



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA
FACULTAD DE CIENCIAS Y SISTEMAS**

TESIS PARA OPTAR AL TITULO DE INGENIERO DE SISTEMAS

TITULO:

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL “GRUPO EMPRESARIAL TECNOLÓGICO
DE SOLUCIONES (GET SOLUTIONS)”, UBICADO EN LA CIUDAD DE
MANAGUA.**

AUTORES:

Br. Luis Ignacio Bermúdez Gómez. 2014 – 0216I

Br. Gerson Yaser Mercado Ibarra. 2014 – 0431I

Br. Ronny Alejandro Calero Mora. 2014 – 0489I

TUTOR:

Msc. Leonel Antonio Martínez Zúniga.

Managua, 01 de Septiembre del 2020.

DEDICATORIA

Dedicamos esta tesis primeramente a Dios, quien nos guio por el buen camino y proporciono fuerzas para seguir adelante, coraje para enfrentar las diferentes dificultades que se presentaron durante este proceso; a nuestros padres quienes nos brindaron su apoyo económico y emocional durante todo este tiempo y a todos los que nos apoyaron de una u otra manera para que se pudiera concluir esta tesis con éxito.

Dedicamos este trabajo final de nuestra carrera a los seres que más queremos en la vida y a quienes nos apoyaron directamente para alcanzar tan importante meta, ya que sin su apoyo no hubiera sido posible alcanzar dicha meta:

- En primer lugar, a Dios, ser supremo creador nuestro y del universo, por habernos dotado de inteligencia, y además por ser nuestro guía en todo momento.
- A nuestros padres, profesores, amigos incondicionales, compañeros de estudio, que nos apoyaron durante el tiempo que ocupamos en la elaboración de este proyecto.
- A nuestro tutor Ms. Leonel Martínez quien nos brindó apoyo invaluable e incondicional en este trabajo final.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecemos a Dios por habernos dado la oportunidad de culminar con éxito este proyecto académico.

Queremos agradecer a la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI), por abrirnos las puertas y brindarnos la oportunidad de formarnos como profesionales de bien para la sociedad.

De manera muy especial a nuestros padres por apoyarnos de forma incondicional en todo momento, tanto moral como de forma directa, durante todos los años de estudio.

A nuestros maestros y tutor Msc. Leonel Martínez, quien en todo momento puso a nuestra disposición todos sus conocimientos y experiencia. A todos los profesores que aportaron parte de su conocimiento y paciencia para transmitirnos sus enseñanzas, valores y virtudes que sirvieron de base para la formación profesional. Al gerente de GET SOLUTIONS por permitirnos realizar esta tesis en su empresa y esperamos que sea de gran aporte para su crecimiento a futuro.

RESUMEN

Durante la elaboración de este trabajo monográfico en la empresa GET SOLUTION, se realizaron varios estudios; inicialmente se elaboró el **diagnóstico situacional**, tomando en cuenta el ambiente interno y externo, donde se obtuvo como resultado que la empresa no tiene definida su imagen y perfil corporativo, tampoco ha formalizado su organización y no cuenta con la documentación de soporte de la gestión administrativa y comercial; luego se realizó la **formulación de objetivos y selección de estrategias** utilizando la matriz FODA y PEYEA.

En este caso se evidencio que una de sus fortalezas es la permanencia en el mercado durante 8 años; sin embargo, se encontraron muchas debilidades tales como: deficiencias en los procesos de recursos humanos, dificultad para cumplir a tiempo los servicios, deficiencia en la toma de decisiones y la orientación limitada a un mercado con diversas oportunidades; posteriormente se construyó el **plan de acción**, donde se propusieron 11 estrategias que serán ejecutadas paulatinamente en el periodo comprendido entre 2020 al 2024, cuyo costo de implementación total del plan será de C\$ 4,241,074.97.

Para cumplir cada fase de ejecución del plan estratégico, se presentan los costos que conlleva la implementación de las estrategias y un cronograma planificado que permita a la gerencia dar continuo seguimiento al desempeño y aplicación de cada actividad según los objetivos y estrategias propuestas hasta el cumplimiento en su totalidad.

Adicionalmente, por parte del equipo de desarrollo del plan estratégico, se propuso un perfil empresarial compuesto por los ejes estratégicos de la empresa, una estructura organizacional apropiada para desempeñar todas las actividades requeridas por el giro de negocio y se diseñó un maquetado de sitio web con las pautas iniciales para tener presencia en el mundo digital.

INDICE

I.	Introducción	1
II.	Antecedentes.....	3
III.	Justificación.....	4
IV.	Objetivos	5
1.	Objetivo General.....	5
2.	Objetivos Específicos.....	5
V.	Marco Teórico.....	6
	Capítulo I: Diagnóstico Situacional de GET SOLUTIONS.....	35
1.1.	Análisis Situacional.....	36
1.1.1.	Concepción institucional.....	36
1.2.	Ambiente Interno de GET SOLUTIONS.....	38
1.2.1.	Giro de la Empresa.....	39
1.2.2.	Mercado de la Empresa.....	39
1.2.3.	Estructura Organizacional.....	40
1.2.4.	Organigrama.....	41
1.2.5.	Manual de Funciones.....	42
1.2.6.	Evaluación del Desempeño Operativa y Funcional.....	43
1.2.7.	Forma y Organización del Trabajo.....	43
1.2.8.	Equipos de Trabajo.....	44
1.2.9.	Planes y Carga de Trabajo.....	44
1.2.10.	Niveles de Autoridades y Responsabilidades.....	45
1.2.11.	Nivel Ejecutivo.....	45
1.2.12.	Nivel Operativo.....	45
1.2.13.	Nivel Académico y Profesional del Personal.....	45
1.2.14.	Proceso de Reclutamiento y Selección de personal.....	46
1.2.15.	Evaluación de Personal.....	47
1.2.16.	Servicios de la Empresa.....	47
1.2.17.	Publicidad, Marketing y Canales de Comercialización.....	49
1.2.18.	Recursos Tecnológicos.....	53
1.2.19.	Procedimientos Administrativos y Normativas.....	58
1.2.20.	Higiene, Seguridad y Riesgo Laboral.....	62
1.2.21.	Distribución de Planta.....	62

