresarial	X							X	
Sello Ambiental	X							X	
Incidencia de las políticas ambientales en el servicio	X							X	
Incidencia de la legislación ambiental en Colombia	X							X	
Gestión del riesgo ambiental		X							X
Impacto ambiental sobre la actividad empresarial	X							X	
Competitividad junto con la protección del medio ambiente	X							X	
Desarrollo sostenible	X							X	
ENTORNO GLOBAL									
Segmentos globales			X						X
Competitividad global			X						X

Compañías de telecomunicaciones más grandes del mundo			X					X	
Economía informal			X					X	
Poder del sector de telecomunicaciones a nivel global			X					X	
Alianzas estratégicas y procesos de integración					X			X	
Operaciones internacionales de la compañía			X					X	
Apertura hacia mercados globales			X					X	
Mayor interacción con el entorno global			X					X	
Procesos de integración			X					X	

10.4 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO MPC

E&C ENGENNERS				FIRM CONSULTING		QRS 2 S.A.S		SGC CONSULTING S.A.S.	
FACTOR CRÍTICO DE ÉXITO	PESO	CALIF.	PESO POND.	CALIF.	PESO POND.	CALIF.	PESO POND.	CALIF.	PESO POND.
Captación	0,11	2	0,22	3	0,33	4	0,44	3	0,33
Participación en el mercado	0,14	1	0,14	3	0,42	4	0,56	4	0,56
Posición financiera	0,21	1	0,21	3	0,63	4	0,84	3	0,63
Fidelización del cliente	0,25	4	1	3	0,75	4	1	3	0,75
Calidad de los servicios	0,29	4	1,16	4	1,16	4	1,16	3	0,87
Total	1		2,73		3,29		4		3,14

ANALISIS: E&C ENGENNERS no responde favorablemente a su entorno competitivo debido a la posición financiera, la captación de nuevos usuarios y la participación en el mercado, la empresa debe ampliar sus estrategias del mercado para abarcar más segmentación del mercado. Las fortalezas de E&C ENGENNERS son, la calidad del servicio que presta este. Su competidor directo más fuerte es QRS 2 S A S debido a que este cuenta con calidad de los servicios, una posición financiera óptima haciendo que pueda competir audazmente en el mercado.

10.5 LAS 5 FUERZAS DE PORTER

	PERCEPCIÓN			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B
PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES						
Disponibilidad de materia prima	X			X		
Aumento de la oferta agregada		X			X	
Aumento de la demanda agregada			X			X
Variabilidad de proveedores potenciales			X		X	
Alianzas estratégicas y procesos de integración			X			X
PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES						
Volumen de producción		X			X	
Acceso a canal de distribución			X			X

Efectividad del servicio	X			X		
Auge de las telecomunicaciones		X			X	
Variación de la población en la ciudad			X			X
AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES						
Desarrollo tecnológico en Colombia		X			X	
Forma actual de negociación virtual		X			X	
Surgimiento de nuevas empresas virtuales		X			X	
Competitividad global		X			X	
Segmentos globales			X			X
AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS						
Globalización del Marketing Digital		X			X	
Estrategia (Plan Vive Digital)		X			X	
Fomento, promoción y desarrollo de las TICS		X			X	
Estilos de vida del ciudadano bogotano		X			X	
Acuerdos comerciales de Colombia			X			X
RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES						
Captación		X			X	
Participación en el mercado	X			X		
Posición financiera		X			X	
Fidelización del cliente	X			X		

Calidad de los servicios	X			X		
TOTAL	5	13	7	5	14	6

Como se puede evidenciar en la matriz, posee mayor 'fortaleza' por decirlo de alguna forma con respecto a la rivalidad entre los competidores, debido a que es la fuerza que adquiere mayor puntaje al momento de discriminar cada factor. De igual manera, el impacto también se ve reflejado en las fortalezas que posee la organización. Se puede decir que, la 'elevación' de dicho ítem va de la mano con el poco tiempo de funcionamiento que tiene la organización con respecto a su competencia y a empresas que ya se encuentran arraigadas en el sector de las consultorías.

11. AUDITORIA INTERNA

11.1 PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA

CAPACIDAD	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
CAPACIDAD DIRECTIVA									
Habilidades Directivas	X							X	
Toma de Decisiones	X						X		
Compromiso Organizacional		X						X	
Manuales de Procesos y Procedimientos	X						X		
Planificación, ejecución y control				X			X		
Indicadores de gestión				X				X	
Estilos de Dirección				X					X
Estructuras Organizacional	X							X	
Comunicación Organizacional					X			X	
CAPACIDAD COMPETITIVA									
Investigación de Mercado					X		X		
Servicio al cliente y posventa		X					X		

Identificación y segmentación de clientes						X		X	
Comunicación al cliente			X					X	
Estrategias Publicitarias					X		X		
Promoción Competitiva					X		X		
Calidad y control de la información del clientes					X			X	
Precios Competitivos					X			X	
Redes Comerciales						X			X
Sistema PQRSF		X					X		
CAPACIDAD FINANCIERA									
Rotación de Cartera				X				X	
Cobranzas			X				X		
Información Financiera		X						X	
Gestión Contable	X						X		
Gestión del Efectivo		X					X		
Proceso de facturación		X						X	
Control de Costos	X							X	
Liquidez		X						X	
Sistema de adquisición de activos						X	X		

Supervisión Contable		X						X	
CAPACIDAD TECNOLÓGICA									
Gestión de la información en la INTRANET		X						X	
Seguridad de la Información				X			X		
Soporte a las falencias informáticas						X		X	
Convenios de confidencialidad		X						X	
Aplicación a la ley de protección de datos				X				X	
Sistemas informáticos en SOFTWARE					X				X
Tecnología competitiva						X		X	
Nivel Tecnológico en plataformas						X			X
Responsabilidad informática					X			X	
Software accesible				X			X		
CAPACIDAD DEL TALENTO HUMANO									
Indicadores de desempeño				X			X		
Manuales de Procesos y Procedimientos					X			X	
Personal Idóneo						X		X	

Proceso de selección					X		X		
Sistemas de escalafón laboral						X			X
Recursos necesarios para la selección de personal						X			X
Planes de Capacitación						X		X	
Gestión Documental					X		X		
Instalaciones laborales					X		X		
Reclutamiento					X			X	
Habilidades Humanas			X					X	

Análisis: El perfil de la capacidad interna de la compañía, está dado por cinco capacidades, las fortalezas mayores las encontramos en la capacidad directiva, capacidad tecnológica y la capacidad financiera, por otro lado, las mayores debilidades se encuentran en la capacidad competitiva.

11.2 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS

FACTORES DETERMINANTES DE ÉXITO	PESO	CLASIFICACIÓN	PESO PONDERADO
FORTALEZAS			1,37
Toma de Decisiones	0,07	4	0,28
Gestión Contable	0,05	4	0,2
Sistema PQRSF	0,07	3	0,21
Servicio al cliente y posventa	0,07	3	0,21
Cobranzas	0,06	3	0,18
Gestión del Efectivo	0,03	3	0,09
Manuales de Procesos y Procedimientos	0,05	4	0,2
DEBILIDADES			0,99
Investigación de Mercado	0,05	2	0,1
Estrategias Publicitarias	0,03	2	0,06
Planificación, ejecución y control	0,07	1	0,07

Indicadores de desempeño	0,03	1	0,03
Software accesible	0,04	1	0,04
Personal Idóneo	0,05	2	0,1
Proceso de selección	0,07	2	0,14
Promoción Competitiva	0,07	2	0,14
Sistema de adquisición de activos	0,03	2	0,06
Seguridad de la Información	0,07	1	0,07
Sistemas de escalafón laboral	0,04	2	0,08
Gestión Documental	0,05	2	0,1
TOTAL	1		2,36

E&C S.A.S, responde positivamente a su parte interna, debido a que su peso ponderado es de 1,37. Como se puede evidenciar la suma de las fortalezas es superior a las debilidades, observando por el lado de las fortalezas mayor calificación en cuanto a comunicación, toma de decisiones, manejo de precios por matriz propia; por el lado de las debilidades la mayor calificación se encuentra en logística y sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo, esto, en relación a la capacidad directiva, la capacidad competitiva, capacidad financiera, tecnológica y del talento humano.

11.3 MATRIZ PEYEA

FACTOR	CALIFICACIÓN
FUERZA FINANCIERA	
Implementación de las NIIF	1
Precios constantes	4
Validez de información financiera	6
Gestión Contable	6
Precios presupuestados	6
PROMEDIO	4,6
VENTAJA COMPETITIVA	
Planes de fidelización del cliente	-1
Calidad del servicio	-6
Investigación de mercados	-2
Comunicación con los clientes	-5
Competitividad en precios	-6
PROMEDIO	-4
ESTABILIDAD DEL AMBIENTE	
Desarrollo tecnológico en Colombia	-5
Globalización del Marketing Digital	-3

Auge de las telecomunicaciones	-5
Sistema de gestión de calidad ambiental	-2
Sello ambiental	-2
PROMEDIO	-3,4
FUERZA DE LA INDUSTRIA	
Disponibilidad de materia prima	6
Efectividad del servicio	6
Estilos de vida del ciudadano Bogotano	3
Surgimiento de nuevas empresas virtuales	4
Participación en el mercado	2
PROMEDIO	4,2

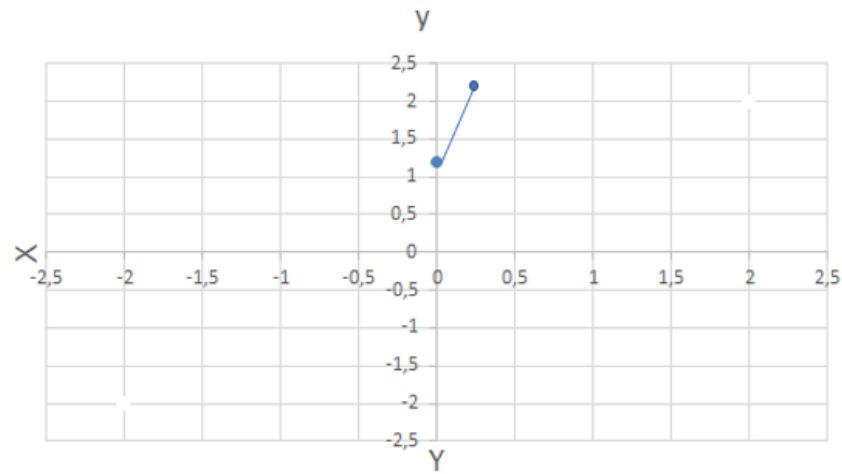


Figura 01,Cuadrante matriz peyea

De acuerdo con el comportamiento del vector dentro del gráfico se concluye que E&C en cuanto al perfil de evaluación de la posición estratégica y la acción, se encuentra en medio de un perfil Agresivo , observándose rasgos como la definición de una fuerza financiera estable, que ha obtenido ventajas competitivas importantes en el sector, con competidores de su nivel.

11.4 MATRIZ DE VULNERABILIDAD

PUNTAL	AMENAZA	CONSECUENCIA	IMPACTO	PROBABILIDAD	REACCIÓN	GRADO DE VULNERABILIDAD
facilidad de comunicación	Diversidad cultural y étnica en Bogotá	Inconvenientes en el clima organizacional	7	0,9	6,3	INDEFENSA
Reclutamiento	Tasa de desempleo	Mayor oportunidad laboral	2	0,2	0,4	VULNERABLE
Calidad de maquinaria y equipo	Sostenibilidad ambiental	incidencias no favorables para el medio ambiente	5	0,3	1,5	INDEFENSA

Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo	Sostenibilidad ambiental	Incidentes y/o accidentes laborales	9	0,9	8,1	EN PELIGRO
Bienestar laboral	Diversidad cultural y étnica en Bogotá	inconformidades frente a los incentivos laborales	7	0,5	3,5	INDEFENSA
Contabilidad	Modificación de la tasa de interés	Alza en las deudas actuales de la empresa	6	0,4	2,4	INDEFENSA
Publicidad eficaz	Surgimiento de nuevas empresas virtuales	menor competitividad por parte de la empresa	8	0,8	6,4	EN PELIGRO

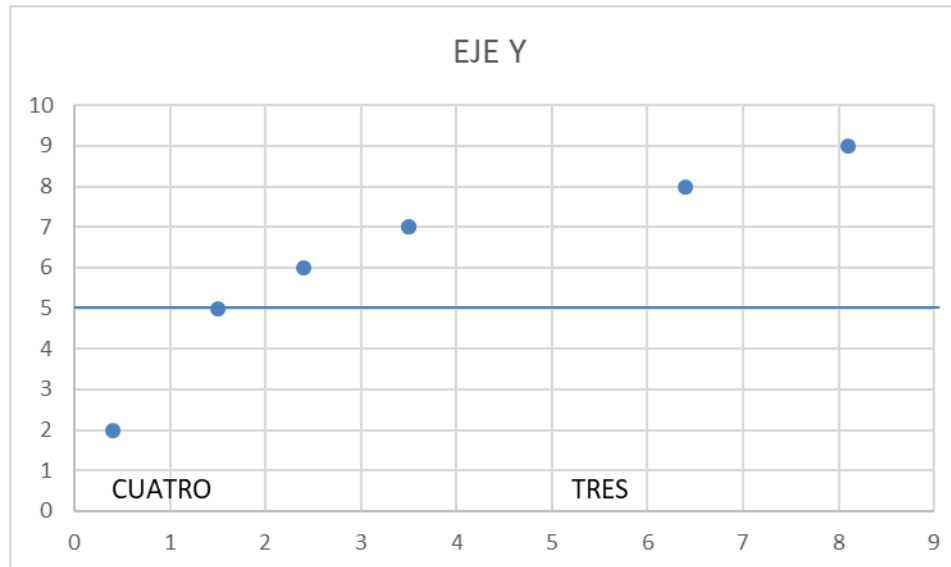


Figura 02,Ubicación matriz de vulnerabilidad

PUNTAL 1: Se encuentra en grado de vulnerabilidad indefenso debido a que existe alto impacto de amenaza por parte de la diversidad cultural y étnica en la ciudad de Bogotá y la capacidad de reacción es baja con un valor de 3,5.

PUNTAL 2: Se encuentra en grado vulnerable debido a que posee bajo impacto de amenaza en relación con la tasa de desempleo y su capacidad de reacción tiene un valor de 0,4.

PUNTAL 3: Se encuentra en grado indefenso, ya que su impacto de amenaza es alto en relación con la sostenibilidad ambiental, de igual manera, su capacidad de reacción es baja adquiriendo un valor de 1,5.

Puntal 4: Se encuentra en peligro, debido a que su impacto de amenaza y capacidad de reacción son altos, el primero en relación con la sostenibilidad ambiental y el segundo con un valor de 8,1.

Puntal 5: Se encuentra en grado de vulnerabilidad indefenso, debido a que tiene alto impacto de amenaza por probabilidad de ocurrencia, en relación con la diversidad cultural y étnica en Bogotá, así mismo, su capacidad de reacción es baja adquiriendo un valor de 3,5.

Puntal 6: Se encuentra en grado indefenso ya que la modificación de la tasa de interés genera un impacto de amenaza alto, en relación con la capacidad de reacción con un valor de 2,4.

Puntal 7: Se encuentra en peligro, debido a que su impacto de amenaza y capacidad de reacción son altos, el primero hace referencia al surgimiento de nuevas empresas virtuales, el segundo a un valor de 6,4.