1.2.22.	Plan Estratégico.....	64
1.3.	Ambiente Externo GET SOLUTIONS.....	64
1.3.1.	Análisis PESTEL.....	64
1.3.2.	Fuerzas de Porter.....	73
1.3.3.	Territorio de Marca.....	80
1.3.4.	Buyer Persona.....	82
1.4.	Análisis de Factores Internos y Externos de GET SOLUTIONS.....	85
1.4.1.	Análisis de Ambiente Interno.....	85
1.4.2.	Análisis de Ambiente Externos.....	88
1.5.	Evaluación de Factores Externos e Internos.....	92
1.5.1.	Matriz de Evaluación EFE.....	92
1.5.2.	Matriz de Evaluación EFI.....	96
1.6.	MATRIZ PEYEA.....	98
1.7.	Análisis Estructural del FODA.....	102
1.7.1.	Matriz FODA.....	103
1.8.	Matriz de impacto cruzado.....	106
1.9.	Determinación del área motriz.....	108
1.10.	Selección de estrategias a implementar en GET SOLUTIONS.....	110
Capítulo II: Estrategias Corporativas.....		113
2.1.	Enunciados Estratégicos.....	114
2.2.	Propuesta de filosofía Estratégica de la empresa.....	117
2.2.1.	Misión.....	117
2.2.2.	Visión.....	117
2.2.3.	Valores.....	118
2.2.4.	Principios.....	119
2.2.5.	Organigrama Propuesto.....	119
2.2.6.	Fichas Ocupacionales.....	121
Capítulo III: Plan de Acción de GET SOLUTIONS.....		121
3.1.	Actividades por estrategias.....	122
3.2.	Plan de acción y matriz de proyectos.....	149
3.3.	Análisis financiero de las estrategias.....	159
3.4.	Costo, Inversión y año de Ejecución de Estrategia.....	171
3.5.	Costo e inversión por año.....	172

3.6.	Proyección de Ingresos.....	172
3.7.	Proyección de utilidades.	173
VI.	Conclusiones.....	175
VII.	Recomendaciones	176
VIII.	BIBLIOGRAFÍA	178
	• Web grafía.....	180
IX.	ANEXOS.	183

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cartera de servicios de GET SOLUTIONS.....	48
Tabla 2: Recursos Tecnológicos actuales de GET SOLUTIONS.....	54
Tabla 3: Especificación del servidor actual de GET SOLUTIONS.	56
Tabla 4: Matriz de Evaluación EFE	92
Tabla 5: Matriz de evaluación de factores externos de GET SOLUTIONS.....	93
Tabla 6: Matriz de evaluación EFI.....	96
Tabla 7: Matriz de evaluación de factores internos de GET SOLUTIONS.....	97
Tabla 8: Promedio por factor establecido.....	101
Tabla 9: Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)	104
Tabla 10: Valor de ponderación de matriz de motricidad	106
Tabla 11: Matriz de Motricidad-Dependencia	107
Tabla 12: Tabla de Dependencia – Motricidad.	108
Tabla 13: Objetivos estratégicos de GET SOLUTIONS.	114
Tabla 14: Objetivos estratégicos vs estrategias de GET SOLUTIONS.....	115
Tabla 15: Líneas de Acción, recursos e indicadores de la estrategia 3.	123
Tabla 16: Líneas de Acción, recursos e indicadores de la estrategia 7.	130
Tabla 17: Líneas de Acción, recursos e indicadores de la estrategia 16.	127
Tabla 18: Líneas de Acción, recursos e indicadores de la estrategia 4.	124
Tabla 19: Líneas de Acción, recursos e indicadores de la estrategia 13.	132
Tabla 20: Líneas de Acción, recursos e indicadores de la estrategia 14 del objetivo 2.	133
Tabla 21: Líneas de Acción, recursos e indicadores de la estrategia 2 del objetivo 3.	135
Tabla 22: Líneas de Acción, recursos e indicadores de la estrategia 8.	141
Tabla 23: Líneas de Acción, recursos e indicadores de la estrategia 1.	143
Tabla 24: Líneas de Acción, recursos e indicadores de la estrategia 10.	145
Tabla 25: Matriz de ejecución de Estrategias	150
Tabla 26: Matriz de ejecución de actividades	152
Tabla 27: Costos de Estrategia 3	160
Tabla 28: Costos de Estrategia 7	164
Tabla 29: Costos de Estrategia 16	163
Tabla 30: Costos de Estrategia 4	161
Tabla 31: Costos de Estrategia 13	164

Tabla 32: Costos de Estrategia 14	165
Tabla 33: Costos de Estrategia 2	166
Tabla 34: Costos de Estrategia 8	168
Tabla 35: Costos de Estrategia 1	169
Tabla 36: Costos de Estrategia 10	169
Tabla 37: Resumen de costo e inversión por estrategia.....	171
Tabla 38: Costo e inversión de implementación de estrategias por año.....	172
Tabla 39: Incremento de ingresos anual	172
Tabla 40: Utilidad proyectada	173
Tabla 41: Utilidad actual de GET SOLUTIONS.	174
Tabla 42: Diferencia de Utilidades.....	174

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Principales fuerzas en el macroentorno de la empresa	15
Ilustración 2: Mapa Cognitivo del prototipo de planeación estratégica	32
Ilustración 3: Organigrama actual GET SOLUTIONS	41
Ilustración 4: Brochur utilizado para publicidad. Información general	50
Ilustración 5: Brochur utilizado para publicidad. Oferta de Servicios.	51
Ilustración 6: Publicidad para periódicos.....	52
Ilustración 7: Diseño para publicidad para redes sociales 1	53
Ilustración 8: Diseño para publicidad para redes sociales 2.....	53
Ilustración 9: Distribución de Planta, primer piso.....	63
Ilustración 11: Estructura de población según edad y sexo, Nicaragua, 1990 y 2015	67
Ilustración 12: PESTEL GET SOLUTIONS.....	72
Ilustración 13: Territorio de marca GET SOLUTIONS.....	81
Ilustración 14: Buyer persona. ¿Quién?.....	82
Ilustración 15: Buyer persona. ¿Qué?.....	83
Ilustración 16: Buyer persona. ¿Por Qué?.....	83
Ilustración 17: Buyer persona. ¿Por Qué?.....	84
Ilustración 18: FODA - GET SOLUTIONS.....	91
Ilustración 19: Matriz PEYEA.....	102
Ilustración 20: Área Motriz.....	109
Ilustración 21: Influencia y motricidad de cada uno de los elementos del sistema	110
Ilustración 22: Organigrama propuesto para GET SOLUTIONS	120
Ilustración 23: Flujo de información. Sitio Web	262
Ilustración 24: Distribución de menú para web GET SOLUTIONS.	263
Ilustración 25: Diagrama de Navegación web.....	264
Ilustración 26: Index página web GET SOLUTIONS	266
Ilustración 27: Quienes somos, página web GET SOLUTIONS.....	266
Ilustración 28: Servicios, página web GET SOLUTIONS	267
Ilustración 29: Servicio seleccionado, página web GET SOLUTIONS.....	267
Ilustración 30: Experiencia, página web GET SOLUTIONS	268
Ilustración 31: Contacto, página web GET SOLUTIONS.....	268

I. Introducción

La empresa “GET SOLUTIONS” fue creada en el año 2011 y está ubicada en el departamento de Managua en el KM 3 ½. carretera norte, barrio San Luis. Se dedica a ofertar diferentes servicios profesionales enfocados a la administración empresarial, financiera, marketing digital, soporte tecnológico y asesoría legal.