12. MATRIZ MIC MAC

N°	LONG LABEL	SHORT LABEL	DESCRIPTION	THEME
1	Impacto Ambiental	IMAE	Es aquella que la considera como la capacidad de satisfacer las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras.	AMBIENTAL
2	Responsabilidad Social Empresarial	RSE	Es la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona.	SOCIAL
3	Desarrollo tecnológico en Colombia	DTC	El progreso de Colombia hacia una sociedad de conocimiento, la globalización y el impulso emprendedor en el mundo buscan comunicar y agilizar las actividades.	TECNOLOGICO

N°	LONG LABEL	SHORT LABEL	DESCRIPTION	THEME
4	Auge de las asesorías organizacionales	AAO	En Asesoría Organizacional nos especializamos en el desarrollo de procesos de intervención a la medida que agregan valor para mejorar los resultados.	ECONOMICO
5	Globalización del Marketing Digital	GMD	Es bien sabido que estamos viviendo un fenómeno cultural, en donde todo está en una súper aceleración. Sobre todo, en los temas tecnológicos, sociales y económicos, grandes rasgos a esto se le llama globalización.	TECNOLOGICO
6	Políticas gubernamentales	PGEDA	Políticas gubernamentales han desarrollado programas para profundizar en el tema y Realizar un plan organizacional que establezca la estrategia	POLITICO

N°	LONG LABEL	SHORT LABEL	DESCRIPTION	THEME
			de Brindar a nuestros clientes asesoría en la implementación de sus objetivos	
7	Reformas legales vigentes	RLEAO	<p>Muchas empresas se han visto en la necesidad de cambiar las formas tradicionales de organización para poder sobrevivir, al gran reto que hoy se presenta para las pequeñas y medianas empresas, por lo tanto, se debe aprovechar los beneficios de la contratación.</p>	POLITICO

N°	LONG LABEL	SHORT LABEL	DESCRIPTION	THEME
8	Fomento y desarrollo	FPDAO	Está orientado a satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes, acompañándolos en el desarrollo de procesos relacionados	POLITICO
9	Tasa de Cambio	TC	La tasa de cambio representativa del mercado (TRM) es la cantidad de pesos colombianos por un dólar de los Estados Unidos La TRM se calcula con base en las operaciones de compra y venta de divisas entre intermediarios financieros	ECONOMICO
10	Normatividad	NMEAOE	El principal marco legal que regula la consultoría en Colombia se encuentra en el sector público y es el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública, contemplado en la Ley 80 de 1993	POLITICO

N°	LONG LABEL	SHORT LABEL	DESCRIPTION	THEME
11	El servicio y la atención postventa	SAPA	El servicio post venta es seguir ofreciendo atención al cliente después de la compra y es tan fundamental como las demás estrategias que has implementado en tu tienda	COMPETITIVIDAD
12	Reclutamiento	PIC	Se toman las suficientes medidas para incorporar candidatos a la compañía	COMPETITIVIDAD
13	Gestión Contable	AEC	Se emplea un buen funcionamiento del área de finanzas y contabilidad de la compañía	COMPETITIVIDAD
14	Canales de Comunicación	ACCC	Son adecuados los canales de comunicación, pero se pueden implementar algunos puntos	COMPETITIVIDAD
15	Investigación de Mercados	APCAM	El proceso de análisis y consultas es un poco débil debido a que la compañía está en etapa de inicio	COMPETITIVIDAD

Influences range from 0 to 3, with the possibility to identify potential influences:

0: No influence

1: Weak

2: Moderate influence

3: Strong influence

P: Potential influences

Direct influence/dependence map

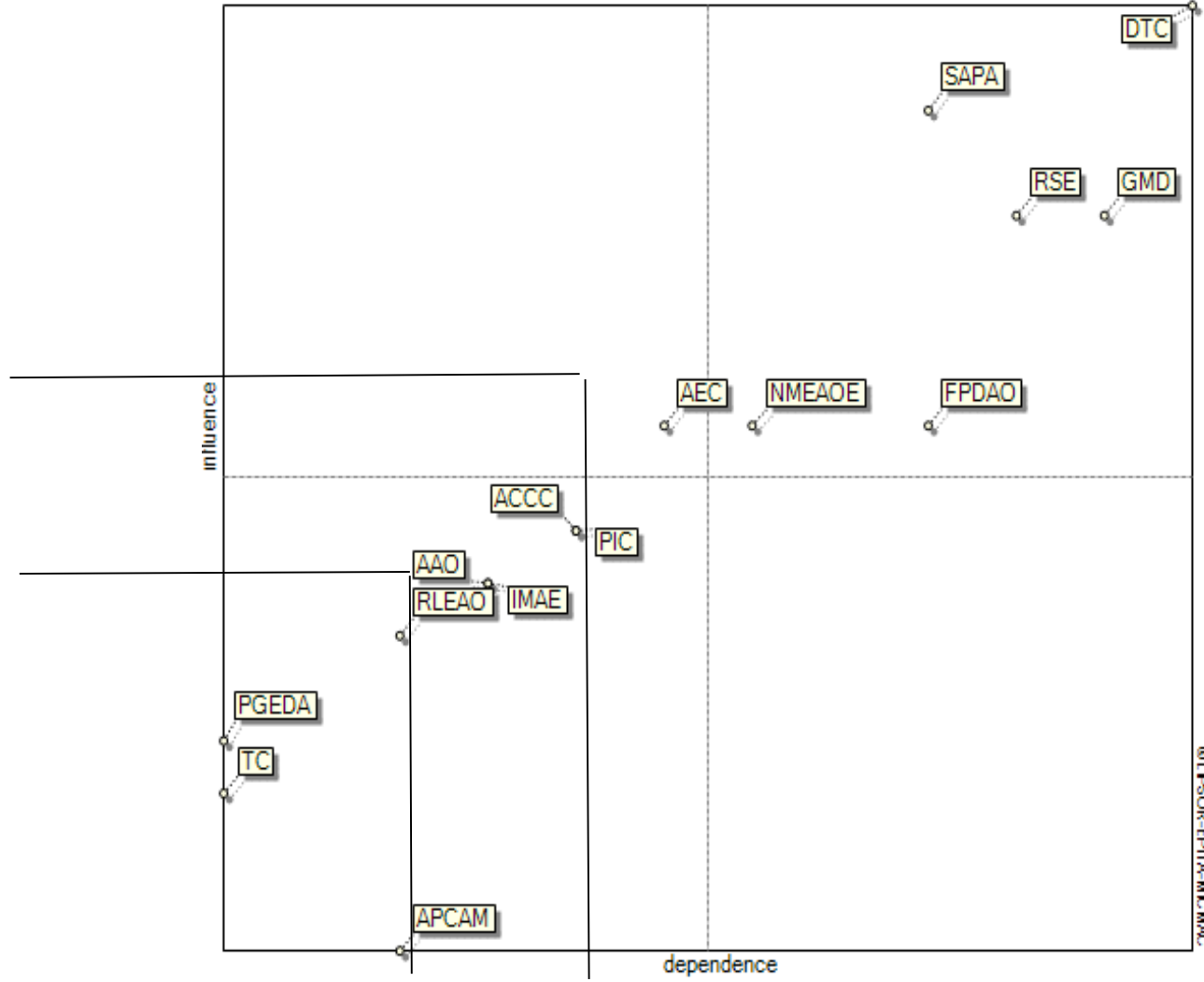
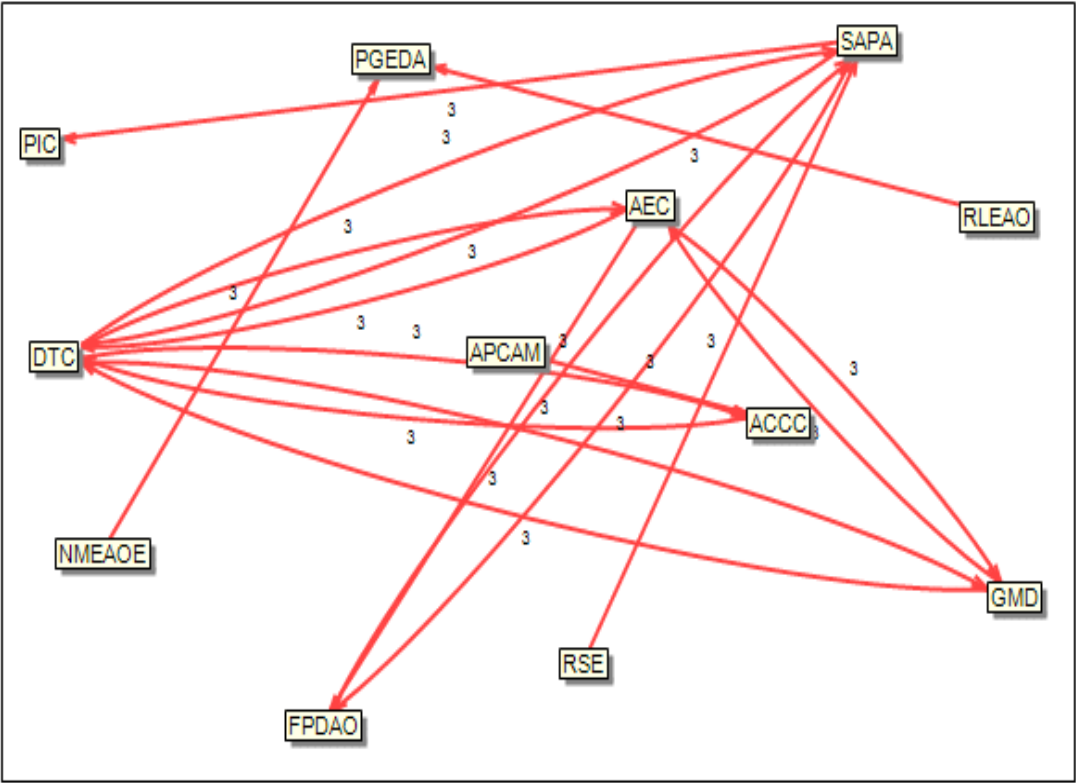


Figura 04, Ubicacion cuadrante Mic Mac

ANALISIS

- 1- En el cuadrante de poder podemos evidenciar, que el análisis del MICMAC de influencia directa, no mostro que la empresa E&C ENGENNERS tenga una de variable de alta influencia y dependencia baja. Debido a que la empresa es muy nueva y está entrando a el mercado.
- 2- En el cuadrante de conflicto podemos encontrar que la organización tiene 5 variables que poseen alta influencia y dependencia; las cuales pueden estar generando situaciones de conflicto o de confusión dentro de la organización E&C ENGENNERS estas son: Desarrollo tecnológico en Colombia, Fomento y desarrollo, El servicio y la Atencion postventa, Responsabilidad Social Empresarial Y Globalización del Marketing Digital
- 3- En el tercer cuadrante de dependencia evidenciamos con respecto a el análisis que la empresa E&C ENGENNERS no posee ninguna variable que tengan altos niveles de dependencia o de salida.
- 4- En el cuarto cuadrante encontramos las variables Reformas legales vigentes, Impacto Ambiental, Políticas gubernamentales, Tasa de Cambio, Investigación de Mercados, Auge de las asesorías organizacionales. Las cuales son variables de indiferencia para la organización ya que estas poseen el nivel de dependencia y influencia bajos que pueden estar desconectadas de la organización y no constituyen parte determinante para el futuro de la compañía.
- 5- En el quinto cuadrante encontramos las variables Gestión Contable, Normatividad, Reclutamiento, Canales de Comunicación. Las cuales son variables de pelotón que se encuentran en el centro del plano las cuales están en el medio que no tienen un comportamiento bajo ni alto en la organización.

Direct influence graph



- Weakest influences
- Weak influences
- Moderate influences
- Relatively strong influences
- Strongest influences

Figura 05, Relacion Variables Mic Mac

ANALISIS

En el gráfico de relaciones directas se observa cuáles son los elementos más importantes dentro del sistema, la El servicio y la atención postventa tiene una relación directa con Reclutamiento en el que el servicio de atención posventa se relaciona directamente con el proceso de incorporación de candidatos para un mejor servicio al cliente, la Responsabilidad Social Empresarial también tiene una influencia directa con El servicio y la atención postventa ya que la responsabilidad social empresarial tiene como fin dar una respuesta frente a los efectos y acciones que se emplean en algún grupo de la compañía, y la Reformas legales vigentes tiene influencia directa con Políticas gubernamentales ya que estas son de tema político y están entrelazadas a las reformas legales o políticas del gobierno para el procedimiento de estas compañías. Y Normatividad tiene también una influencia directa con Políticas gubernamentales ya que (Normatividad) es el regulador de las empresas de consultoría. para que Políticas gubernamentales pueda brindar a los clientes buena asesoría y implementación en sus objetivos.

13. MATRIZ CRUZ DE EJE SCHWARTZ

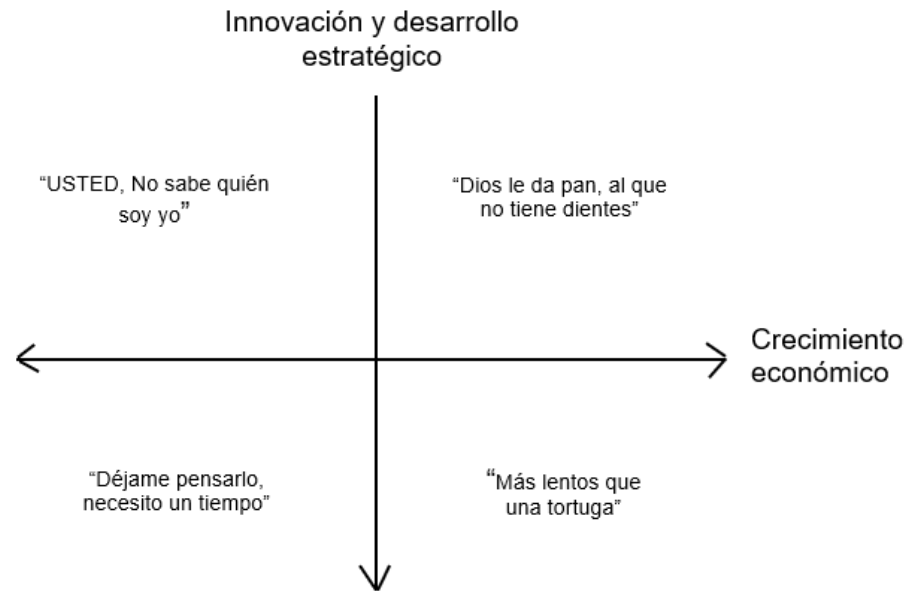


Figura 06, Matriz cruz de eje Schwartz

INNOVACIÓN Y DESARROLLO ESTRATEGICO	CRECIMIENTO ECONÓMICO
<ul style="list-style-type: none"> • Auge de las asesorías organizacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de Cambio

<ul style="list-style-type: none"> • Globalización del Marketing Digital • Fomento y desarrollo • El servicio y la atención postventa • Reclutamiento • Canales de Comunicación • Investigación de Mercados 	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto Ambiental • Responsabilidad Social Empresarial • Desarrollo tecnológico en Colombia • Políticas gubernamentales • Reformas legales vigentes • Normatividad • Gestión Contable
---	---

13.1 CONSTRUCCION DE ESCENARIOS

Escenario 1. (“DIOS LE DA PAN, AL QUE NO TIENE DIENTES”) Proyectar un soporte gubernamental que permitirá adecuarse a los cambios y nuevas reglamentaciones que se estén realizando en relación con las empresas que presten servicios de consultoría empresarial. Es un escenario donde se ejecutarán políticas gubernamentales que protegerán más a las empresas de este tipo frente a otras empresas. El gobierno ofrecerá una mayor flexibilidad a este tipo de empresas para optar las políticas implementadas por este. La ley siempre ha estado a favor del consumidor (usuario), pero en este escenario se permitirá la igualdad entre las dos partes para generar una ventaja mutua, tanto para el empleado como para la empresa. Pero del lado de E&C ENGINEERS, se encontrará con una

motivación poca o nula por parte del gerente y empleados, donde no se generen planes de capacitación para el personal, los trabajadores tendrán poco interés en el bien colectivo, y no se motivará al acceso de tecnología de punta.