El trabajo se centró en la elaboración de un plan estratégico para la empresa GET SOLUTIONS para el periodo 2020-2025. Se analizó la situación desde su constitución ya que no se había aplicado ningún tipo de estudio, considerando la forma de trabajo, organización y dirección; teniendo como resultados del análisis, debilidades en su administración y falta de documentación que soportan la operatividad de cada una de las funciones del personal y actividades del negocio. El negocio tiene la oportunidad de participar en un amplio mercado, debido a la orientación de los servicios en varios rubros, sin embargo, la publicidad implementada, no se efectúa de manera adecuada, provocando una desventaja en su posición, generando al dueño incertidumbre en el desempeño de futuras actividades.

En base a lo anterior, se identifica que el principal problema del negocio es que se han implementado pocas estrategias en los procesos administrativo, tecnológicos y comerciales, orientados a alcanzar una posición más competitiva. Por lo que surge la necesidad de fortalecer el perfil de la empresa, definiendo estrategias efectivas que permitan establecer bases organizacionales, comerciales y tecnológicas para expandirse en el mercado y poder contar con el control de sus actividades garantizando la satisfacción de los clientes.

El trabajo se dividió en tres capítulos, el primero se analizó la situación actual de la empresa mediante el análisis de microentorno y macro entorno, extrayendo de este, diferentes factores para procesarlos mediante la matriz FODA donde se establecieron varias estrategias como resultado de la relación entre cada factor,

analizándose el impacto y motricidad que generan mediante la matriz de impacto cruzado y área motriz. Luego se analizó la posición del mercado que se encontraba la empresa mediante la Matriz PEYEA, resultando estar en el cuadrante defensivo, sirviendo como referencia para que las estrategias a implementar posean el mismo perfil del cuadrante.

En el segundo capítulo se establecieron los enunciados estratégicos de mayor impacto, que generarán mayores beneficios en el negocio y el tercer capítulo comprende el diseño del plan de acción de cada una de las estrategias, con su respectiva planificación y presupuesto, para el éxito que conlleva la implementación de todo el plan.

II. Antecedentes

GET SOLUTIONS es una pequeña empresa que inició sus actividades en el año 2011, en la ciudad de Managua. La idea del negocio surge debido que el dueño elaboraba diferentes estudios de prefactibilidad de proyectos y por medio de los mismos identificó la rentabilidad. En el año 2012 con el fin de tener mejor desempeño, decidieron invertir en adquisición de equipos y herramientas para brindar soporte y mantenimiento, teniendo la facilidad de incorporar más actividades.

En el año 2013 producto de las alianzas con las que contaba el propietario del negocio, se diversificó de la oferta, incorporando los servicios legales, administrativos y de mercadeo.

Durante el 2014 se dio inicio a la implementación de estrategias comerciales, adquiriendo empatía con personas que ocupaban altos cargos en diferentes empresas y organizaciones del Estado, repercutiendo de manera positiva en el crecimiento del negocio. En este mismo año se decidió construir un libro de hojas de cálculo, con el fin de gestionar la contabilidad de forma semiautomática y el registro de sus clientes.

En el año 2017 deciden incorporar una página web bajo un dominio gratuito, donde se detallan los servicios ofrecidos e información de contacto del negocio, y es administrada por servicios tercerizados; el diseño de dicha página se orientó a una idea que tenía el propietario para poder construir el sitio institucional.

En el año 2019, el dueño de la empresa decide que este grupo de egresados elaborarán un plan estratégico donde se integrarán estrategias que garanticen el control y seguimiento, para implementar procesos de mejora continua, y aprovechar al máximo los recursos y mercado para mejorar la rentabilidad de la empresa.

III. Justificación

Considerando los problemas antes señalados y con el fin de afrontar las exigencias de un mercado cada vez más competitivo, es necesario que GET SOLUTIONS cuente con un plan estratégico que garantice a la empresa estrategias de corto, mediano y largo plazo para ingresar a nuevos mercados y ampliar su cartera de servicios.

La elaboración de este plan, permitirá a GET SOLUTIONS fortalecer la imagen corporativa y disponer con mecanismos para el seguimiento de los procesos administrativos, tecnológicos y legales. Contará con una organización debidamente estructurada que garantice la integración eficiente del personal y los diferentes procesos del negocio; mejorando los niveles de calidad, seguridad y confiabilidad al momento de brindar los servicios en los diferentes segmentos en los que oferta la empresa.

Las estrategias permitirán fortalecer la comercialización de los servicios, puesto que se realizará una serie de estudios enfocados en la mejora continua y modelo de negocio. También se reestructurará el enfoque y diseño del sitio web, para que con el apoyo de las redes sociales aumente la captación de clientes, y así generar ventaja competitiva mediante el uso de las Tecnologías de la Información orientadas al Marketing. Los planteamientos ayudarán a incorporar la infraestructura tecnológica necesaria, con el fin de mantener la disponibilidad, integridad y confidencialidad de la información; además permitirá agilizar procesos con la ayuda de sistemas automatizados.

El plan estratégico realizará un refrescamiento de la marca, ampliar su mercado, tener mecanismo de seguimiento y control, además será una herramienta donde se guíe y permita ejecutar proyectos, actividades y planes de corto, mediano y largo plazo, para tener nuevas formas de comercialización de servicios, garantizando mayor porcentaje de fidelización y aumento de los clientes en la participación del negocio, para prevenir situaciones que afecten su rentabilidad.

IV. Objetivos

1. Objetivo General.

Elaborar un Plan Estratégico orientado a la modernización y posicionamiento del negocio en el mercado, para la empresa “GET SOLUTIONS” ubicada en el municipio de Managua.

2. Objetivos Específicos.

- i. Realizar el diagnóstico de la situación actual en base a los factores internos y externos que influyen en la empresa utilizando las herramientas PESTEL, FODA y PEYEA.
- ii. Establecer objetivos y estrategias que garanticen el cumplimiento y éxito para la gestión del negocio.
- iii. Definir el plan de acción y el presupuesto que conlleve a la implementación efectiva.