Escenario 2. (“USTED, NO SABE QUIÉN SOY YO”) En este escenario la organización aceptará que su desarrollo ha estado un poco lento, y se ha restringido a un sistema tradicional. La compañía por lo tanto se lanzará en búsqueda de diferentes alternativas para producir cambios en su proceder como empresa. Se iniciará a observar variables como el crecimiento de la competencia y la incidencia del estado en sus actividades para la toma de decisiones. La empresa buscará dejar a un lado su sistema tradicional y desarrollarán planes estratégicos que le permitirán desarrollar sus actividades, implementación de nuevas tecnologías, e incursión en nuevos servicios y logra fortalecer su imagen como empresa prestadora del servicio de consultoría empresarial. En relación con las diferentes reglamentaciones y leyes sobre este tipo de compañías, se explorará para la creación de estrategias que le permitan satisfacer con todos los requerimientos exigidos por la ley y buscará el bienestar de sus colaboradores.

Escenario 3. (“MÁS LENTOS QUE UNA TORTUGA”). La empresa buscará capacitación en vacíos con los que cuente los colaboradores, contratara personal idóneo y profesional que le ayudara en el desarrollo y adquisición de nuevas competencias, dando así estrategias que le permitan diferenciarse en el sector que se desenvuelve. E&C ENGINEERS se desarrollará como una compañía que innovará en todos los procesos que realiza para la prestación de un servicio con valor agregado. Se producirán cambios actuales que permitirán mejorar y con esto conseguir el avance en su gestión y un crecimiento continuo. Pero no existirá el apoyo del gobierno en este tipo de empresas. Se harán nuevas reformas tributarias que llevarán a que la empresa este en perseverante estudio de estas nuevas

normatividades y así se le dificulte la prestación del servicio, no se otorgan subsidios ni incentivos. Las entidades financieras no otorgaran créditos fácilmente ni con intereses favorables. Deterioro del orden público, etc.

Escenario 4. («DÉJAME PENSARLO, NECESITO UN TIEMPO») En este escenario la compañía se restringirá a hacer lo necesario, la prestación de su servicio como lo viene haciendo a lo largo de su recorrido. Los directivos de la empresa no se preocuparon por ampliar su base de clientes, por lo cual sus ingresos decrecieron negativamente en el momento que estos cerraron sus ingresos de personal. La empresa nunca busco darles un valor agregado a sus actividades ni en la indagación del planteamiento de estrategias que le permitieran enfrentarse a la competencia, prestar un mejor servicio y captar mayores clientes. Por consiguiente, los directivos actuaran a tiempo y es hora de liquidar.

13.2 ESCENARIO APUESTA

De los cuatro escenarios construidos se eligió el escenario número 2 USTED, NO SABE QUIÉN SOY YO, debido a su iniciativa de crecimiento tanto interna como externamente de manera que es el más factible en el proceso que se encuentra la compañía objeto de estudio, en consecuencia, la implementación de estrategias que contengan variables como financieras, talento humano, marketing entre otros permitirá acceder a la compañía al nivel de surgimiento deseado.

En este escenario la organización aceptará que su desarrollo ha estado un poco lento, y se ha restringido a un sistema tradicional. La compañía por lo tanto se lanzará en búsqueda de diferentes alternativas para producir cambios en su

proceder como empresa. Se iniciará a observar variables como el crecimiento de la competencia y la incidencia del estado en sus actividades para la toma de decisiones. La empresa buscara dejar a un lado su sistema tradicional y desarrollarán planes estratégicos que le permitirán desarrollar sus actividades, implementación de nuevas tecnologías, e incursión en nuevos servicios y logra fortalecer su imagen como empresa prestadora del servicio de consultoría empresarial.

14. MATRIZ DOFA

AMENAZA		OPORTUNIDAD	
1	Tasa de desempleo	1	Crecimiento poblacional
2	Modificación de la tasa de interés	2	Participación en el mercado
3	Sostenibilidad ambiental	3	Crecimiento del mercado
4	Inflación	4	Precios competitivos
5	Nueva reforma tributaria	5	Protección de inversiones
6	Control de los desechos industriales	6	Implementación de nuevos productos
7	Nuevas Tecnologías de información	7	Indicadores de rentabilidad
8	Modernización tecnológica	8	Optimización del tiempo

FORTALEZA		ESTRATEGIA	ESTRATEGIA
		DA	DO
1	Servicio al cliente interno y externo	<p>1. Innovación tecnológica e implementación de maquinaria o equipo de cómputo que permitirán el dominio a la globalización, actualización y tendencias en el mercado.</p> <p>2. Alianza estratégica con organizaciones del sector para fortalecer la organización.</p>	<p>1. Integración vertical hacia atrás con los proveedores que aseguren los insumos requeridos.</p> <p>2. Reducción de costos fijos operacionales.</p>
2	Capacidad para afrontar la competencia		
3	Habilidad para fidelizar el cliente		
4	Procesos medibles hacia la excelencia		
5	Servicio postventa		
6	Margen de rentabilidad		
7	Variedad de productos en portafolio		
8	Identidad corporativa		
FORTALEZA		ESTRATEGIA	ESTRATEGIA
		FA	FO
1	Control de Inventario	<p>1. Personalización de servicio one to one.</p>	<p>1. Implementación de programas de desarrollo de talento humano.</p> <p>2. Formación de programas en</p>
2	Capacitación actualizada en las TIC		
3	No actualización de equipos		
4	Rotación de empleados		

5	Sobrecarga en las labores de empleados	2. Implementación de fuerza de ventas a través de la consultoría será un valor agregado en el conocimiento del sector.	relación con gestión de talento humano, enfocado en competencias.
6	Estudio de mercado		
7	CRM no actualizado		
8	Página Web no actualizada		

15. PLANES DE ACCION

Variable:	Procesos internos						
Estrategia:	Alianza estratégica con organizaciones del sector para dar a conocer la empresa.						
Objetivo estratégico:	Incrementar el número de clientes al 30%, entre el periodo comprendido entre Enero 2020 - Enero 2025						
Meta:	Obtener alianza con 3 socios estratégicos						
Proyectos	Planes	Programas	Actividades y Acciones	Responsable	Duración	Presupuesto	Plan de seguimiento
Creación de alianzas estratégicas con empresas de la misma línea de servicio que puedan brindar a la empresa nuevas asociaciones	Plan Estratégico	Programa de implementación de alianzas estratégicas	1. Participar en actividades sociales con stand y publicidad en lugares de gran captación de clientes como ferias empresariales. 2. Análisis del mercado 3, presupuestos de inversión 4. Análisis de estrategias 5. Escoger posibles alternativas 6. Seleccionar alternativas	Gerencia General	Programación a 5 años	Se estima que el costo promedio aproximado del proyecto está entre \$ 16,000,000	Creación de indicadores de gestión que permitan establecer la efectividad de los procesos que se realicen, comparando estados de socios prospectos.