V. Marco Teórico

Conceptualización Del Negocio

Servicios

Los servicios, desde el punto de vista del mercadeo y la economía, son las **actividades que intentan satisfacer las necesidades de los clientes, siendo** la razón por la cual se inclinan por determinadas empresas. Por lo tanto, Stanton, Etzel y Walker (2007) definen los servicios "**como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades**" (p. 300).

La actividad comercial a la que se dedica la empresa es brindar servicios a diferentes tipos de clientes, tanto personas naturales como jurídicas, especializándose en segmentos administrativos, legales, marketing, y tecnológicos.

Proyecto

La institución brinda diferentes servicios y principalmente su actividad comercial está basada en proyectos, con el fin de encontrar una solución a los problemas.

Según Baca (2013):

Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana. En este sentido puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diversos enfoques, pero todas ellas destinadas a satisfacer

las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura
(p. 2).

Tomando en cuenta lo antes mencionado, la institución se encarga de brindar servicios mediante proyectos, donde propone una respuesta creativa e inteligente a las necesidades encontradas en otras empresas, siendo esta una de las principales fuentes de ingresos.

Tecnología de la información

Uno de los servicios que brinda la institución son los relacionados a las tecnologías de información, lo que tomando en cuenta el rápido desarrollo y las facilidades que genera su uso, ha provocado que la gran mayoría de empresas agilicen sus operaciones haciendo uso de los recursos que ofrece la tecnología.

Según Reyes (2016) define las tecnologías de información y comunicación, como:

Un conjunto de elementos compuestos por herramientas, prácticas y técnicas que son utilizadas para el tratamiento, procesamiento, almacenamiento y transmisión de datos con la finalidad de estructurarlos en información útil que derive de la solución de problemas y generación de conocimiento. (p. 14).

Gestión Administrativa

La empresa oferta servicios relacionados con la gestión administrativa, como mecanismos para mejorar el nivel organizacional y administrativo de sus clientes, de esta manera mejorar la rentabilidad y control de negocio.

Según F. Tanenbaum (citado del maestro Arturo Díaz Alonso, 2003) dice que la administración es "***El empleo de la autoridad para organizar, dirigir y controlar***

a subordinados responsables, con el fin de que todos los servicios que se prestan sean debidamente coordinados en el logro del fin de la empresa." (p. 22)

Por otro lado, la gestión administrativa según el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua dice que "La administración es la acción de administrar, acción que se realiza para la consecución de algo o la tramitación de un asunto, es acción y efecto de administrar".

Mercadeo

Siempre que se pretenda desarrollar un plan estratégico es recomendable que se realice un estudio para conocer la situación actual de la empresa en el mercado. Esto permite plantear estrategias que favorezcan la incorporación a nuevos segmentos, las condiciones en que se desenvolverá y establecer estrategias que ayuden a satisfacer las necesidades de los clientes.

El mercado según Hernández, A. Hernández, V. & Hernández, S. (2005) se puede definir "***como el sitio o lugar donde se dan las relaciones comerciales de venta y compra de mercancías, de acuerdo con los precios establecidos y la mercancía***". (p. 19).

Marketing digital

El marketing digital es una parte innovadora que se basa en estrategias de mercado y publicidad mediante el uso de tecnologías donde los costos son menores y se observan mayores impactos en la actividad comercial de la empresa. Según Juan Carlos mejías (2018) lo relaciona "***al uso de Internet y las redes sociales con el objetivo de mejorar la comercialización de un producto o servicio***."

Asesoría legal

Los servicios ofertados por la empresa en materia legal, permiten contar con un asesor jurídico que ayude sustancialmente en la toma de decisiones, ya sea en materia fiscal, mercantil, administrativa o laboral. Por su conocimiento contribuye a que la organización actúe de forma ágil, eficiente y proactiva; repercutiendo en la solidez y seguridad jurídica de acuerdo a las leyes del país.

La asesoría jurídica **“es la encargada de dar información de carácter jurídico a todo aquel que lo necesite para resolver asuntos que tengan que ver con la aplicación de las leyes, normativas y reglamentos en materias de las que se ocupa el Derecho”** (Tresjuncos, J. 2016).

“Su objetivo es el asesoramiento legal y resolver asuntos complejos debido a la subordinación de leyes. El ejercicio de esta asesoría permitirá identificar la fórmula jurídica más adecuada para el desarrollo de la actividad profesional de la empresa.” (Víctor Alió, 2017).

Soporte técnico y Mantenimiento

El soporte técnico que oferta la empresa en la rama de informática, se enfoca en resolver los problemas a nivel tecnológico y mejorar la gestión de la información de los negocios.

El soporte técnico es **“una asistencia que brindan las empresas para que sus clientes puedan hacer uso de sus productos o servicios. La finalidad del soporte técnico es ayudar a los usuarios para que puedan resolver ciertos problemas.”** (Julián Pérez Porto, 2012).

Diagnóstico situacional.

El Diagnóstico situacional trata del “**conocimiento aproximado de las diversas problemáticas de una población objetivo, a partir de la identificación e interpretación de los factores y actores que determinan su situación**” (Azucena Prado Espinoza, 2012).

En el mundo de las empresas, cuando se habla de diagnóstico se hace referencia a aquellas actividades tendientes a conocer el estado actual de una empresa y los obstáculos que impiden obtener los resultados deseados. Por lo que el diagnóstico está orientado a identificar, describir y hacer un análisis evaluativo de la situación actual de los servicios, recursos, organización, tecnología, procedimientos y forma de trabajo de la empresa.

En esta etapa del plan estratégico, se realiza el diagnóstico donde se plantean los temas que se abordarán, según lo que se encuentre en la institución actualmente.

Tipos de diagnóstico

Existen diversos tipos de diagnóstico entre los que se encuentran: institucional, pedagógico, curricular, de competencias, organizacional, ambiental, entre otros. (Mario Héctor Vogel, 2018), lo cual dependerá de la finalidad que se quiera lograr y del ámbito al que pertenezca la problemática localizada.

Para el presente estudio, se elaborará un diagnóstico que permita observar la situación actual de la empresa, de manera que se puedan plantear diversas estrategias que enfrente cada una de las brechas encontradas.

Diagnostico organizacional

Si se habla de diagnóstico organizacional no es más que un análisis procesal donde se examinan todas las áreas que contempla una empresa en particular para llegar a estudiarlas a profundidad, para resolver situaciones que ponen en peligro el buen funcionamiento de la misma.

Según Souza (1968) el diagnostico organizacional lo define como “***un método de conocimiento y análisis del desempeño de una empresa o institución, interna y externamente, de modo que pueda facilitar la toma de decisiones***” (p. 28).