Variable:	Mercadeo						
Estrategia:	Implementación de fuerza de ventas a través de la consultoría será un valor agregado en el conocimiento del sector						
Objetivo estratégico:	Aumentar el posicionamiento de marca en 50% con el fin de incrementar la cantidad de negocios cerrados						
Meta:	Contar con una fuerza de ventas comprometida que genere más opciones de posibles negocios comprendidos entre Enero 2020 - Enero 2025						
Proyectos	Planes	Programas	Actividades y Acciones	Responsable	Duración	Presupuesto	Plan de seguimiento
Implementación de una fuerza de ventas, con personal altamente calificado según nuestro tipo de clientes	Plan de estratégico	Programa de administración de ventas de nuevo personal capacitado en habilidades comerciales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reclutamiento masivo por páginas de empleo 2. Entrevistas con el área comercial como filtro de selección 3. Capacitación de personal en habilidades comerciales 4. Evaluaciones de continuo aprendizaje 5. identificar perfil 6. Identificar Necesidades 	Gerente general, líder del proceso de gestión mercado	5 años	El presupuesto promedio para la realización de esta estrategia es de \$9,000,000	Se establecerá evaluaciones al desempeño logrado por la fuerza de ventas midiendo así la recordación y posicionamiento en el mercado

Variable:	Talento Humano						
Estrategia:	Implementación de programas de desarrollo de talento humano,						
Objetivo estratégico:	Generar un plan de incentivos al desarrollo del talento humano en el periodo comprendido entre Enero 2020 - Enero 2025						
Meta:	Disminuir la rotación de personal en 15%						
Proyectos	Planes	Programas	Actividades y Acciones	Responsable	Duración	Presupuesto	Plan de seguimiento
Implementación de capacitaciones y actividades que impulsen el desarrollo del talento humano dentro de la organización con el fin de promover el plan carrera	Plan Estratégico	programa de capacitación de personal debido a los programas que impulsen el desarrollo personal y profesional dentro de la organización	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitaciones al personal según su nivel educativo 2. Evaluaciones de los temas vistos en capacitaciones 3. Divulgación de plan carrera 4. Convocatorias y formación del plan carrera 	Gerente General - Líder de gestión del proceso de talento humano	5 años	El presupuesto estimado de esta estrategia es \$ 12.000.000	Seguimiento a las Políticas de bienestar laboral

Variable:	Financiera						
Estrategia:	Reducción de costos fijos operacionales.						
Objetivo estratégico:	Aumentar el margen de ganancia en un 20 % de utilidad para el periodo comprendido entre Enero 2020 - Enero 2025						
Meta:	lograr la tercerización en un 20% para el periodo de 2020 – 2025						
Proyectos	Planes	Programas	Actividades y Acciones	Responsable	Duración	Presupuesto	Plan de seguimiento
Tercerización para reducción de costos	Plan estratégico	Administración de costos y presupuestos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asistir a actividades y/o seminarios de proceso administrativos y financieros. 2. Mejores aliados para la compañía 3. evaluar proponentes del servicio 4. generar licitaciones 5. mejoramiento de calidad 6. cobertura y cantidad de oferta 	Líder del proceso de gestión financiera	Programación a 5 años.	Se estima que el costo promedio aproximado del proyecto está entre \$ 15.000000	Un plan de control interno bimestral.

Variable:	Mercado						
Estrategia:	Para cada cliente se tendrá su consultor en el tiempo y/e horario asignado dado que el proceso de acompañamiento sea controlado y genere la fidelización						
Objetivo estratégico:	Durante el periodo 2020 - 2025 aumentar un 30% la cantidad de clientes para que se pueda abarcar el mercado.						
Meta:	Crear una fuerza de ventas en un 80 % generando más opciones de posibles negocios						
Proyectos	Planes	Programas	Actividades y Acciones	Responsable	Duración	Presupuesto	Plan de seguimiento
Implementación de una fuerza de ventas, según nuestro tipo de clientes	Plan estratégico	Implementar Programas de atención y Fidelización al cliente.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reclutamiento masivo por páginas de empleo 2. publicidad en páginas web y redes sociales 3. Capacitación de personal en habilidades comerciales 4. Evaluaciones de continuo aprendizaje 5. atención personalizada 6. equipos de trabajo motivado 	Área de reclutamiento, formación y recursos humanos; y mercadeo.	5 Años	El presupuesto promedio para la realización de esta estrategia es de \$ 24.000.000	Se establecerá un plan de seguimiento cada dos meses de la cantidad de personal reclutado, capacitaciones asistidas y promedio de evaluaciones. Y a su vez la cantidad de clientes nuevos que han ingresado a la compañía.

Variable:	Talento Humano						
Estrategia:	Formación de programas en relación con gestión de talento humano, enfocado en competencias						
Objetivo estratégico:	Diseñar, la misión visión y políticas de gestión humana. En el periodo de 2020 a 2025						
Meta:	Participación del 90% del personal de planta en programas del talento humano en un tiempo determinado						
Proyectos	Planes	Programas	Actividades y Acciones	Responsable	Duración	Presupuesto	Plan de seguimiento
Actualizar e implementar el plan estratégico de gestión humana.	Plan Estratégico	Programas de bienestar e incentivos	1. Capacitaciones al personal 2. motivación del personal 3. formación de líderes 4. desarrollo del personal 5. evaluaciones de desempeño 6. proyectos de aprendizaje en equipos	Coordinador del grupo de gestión humana; profesional responsable	5 años	El presupuesto estimado de esta estrategia es \$ 10.000.000	El seguimiento se realizará por medio de planillas de asistencia como evidencia de la participación del personal. Por periodos de 3 meses.

Variable:	Procesos Internos						
Estrategia:	Innovación tecnológica e implementación de maquinaria o equipo de cómputo que permitirán el dominio a la globalización, actualización y tendencias en el mercado.						
Objetivo estratégico:	Lograr posicionar una mayor cobertura del servicio en el mercado en un 20 % para los próximos cinco años.						
Meta:	Aumento de participación en el mercado en un 5%						
Proyectos	Planes	Programas	Actividades y Acciones	Responsable	Duración	Presupuesto	Plan de seguimiento
Innovación tecnológica e implementación de maquinaria o equipo de cómputo que permitirán el dominio a la globalización, actualización y tendencias en el mercado.	Plan estratégico	Gestión tecnológica.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Plan de compra 2. Elaboración de presupuesto, 3. Convocar a proveedores para cotización 4. Reducción del riesgo comercial. 5. Toma de decisiones. 6. Preparación para la comercialización. 7. Capacitación de ingenieros. 	Gerente general, líder del proceso de compras.	5 años	Se estima que el costo promedio aproximado del proyecto está entre \$18.000.000.	Plan de seguimiento mensual, auditoría al grupo de compras,

Variable:	Procesos Internos						
Estrategia:	Integración vertical hacia atrás con los proveedores que determinen la generación de utilidades.						
Objetivo estratégico:	Aumentar la rentabilidad financiera en un 3% para el año 2025.						
Meta:	Reducción de costos operacionales de materia de prima en un 3%.						
Proyectos	Planes	Programas	Actividades y Acciones	Responsable	Duración	Presupuesto	Plan de seguimiento
Integración vertical con proveedores.	Plan estratégico	Compras y reducción de costos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificación de proveedor. 2. Selección de proveedor. 3. Realizar Licitación. 4. Toma de decisiones. 5. Comercialización. 6. Control de inventarios 	Gerente general, equipo de trabajo	5 años	Se estima que el costo promedio aproximado está entre \$ 50,000,000	Plan de compras y control de inventarios

16. CUADROS DE CONTROL

Proyectos estratégicos:	Creación de alianzas estratégicas con empresas de la misma línea de servicio que puedan brindar a la empresa nuevas asociaciones		
Estrategia:	Alianza estratégica con organizaciones del sector para dar a conocer la empresa.		
Responsables:	Gerencia General		
Actividades y Accione	Meta	Indicadores de Gestión	Periodicidad
<ol style="list-style-type: none"> 1. Participar en actividades sociales con stand y publicidad en lugares de gran captación de clientes como ferias empresariales. 2. Análisis de los mercados. 3. Presupuestos de inversión. 4. Análisis de estrategias. 5. Escoger posibles alternativas. 6. Seleccionar alternativas. 	<p>Obtener alianza con 3 socios estratégicos</p>	<p><i>No. Total de clientes del periodo +1</i></p> <p style="text-align: center;">-----</p> <p><i>No. total de clientes del periodo 1.</i></p>	<p>Mensual</p>

Proyectos estratégicos:	Implementación de una fuerza de ventas, con personal altamente calificado según nuestro tipo de clientes		
Estrategia:	Implementación de fuerza de ventas a través de la consultoría será un valor agregado en el conocimiento del sector		
Responsables:	Gerente general, líder del proceso de gestión mercado		
Actividades y Acciones	Meta	Indicadores de Gestión	Periodicidad
<ul style="list-style-type: none"> 1. Reclutamiento masivo por páginas de empleo 2. Entrevistas con el área comercial como filtro de selección 3. Capacitación de personal en habilidades comerciales 4. Evaluaciones de continuo aprendizaje 5. identificar perfil 6. Identificar Necesidades 	<p>Contar con una fuerza de ventas comprometida que genere más opciones de posibles negocios comprendidos entre Enero 2020 - Enero 2025</p>	<p style="text-align: center;"><i>Lealtad:</i></p> <p style="text-align: center;"><i>No de compras de productos a la empresa</i></p> <p style="text-align: center;">-----</p> <p style="text-align: center;"><i>No Compras a la competencia.</i></p>	<p>Mensual</p>

Proyectos estratégicos:	Implementación de capacitaciones y actividades que impulsen el desarrollo del talento humano dentro de la organización con el fin de promover el plan carrera		
Estrategia:	Implementación de programas de desarrollo de talento humano,		
Responsables:	Gerente General - Líder de gestión del proceso de talento humano		
Actividades y Acciones	Meta	Indicadores de Gestión	Periodicidad
1. Capacitaciones al personal según su nivel educativo 2. Evaluaciones de los temas vistos en capacitaciones 3. Divulgación de plan carrera 4. Convocatorias y formación del plan carrera	Disminuir la rotación de personal en 15%	1) <i>Programas a desarrollar en recursos humanos:</i> <i>No. Programas aprobados</i> ----- <i>No programas aprobados</i> 2) <i>capacitación a empleados:</i> <i>No. Empleados capacitados</i> ----- <i>No. Empleados de la empresa</i>	Mensual

Proyectos estratégicos:	Tercerización para reducción de costos		
Estrategia:	Reducción de costos fijos operacionales.		
Responsables:	Líder del proceso de gestión financiera		
Actividades y Acciones	Meta	Indicadores de Gestión	Periodicidad
1.Asistir a actividades o seminarios de proceso administrativos y financieros. 2.Mejores aliados para la compañía 3. evaluar proponentes del servicio 4. generar licitaciones 5. mejoramiento de calidad 6. cobertura y cantidad de oferta	Lograr la tercerización en un 20% para el periodo de 2020 a 2025	Gastos financieros ----- Gastos totales	Mensual

Proyectos estratégicos:	Implementación de una fuerza de ventas, según nuestro tipo de clientes		
Estrategia:	Para cada cliente se tendrá su consultor en el tiempo y/e horario asignado dado que el proceso de acompañamiento sea controlado y genere la fidelización		
Responsables:	Área de reclutamiento, formación y recursos humanos; y mercadeo.		
Actividades y Acciones	Meta	Indicadores de Gestión	Periodicidad
<ul style="list-style-type: none"> 1. Reclutamiento masivo por páginas de empleo 2. publicidad en páginas web y redes sociales 3. Capacitación de personal en habilidades comerciales 4. Evaluaciones de continuo aprendizaje 5. Atención personalizada 6. Equipos de trabajo motivado 	<p>Crear una fuerza de ventas en un 80 % generando más opciones de posibles negocios</p>	<p><i># de compras de productos a la empresa</i> ----- <i># de compras a la competencia</i></p>	<p>Mensual</p>

Proyectos estratégicos:	Actualizar e implementar el plan estratégico de gestión humana.		
Estrategia:	Formación de programas en relación con gestión de talento humano, enfocado en competencias		
Responsables:	Coordinador del grupo de gestión humana; profesional responsable		
Actividades y Acciones	Meta	Indicadores de Gestión	Periodicidad
<ul style="list-style-type: none"> 1. Capacitaciones al personal. 2. Motivación del personal. 3. Formación de líderes. 4. Desarrollo del personal. 5. Evaluaciones de desempeño. 6. Proyectos de aprendizaje en equipos. 	Participación del 90% del personal de planta en programas del talento humano en un tiempo determinado.	<i># de programas aprobados</i> ----- <i>- # de programas planeados</i>	Bimestral

17. PLAN DE ACCIÓN GENERAL

Responsable: Integrantes de la Organización

Indicador de éxito Global Clientes Actuales/ Clientes Nuevos

Estrategias	Objetivos	Responsables	Lugar (¿Dónde?)	Duración	Meta	Presupuesto
Alianza estratégica con organizaciones del sector para dar a conocer la empresa.	Incrementar el número de clientes al 30%, entre el periodo comprendido entre Enero 2020 - Enero 2025	Gerencia General	E&C ENGENNERS	5 años	Obtener alianza con 3 socios estratégicos	\$ 16.000.000
Implementación de fuerza de ventas a través de la consultoría será un valor agregado en el conocimiento del sector	Aumentar el posicionamiento de marca en 50% con el fin de incrementar la cantidad de negocios cerrados	Gerente general, líder del proceso de gestión mercado	E&C ENGENNERS	5 años	Contar con una fuerza de ventas comprometida que genere más opciones de posibles negocios comprendidos entre Enero 2020 - Enero 2025	\$ 9.000.000

Implementación de programas de desarrollo de talento humano,	Generar un plan de incentivos al desarrollo del talento humano en el periodo comprendido entre Enero 2020 - Enero 2025	Gerente General - Líder de gestión del proceso de talento humano	E&C ENGENNERS	5 años	Disminuir la rotación de personal en 15%	\$ 12.000.000
Reducción de costos fijos operacionales.	Aumentar el margen de ganancia en un 20 % de utilidad para el periodo comprendido entre Enero 2020 - Enero 2025	Líder del proceso de gestión financiera	E&C ENGENNERS	5 años	lograr la tercerización en un 20% para el periodo de 2020 – 2025	\$ 15.000.000
Para cada cliente se tendrá su consultor en el tiempo y/e horario asignado dado que el proceso de acompañamiento sea controlado y genere la fidelización	Durante el periodo 2020 - 2025 aumentar un 30% la cantidad de clientes para que se pueda abarcar el mercado.	Área de reclutamiento, formación y recursos humanos; y mercadeo.	E&C ENGENNERS	5 años	Crear una fuerza de ventas en un 80 % generando más opciones de posibles negocios	\$ 24.000.000

Formación de programas en relación con gestión de talento humano, enfocado en competencias	Diseñar, la misión visión y políticas de gestión humana. En el periodo de 2020 a 2025	Coordinador del grupo de gestión humana; profesional responsable	E&C ENGENNERS	5 años	Participación del 90% del personal de planta en programas del talento humano en un tiempo determinado	\$ 10.000.000
Innovación tecnológica e implementación de maquinaria o equipo de cómputo que permitirán el dominio a la globalización, actualización y tendencias en el mercado.	Lograr posicionar una mayor cobertura del servicio en el mercado en un 20 % para los próximos cinco años.	Gerente general, líder del proceso de compras.	E&C ENGENNERS	5 años	Aumento de participación en el mercado en un 5%	\$ 1.800.000
Integración vertical hacia atrás con los proveedores que determinen la generación de utilidades.	Aumentar la rentabilidad financiera en un 3% para el año 2025.	Gerente general, equipo de trabajo	E&C ENGENNERS	5 años	Reducción de costos operacionales de materia de prima en un 3%.	\$ 50.000.000
TOTAL						\$ 137.800.000

18. DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO

18.1 MISIÓN

Somos una empresa que busca innovar permanentemente en soluciones sistémicas de desarrollo organizacional que promuevan la productividad, rendimiento y competitividad para el resultado y perfeccionamiento de los objetivos estratégicos de nuestros clientes.