Con este tipo de diagnóstico se podrán detectar las causas principales de los problemas raíces de GET SOLUTIONS, de manera tal que se pueda enfocar los esfuerzos futuros en buscar las medidas más efectivas y evitar el desperdicio de energías.

Proceso administrativo

El proceso administrativo es el conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración de manera integral.

Según Chiavenato (2000) “***Es el nombre que se le da al conjunto de funciones administrativas, incluyendo la planeación, la organización, la dirección y el control.***” (p. 82).

Es fundamental para la GET SOLUTIONS tener un buen desempeño administrativo, donde esté bien establecida la organización, planeación, dirección y control; ya que el uso de este proceso evita improvisaciones en los momentos más difíciles y en la toma de decisiones importantes para orientar la empresa hacia el futuro.

Planeación estratégica

La planeación es elemental en el avance de GET SOLUTIONS, ya que ayudara a los gerentes en las actividades y en la creación e implementación de estrategias, ya que se anticipa a la toma de decisiones, une las fortalezas comerciales con las oportunidades de mercado y brinda una dirección para cumplir con los objetivos.

Según Fred (2003) dice:

La planeación estratégica es un proceso complejo que lleva a una empresa hacia un territorio inexplorado. No ofrece una prescripción establecida para lograr el éxito, sino que lleva a la empresa a través de un viaje y ofrece un marco para abordar preguntas y resolver problemas. La posibilidad de permanecer al tanto de los errores potenciales y estar listos para corregirlos es esencial para lograr el éxito. (p. 18).

Organización

La función de organización de la gerencia consiste en tres actividades en secuencia: dividir las tareas en trabajos (especialización del trabajo), combinar los trabajos para formar departamentos (creación de departamentos) y delegación de la autoridad.

Según Fred (2003) dice que ***“El propósito de la organización es lograr esfuerzos coordinados por medio de la definición de las relaciones entre las tareas y la autoridad. Organizar significa determinar quién hace qué y quién informa a quién.”*** (p. 130).

Dirección

La dirección de la empresa es de vital importancia, puesto que pone en marcha todos los lineamientos establecidos durante la planeación y la organización. Por medio de esta GET SOLUTIONS conseguirá las formas de conducta más deseable de los miembros de la estructura organizacional, a fin de trabajar sinérgicamente por el cumplimiento de un objetivo común.

Para Fred (2003) define dirección como:

Se define como el arte y la ciencia de formular, implantar y evaluar las decisiones a través de las funciones que permitan a una empresa lograr sus objetivos. La dirección estratégica se centra en la integración de la gerencia, la mercadotecnia, las finanzas, la contabilidad, la producción, las operaciones, la investigación y desarrollo, y los sistemas de información por computadora para lograr el éxito de la empresa. (p. 5).

Control

En todos los negocios es fundamental tener el control de las actividades que desempeñe para conocer la realidad de su funcionamiento, de tal forma que permita tomar mejores decisiones de acuerdo a resultados que presenten cada uno de las revisiones implementados en los procesos.

Para Fred (2003) ***“En la administración, la función de control incluye todas las actividades realizadas con la finalidad de garantizar que las operaciones reales concuerden con las operaciones planeadas”***. (p. 132).

Es por ello que, al hablar de labor administrativa, se hace obligatorio tocar temas como planear y organizar la estructura y cargos que componen GET SOLUTIONS,

para luego dirigir y controlar las actividades orientadas a los trabajadores y armonizar los esfuerzos individuales para el cumplimiento de las metas del grupo.

Entorno de la empresa

La alta gerencia de GET SOLUTIONS debe permanecer pendiente de cualquier acontecimiento que se pueda dar dentro o fuera de la compañía, sobre todo si dicho suceso tendrá alguna repercusión significativa en las actividades diarias. Por esta razón, la tarea es indagar sobre el entorno de la empresa, a través de factores que se relacionen tanto interna como externamente; para llevar el control de cualquier actividad extracurricular que suceda en el entorno empresarial.

Según Stanton, Etzrael (2007) dice ***“que ayuda a la organización a establecer una posición estratégica desde la cual puede atender fuerzas externas sobre las que no tiene ningún, o poco control.”*** (p. 28).

Macroentorno

En primera instancia un macro ambiente o macro entorno sirve para conocer el grado de afectación que tendría la empresa ante cualquier situación que se presente, para plantear estrategias que se anticipen a los actos previstos.

Según Armstrong, G. y Kotler P. (2013) es definido:

como fuerzas que configuran las oportunidades y presentan amenazas para la empresa. Ver Figura 1 muestra las seis fuerzas principales en el macroentorno de la empresa, al presentar cualquier tipo de cambio en alguna de estas, es posible desencadenar consecuencias en otras. (p. 70).

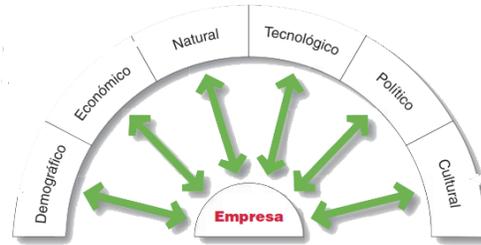


Ilustración 1: Principales fuerzas en el macroentorno de la empresa

Fuente: (Armstrong, G & Kotler, Philip. 2013, p. 70)

Análisis PESTEL

Es una técnica de análisis de negocio que permitirá a GET SOLUTIONS determinar el contexto en el que se mueve y diseñar sus estrategias para poder defenderse, aprovecharse o adaptarse a todo aquello que afecta al sector o mercado. Las categorías que contempla dicho análisis son:

➤ **Política**

Esta variable ayudará a conocer cuáles son los aspectos gubernamentales que inciden de forma directa en la empresa. Aquí entran las regulaciones sobre empleo, la estabilidad gubernamental, el sistema de gobierno, los tratados internacionales o la existencia de conflictos internos o externos.

Según Armstrong, G & Kotler, P. (2013) define el factor político como: “**Leyes, agencias gubernamentales y grupos de presión que influyen y limitan a varias organizaciones e individuos en sociedad determinada.**” (p. 80).

➤ **Económico.**

Este factor es fundamental para la empresa, ya que de este depende la rentabilidad, por lo que se tienen que plantear medidas que permitan visualizar futuros cambios económicos en la región o país para aprovechar oportunidades o

mitigar brechas que puedan presentarse según el índice de la demanda en el mercado.

Según Armstrong, G & Kotler, P. (2013) afirma que este elemento: “**Consiste en factores económico que afectan el poder de compra del consumidor y sus patrones de gastos.**” (p. 76).

➤ **Sociales.**

Este factor es importante para el negocio de GET SOLUTIONS, ya que permite identificar las oportunidades y desafíos relacionados con las distinciones sociales, como la cultura, la religión y la clase social.

Según Fred (2013) define la fuerza social como:

Los cambios sociales, culturales, demográficos y ambientales ejercen un impacto importante en casi todos los productos, servicios, mercados y clientes. Las oportunidades y amenazas que surgen de los cambios en las variables sociales, culturales, demográficas y ambientales impresionan y desafían a empresas grandes, pequeñas, lucrativas y no lucrativas de todas las industrias. (p. 67).

➤ **Tecnológicas.**

Las fuerzas tecnológicas representan oportunidades importantes en cuanto a la evolución, innovación e impacto en las organizaciones; de tal manera que se pueda mejorar el desempeño de los procesos y resguardo de la información que se almacena. Según Fred. R, D (2013) afirma que “**Son fuerzas que crean tecnologías, lo que a su vez crea oportunidades de nuevos productos y de mercado**” (p. 71).

➤ **Ecológico.**

Los principales factores a analizar dentro de esta fase son: la conciencia sobre la conservación del medio ambiente, la legislación medioambiental, el cambio climático y variaciones de las temperaturas, los riesgos naturales, los niveles de reciclaje y la regulación energética. Se procura visualizar el impacto que genera el negocio en relación al medio ambiente, para comprobar que no haya efectos negativos que perjudiquen sus labores.

Según Armstrong, G & Kotler, P. (2013) define la fuerza Ecológica como: “**Los recursos naturales que los mercadólogos necesitan como insumos o que son afectados por las actividades de marketing**” (p. 77).

➤ **Legales.**

GET SOLUTIONS debe cumplir una serie de normativas de carácter legal para poder llevar a cabo sus operaciones. Estas normativas se conocen como leyes, las cuales según (Pascual Parada, 2013) “**se refieren a todos aquellos cambios en la normativa legal relacionada con nuestro proyecto, que le puede afectar de forma positiva o negativa.**”

Micro entorno

Como segunda instancia se analiza el micro entorno de GET SOLUTIONS, donde se debe investigar sobre la situación interna del negocio en relación a su mercado. Situación por la cual tendrá que obtener información de los clientes actuales y potenciales, necesidades y cambios en la tendencia de ellos y su percepción.

Según Armstrong, G & Kotler, P. (2008) dice que “**el microentorno está formado por actores cerca de la empresa que se combinan para formar su red de entrega de valor que afecta su capacidad de atender a sus clientes.**” (pág. 91)

El análisis de microentorno se apoya de diversas herramientas que permitirán conocer a lo interno de la empresa su funcionamiento y desempeño que tiene en su trayectoria, para conocer el mercado al cual está dirigida y así visualizar los aspectos relevantes que mantienen sus operaciones.

Fuerzas de Porter

El funcionamiento interno de GET SOLUTIONS se encuentra en gran medida determinado por su entorno, el cual incide directamente en sus estrategias y resultado. Es por este motivo que se hace altamente necesario comprender su funcionamiento, y la medida en la que sus fuerzas que se relacionan afectan su forma de operar.

La aplicación del modelo de las cinco fuerzas de Porter al sector, permite comparar las estrategias y ventajas competitivas con las de otras empresas, mediante el análisis de la rivalidad entre competidores; permitiendo de ese modo saber si es preciso mejorar o rediseñar las estrategias existentes.

Según Fred (2003) las fuerzas de Porter las define como: “***un enfoque ampliamente utilizado para desarrollar estrategias en muchas industrias. La intensidad de la competencia entre empresas varía mucho de una industria a otra*** (p. 98).

Cada una de las fuerzas, Fred (2003) las cataloga de la siguiente forma:

(F1) Poder de negociación de los consumidores: Cuando los clientes están concentrados en un lugar, son muchos o compran por volumen, su poder de negociación representa una fuerza importante que afecta la intensidad de la competencia en una industria.

(F2) Poder de negociación de los proveedores: Afecta la intensidad de la competencia en una industria, sobre todo cuando

existen muchos proveedores, cuando sólo hay algunas materias primas sustitutas adecuadas o cuando el costo de cambiar las materias primas es demasiado alto.

(F3) Entrada potencial de nuevos competidores: *Identificar a las empresas nuevas que tienen la posibilidad de ingresar al mercado, vigilar las estrategias de las nuevas empresas rivales, contraatacar si es necesario y obtener provecho de las fortalezas y oportunidades existentes.*

F4) Desarrollo potencial de productos o servicios sustitutos: *La presencia de productos sustitutos coloca un tope en el precio que se cobra antes de que los consumidores cambien a un producto sustituto, aumentan conforme el precio relativo de estos productos declina y conforme el costo por el cambio de clientes se reduce.*

(F5) Rivalidad entre los competidores: *Consiste en tener éxito sólo en la medida que proporcionen una ventaja competitiva sobre las estrategias que aplican las empresas rivales (p. 100).*

Buyer persona

Para definir estrategias más claras y saber hacia dónde lanzar la publicidad, es necesario conocer más sobre el cliente ideal para GET SOLUTIONS, lo que permite saber la personalidad y actividades cotidianas que realiza, para tomar en cuenta esta información al momento de hacer una estrategia y llevarla sobre ese lineamiento para mayor captación.

Según Lastra Fernández E. (2018) el buyer persona es “**una representación ficticia de tu cliente ideal. Está basada en datos reales sobre el comportamiento y las características demográficas de tus clientes, así como**

en una creación de sus historias personales, motivaciones, objetivos, retos y preocupaciones”.

Por la información que recopila esta herramienta permite establecer estrategias óptimas que generen impacto en el mundo digital, haciendo más rentable a GET SOLUTIONS al captar más clientes interesados en los servicios que ofrece.

Territorio de marca

El marketing Digital se auxilia de diversas herramientas que hacen que la marca tome una personalidad y que los clientes se sientan identificados. Por lo tanto, es una de las razones estratégicas que debe de tomar en cuenta GET SOLUTIONS para aumentar su posición y participación en el mercado, haciendo que sus clientes puedan hacerse parte de la marca.

En cuanto al territorio de marca se conoce como ***“un espacio competitivo en el que desarrollamos la personalidad de nuestra marca a través de un entorno emocional con la que queremos que el cliente nos relacione.”*** (Iglesias, 2016)

Una vez definido el territorio de marca, se estipulan lineamientos del lugar y alcance donde se requiere el alcance del negocio. Es decir, visionar hacia dónde se va a dirigir de acuerdo a la naturaleza de los clientes y en base a eso estipular la personalidad de la marca, para saber lo que necesita GET SOLUTIONS y que el nombre se establezca como una necesidad de sus clientes de forma que transmita seguridad.