18.2 VISIÓN

Seremos una organización líder en el centro de desarrollo empresarial en sabana occidente, con proyección municipal y departamental, destacada por su innovación, eficiencia, excelencia, calidad y flexibilidad en sus servicios.

18.3 VALORES CORPORATIVOS

HONESTIDAD: Todas las actividades que se desarrollan en la prestación del servicio se hacen de manera transparente y conforme a la ley.

RESPECTO: Realizar sus actividades con integridad hacia los intereses de todos nuestros clientes tanto internos como externos.

CUMPLIMIENTO: Todos los servicios se ofrecen y se prestan con un compromiso de calidad y oportunidad.

CALIDAD HUMANA: Es importante propender por el continuo desarrollo del trabajador tanto a nivel profesional como personal.

18.4 EL MEGA

Para 2025 E&C ENGINEERS tendrá como principales aliados estratégicos nacionales consolidando nuevos mercados, generando 300 nuevos empleos, siendo líder en el mercado de consultorías en las principales ciudades de Colombia; por medio de la innovación en servicios para satisfacer las necesidades de los clientes, permanece en el crecimiento sostenible de operaciones y formación del talento humano enfocado en competencias.

18.5 MAPA ESTRATEGICO E&C

MAPA ESTRATEGICO

PERSPECTIVA FINANCIERA

PERSPECTIVA MERCADO

PERSPECTIVA INTERNA

PERSPECTIVA APRENDIZAJE



18.6 ORGANIGRAMA DE PROCESOS E&C



RECOMENDACIONES

Se proponen las siguientes recomendaciones para el fortalecimiento organizacional de la compañía:

Diseñar y elaborar un portafolio de servicios dirigido hacia los clientes, donde se encuentre a detalle cada una de las características y beneficios que este puede tener al adquirirlos, divulgarlo como medio de promoción en cada uno de los canales publicitarios que sea de gran auge para el target de clientes que desean captar.

Capacitar a los colaboradores en servicio al cliente y ventas ya que este sería un valor agregado que dará una ventaja competitiva en la industria, formaciones con orientación al logro y cumplimiento de metas y satisfacción de usuarios ya que esto permitirá una Fidelización con clientes antiguos y abrir nuevos mercados.

Se recomienda implementar evaluación de desempeño para los colaboradores y con el resultado que arrojen estas, realizar feedback para que conozcan como van los indicadores, como se están midiendo, a donde se debe llevar y cual es el plan de trabajo propuesto para el cumplimiento de estos objetivos.

Realizar encuentros periódicos con todo el personal de la organización para conocer aspectos a mejorar y realizar retroalimentaciones colectivas constructivas que ayuden al fortalecimiento de la comunicación empresarial.

Se recomienda realizar en detalle un plan de mercadeo que le permita a la empresa posicionarse en el mercado y promocionar adecuadamente los productos que esta ofrece.

Motivar al capital humano y verlo como una de las razones principales de funcionamiento de una organización, tener el personal comprometido con el cumplimiento de los objetivos organizacionales y trabajar en equipo brindara un aumento del potencial en la empresa.

El cumplimiento de las actividades y tareas propuestas en el plan de estrategias, ya que estas son el resultado de un análisis interno y externo de la organización.

CONCLUSIONES

Las estrategias planteadas en el trabajo de investigación ayudaran a que la empresa llegue a una posición más competitiva en el sector, aumentando su participación el mercado y fortaleciendo la imagen de la compañía dentro de la industria y de los clientes potenciales, con este diagnostico se logro identificar todas las oportunidades que tiene la organización y posibles amenazas que esta sometida a los cambios del medio.

Los planes de acción propuestos ayudaran al fortalecimiento empresarial de la compañía, ya que estos están enfocados a las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de esta, ya que los indicadores de gestión planteados suponen una herramienta de control que le permitirá a las directivas conocer la situación actual de la empresa y detectar con facilidad los posibles problemas que ocurran para darles pronta solución. Con los planes de acción propuestos se logrará posicionar la organización en el mercado y que la marca tenga la rentabilidad proyectada.

La divulgación de la misión, visión y objetivos permitirá a los empleados tener claridad de las metas que se desean alcanzar en la organización y las estrategias que se implementaran para ello, es por esto que se planteó un direccionamiento estratégico que lleve a la empresa al cumplimiento de sus metas. El alcance de esta divulgación hará que los participantes de la organización mas sentido de pertenencia y se sentirán parte de esta para el cumplimiento de los objetivos.

En último lugar por medio del diagnóstico empresarial, su análisis y posterior aplicación del plan estratégico se cumplirá la totalidad de los objetivos (general y específicos) y metas que se formularon al inicio del proyecto; se comprobará la hipótesis y se dará solución a los problemas encontrados en el análisis DOFA, por medio de la Planeación Estratégica propuesta por los investigadores, la cual guiará a la compañía al futuro deseado por sus directivas.

19. ANEXOS

20. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Por favor, dedique un momento a completar esta encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para mejorar nuestro servicio. (Tiempo aproximado: 3 minutos.)

NOMBRE Y/O RAZON SOCIAL

CONTACTO

CIUDAD

Rango de Calificación: Excelente 5.0 Muy Bueno 4.5 Bueno 4.0 Regular: 3.0 Deficiente 2.0 Pésimo 1.0

COMERCIAL

Como califica al Asesor en los siguientes factores

Factor	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Deficiente	Pésimo
Atención	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conocimiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Puntualidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

SERVICIO POSVENTA

Como califica el Servicio Posventa de E&C en cuanto a:

Criterio	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Deficiente	Pésimo
Tiempo de Respuesta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Calidad del Servicio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SERVICIO AL CLIENTE

Basado en su experiencia con nuestro servicio de Atención al cliente, por favor califique los siguientes aspectos

Criterio	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Deficiente	Pésimo
Oportuna Información	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Resolución del Problema	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facilidad para contactar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amabilidad de la persona que lo atendió	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

GENERALES

Criterio	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Deficiente	Pésimo
----------	-----------	-----------	-------	---------	------------	--------

Como califica a E&C en la atención de necesidades imprevistas o urgentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Recomendaría usted a E&C:

SI NO

INFORMATIVA

Por qué medio se enteró Ud. de los productos y/o servicios prestados por E&C :

Página Web Páginas Amarillas Referido Periódico

Tiene alguna sugerencia o comentario para mejorar nuestros servicios:

21. BIBLIOGRAFIA

- JOHNSON, G; WHITTINGTON R. & SCHOLLES, K. Exploring Strategy, Ed. Pearson. 2011
- PRIETO HERRERA, J. E. Gestión estratégica organizacional (3ª. ed.). Bogotá D.C., Colombia: Ecoe Ediciones. (2003).

- PORTER. M. Estrategia Competitiva: Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia, Compañía editorial continental, México. (2011).
- BAKULI, D. Book reviews good strategy bad strategy: The difference and why it matters. Journal of Management and Organization. Australian and New Zealand Academy of Management and Organization, November, 18(6). (2012).
- JACKSON, S. E. Five secrets to success in business strategy. Journal of Business Strategy, 33(2). (2012).
- SPENDOLINI, M. J.: The Benchmarking book, American Management Association, New York, NY. (1992)
- OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y.; TUCCI, C.L. Clarifying Business Models: origins, present and future of the concept. Communications of AIS, 15. (2005).
- SCHENDEL & HOFER, D. Strategy Formulation. Analytical concepts. Minnesota, USA: Pub. West. (1978).
- KLEIN, A. (2011). Corporate culture: Its value as a resource for competitive advantage. Journal of Business Strategy, 32(1), 21-28.
- JÖNSSON, C. & DEVONISH, D. An exploratory study of competitive strategies among hotels in a small developing Caribbean state. (Emerald, Ed.)