Definición de estrategias y objetivos.

Matriz FODA

Para profundizar en el proceso de la planeación estratégica de GET SOLUTIONS se pretende utilizar la matriz FODA, puesto que es una herramienta analítica que permite obtener un diagnóstico preciso del análisis del ambiente interno y externo, el cual tiene por objetivo la formulación de estrategias que ayuden a alcanzar los objetivos planteados.

Para Fred (2003) define FODA como:

“Una herramienta de ajuste importante que ayuda a los gerentes a crear cuatro tipos de estrategias; estrategias de fortalezas y oportunidades (FO), estrategias de debilidades y oportunidades (DO), estrategias de fortalezas y amenazas (FA) y estrategias de debilidades y amenazas (DA)” (pág. 200)

Según Armstrong, G & Kotler, P. (2013) explica el análisis FODA según su sigla como:

Las fortalezas incluyen capacidades internas, recursos y factores situacionales positivos que podrían ayudar a la empresa a atender a sus clientes y lograr sus objetivos. Las debilidades incluyen las limitaciones internas y los factores situacionales negativos que podrían interferir con el desempeño de la empresa. Las oportunidades son factores o tendencias favorables en el entorno externo que la empresa podría ser capaz de aprovechar a su favor. Y las amenazas son factores o tendencias externos y desfavorables que podrían presentar desafíos al desempeño. (p. 54)

Evaluación de factores externos e internos

Matriz de evaluación EFE

Este instrumento será utilizado para la evaluación de factores externos de la empresa, donde se toman en cuenta las oportunidades y amenazas. La matriz EFE se evaluará mediante la asignación de un peso y puntuación a cada una de las oportunidades y amenazas, considerando que la mayor oportunidad y amenaza tendrán un mayor peso.

Según Fred (2003) dice que:

La matriz de evaluación de los factores externos (EFE) permite a los estrategas resumir y evaluar información en diferentes aspectos. La evaluación externa revela las oportunidades y amenazas claves que tiene una organización de tal manera que los gerentes puedan formular estrategias o tácticas que permitan aprovechar las oportunidades, así como reducir las posibles amenazas o disminuir sus consecuencias dentro de la organización. (p. 110)

La matriz EFE permitirá realizar un estudio de campo, permitiendo identificar y evaluar los diferentes factores externos que pueden influir con el crecimiento y expansión de una marca, del mismo modo el instrumento facilitará la formulación de diversas estrategias que son capaces de aprovechar las oportunidades y minimizar los peligros externos.

Matriz de evaluación EFI

La matriz EFI permitirá realizar una auditoría interna de la administración GET SOLUTIONS, lo que ayudara a analizar la efectividad de las estrategias aplicadas y conocer a detalle su impacto; del mismo modo el instrumento nos permitirá

evaluar las fortalezas y debilidades más relevantes en cada área y así formular las estrategias que sean capaces de solventar, optimizar y reforzar los procesos internos.

Para Fred (2003):

Un instrumento para formular estrategias resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas. Al elaborar una matriz EFI, es necesario aplicar juicios intuitivos, por lo que el hecho de que esta técnica tenga apariencia de un enfoque científico, no se debe interpretar como si la misma fuera del todo contundente. (p. 149).

En la elaboración de la Matriz EFI se tomará en cuenta las fortalezas y debilidades de la empresa. Se evaluará mediante la asignación de un peso y puntuación a cada una de las fortalezas y debilidades, considerando que la mayor fortaleza y mayor debilidad tendrán un mayor peso, de esta manera se realizará una comparación entre ambas y permitirá formular estrategias que combatan las amenazas y debilidades aprovechando al máximo todas las oportunidades y fortalezas.

Matriz de impacto cruzado

Esta matriz servirá para medir las relaciones de dependencia entre diferentes sucesos o acontecimientos que están interrelacionados, con el fin de realizar parte del análisis del entorno de la empresa; de manera que a través de ella se puedan diseñar diferentes escenarios futuros y compararlos para tomar decisiones.

Sánchez Guerrero, Gabriel. (2003) dice:

“El Sistema de Matrices de Impacto Cruzado (SMIC), corresponde a un compendio de técnicas que procuran considerar los cambios en las probabilidades de una serie de circunstancias y consiste en que un grupo de expertos define un tema o sistema de interés con el propósito de analizar su comportamiento dinámico en el tiempo y poder predecir su futuro posible. “(p.141)

Determinación del área Motriz

Esta matriz ayudara a medir el grado de impacto que tendrán las estrategias que se hayan planteado en el plan, de tal forma que permita visualizar las prioridades de implementación para generar un grado de impacto mayor a la empresa.

Según Valdés (2004) afirma que

“Es conocida como el área motriz porque las estrategias localizadas en este segmento presentan un fuerte impacto en la estructura (organización) y los cambios provocados en la misma no afectan a los elementos. Las estrategias localizadas en esta área son las que, de manera preferencial se implementan” (P. 27).

Por otro lado, Godet (1993) explica que:

“Cada variable lleva aparejado un indicador de motricidad y un indicador de dependencia sobre todo el sistema. El conjunto de las variables puede por tanto situarse en un plano de motricidad-dependencia (directa, indirecta o potencial)

Este plano motricidad-dependencia puede dividirse en cinco sectores:

Sector 1: variables muy motrices y poco dependientes. Son las variables explicativas que condicionan el resto del sistema.

Sector 2: variables a la vez muy motrices y muy dependientes. Son las variables de enlace inestables por naturaleza. En efecto, cualquier acción sobre estas variables repercutirá sobre las otras y tendrá un efecto «boomerang» sobre las mismas, que amplificará o desactivará el impulso inicial.

Sector 3: variables poco motrices y muy dependientes. Son las variables resultantes, cuya evolución se explica por las variables de los sectores 1 y 2.

Sector 4: variables poco motrices y poco dependientes (próximas al origen). Estas variables constituyen tendencias fuertes o factores relativamente autónomos; no son determinantes en el futuro, por lo tanto, pueden ser excluidas del análisis.

Sector 5: variables medianamente motrices y/o dependientes. No se puede tener proyección o esperar resultados deseados en base a estas variables.” (p. 90).

Matriz PEYEA

La matriz PEYEA tendrá como objetivo el determinar cuáles son las estrategias más adecuadas para GET SOLUTIONS, una vez definidas sus posiciones

estratégicas interna y externa, se analizarán por prioridad en el momento de planificar la ejecución de acuerdo al grado de impacto que genere en el negocio.

Según Fred (2003), nos dice que la matriz PEYEA:

“Es otro instrumento importante para la adecuación de la etapa de análisis de las estrategias. Su marco de cuatro cuadrantes indica si una estrategia agresiva, conservadora, defensiva o competitiva es la más adecuada para solucionar los problemas que está atravesando una organización.” (p.204).

Plan de Acción

En esta etapa se presentan las actividades que llevan a cabo el cumplimiento de los objetivos de la empresa. Hoy en día, todas las organizaciones compiten por obtener recursos, mercados, clientes, personas, imagen y prestigio. Todo esto exige a los administradores que comprendan las dinámicas y las tendencias de sus respectivos sectores de actividades y formulen estrategias creativas que motiven a las personas asegurar un desempeño superior, a fin de garantizar la sustentabilidad de la compañía en un mundo de negocios en constante cambio.

Según Vicuña (2012):

“Recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adoptado hoy en referencia a lo que hará en los próximos años horizonte más habitual del plan estratégico, para lograr una organización más competitiva que le permita satisfacer las expectativas de diferentes grupos de intereses”. (p. 39)

Para Suárez (2002) manifiesta que son “**documentos debidamente estructurados que forman parte del planteamiento estratégico de una investigación de carácter cualitativo, se busca materializar los objetivos estratégicos previamente establecidos, dotándose de un elemento cuantitativo y verificable a lo largo del proyecto**” (p. 40).

El plan de acción permitirá desarrollar actividades que vayan ligadas a cada estrategia planteada, para garantizar el cumplimiento en el tiempo establecido. Se establecerán líneas a seguir de forma estructurada para concretar la realización de las metas trazadas para la institución.

Misión

Una de las herramientas fundamentales para una organización es la declaración duradera del objeto, propósito o razón de ser de la misma, y esto se demuestra a través de la misión, la cual sirve como fuente de inspiración y motivación que permite informar qué es lo que hace la empresa y qué es lo que la diferencia de las demás.

Con respecto a la misión, Chiavenato (2011) manifiesta que “**es la declaración del propósito y alcance de la empresa en términos del producto y del mercado, define el papel de la organización dentro de la sociedad en la que se encuentra.**” (p 17)

Visión

Aunque la misión proporciona una guía de lo que se desea lograr en el corto plazo, la visión permite tener una imagen de la posición de la empresa en el largo plazo.

Sobre la visión Fleitman (2000) la define como: **“el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.”** (p. 283)

También Chiavenato (2011) lo establece como **“lo que la organización desea en el futuro”**. Por lo tanto, permitirá que GET SOLUTIONS pueda visionar y saber hacia dónde y cuánto será el alcance que tendrá en el mercado, para ello debe seguir diversos lineamientos para cumplir lo planeado.

Valores

Todas las empresas mantienen una serie de valores que repercuten en el desempeño laboral de sus trabajadores, siempre regidos bajo los principios profesionales, alineados a la misión establecida por la misma, para garantizar la efectividad en sus procesos. Por ello es fundamental validar estos aspectos importantes para GET SOLUTIONS, que sean establecidos y aplicados durante la gestión del negocio.

Thompson, Strickland III, Peteraf y Gamble (2012) en su libro definen los valores como:

“creencias, características y normas conductuales que la administración determinó que deben guiar el cumplimiento de su visión y misión. Los valores se relacionan con un trato justo, integridad, conducta ética, sentido innovador, trabajo en equipo, calidad suprema, servicio superior al cliente, responsabilidad social y ciudadanía comunitaria, entre otros aspectos.” (p. 27).

Objetivos

La empresa debe establecer objetivos organizacionales, a fin de contar con una línea que sirva de guía y alcance para dirigir su desempeño, para cumplir con lo establecido como misión y visión empresarial.

Con respecto a los objetivos, Chiavenato (2011) manifiesta que:

“La organización constituye un conjunto de elementos cuya finalidad es cumplir un objetivo de acuerdo con un plan. En esta definición hay tres puntos básicos. Primero, hay un propósito u objetivo para el que se proyecta el sistema; segundo, hay un proyecto o conjunto establecido de elementos; tercero, las entradas de información, energía y materiales se emplean para que el sistema funcione.” (p. 19)

Planeación

La planeación es elemental en el avance de la empresa, ya que ayudara a la gerencia en las actividades y en la creación e implementación de estrategias, es decir, para que se anticipe en la toma de decisiones.

La planeación para Chiavenato (2000) dice que son **“actividades de trazar las líneas generales de lo que debe hacerse y fijar los métodos de hacerlo, con el fin de alcanzar los objetivos de la empresa.”** (pág. 75.)

Estrategia

Las estrategias son acciones propuestas donde GET SOLUTIONS define sus objetivos, adaptándose a un entorno cambiante, con el objetivo de conseguir una ventaja competitiva, haciendo frente a cualquier situación en el tiempo.

La estrategia es el patrón que integra los objetivos generales de una organización en un todo coherente y con un propósito. Para Hernández-Rodríguez (2006) la estrategia **“es una idea rectora que orienta la acción y decisiones cotidianas de los niveles directivos y administración a través del tiempo.”** (Pág. 309)

Según David Fred (2003) la estrategia dice que **“son acciones potenciales que requieren decisiones de parte de la gerencia y de recursos de la empresa. Además, las estrategias afectan las finanzas a largo plazo de una empresa, por lo menos durante cinco años, orientándose así hacia el futuro”** (Pag 11).

En GET SOLUTIONS las estrategias serán una parte esencial para la planificación de actividades a corto, mediano y largo plazo, pretendiendo establecer la mayor de las oportunidades que beneficien gradualmente al negocio.

Planeación estratégica

Esta es un proceso sistemático de desarrollo e implementación de planes que están orientados al logro de objetivos y metas planteadas por GET SOLUTIONS, teniendo la meta general de decidir sobre una organización, recursos utilizados y políticas que se orientan para la conclusión de dichos objetivos.

Según Fred (2003) se refiere a planeación estratégica como:

“Un proceso complejo que lleva a una empresa hacia un territorio inexplorado. No ofrece una prescripción establecida para lograr el éxito, sino que lleva a la empresa a través de un viaje y ofrece un marco para abordar preguntas y resolver problemas. La posibilidad de permanecer al tanto de los errores potenciales y estar listos para corregirlos es esencial para lograr el éxito.” (p. 18).

Para Armstrong, G & Kotler, P (2008) tiene un significado más abstracto y dice que es: “**el proceso de desarrollar y mantener un ajuste estratégico entre las metas de la organización, sus capacidades y sus cambiantes oportunidades. Prepara el escenario para el resto de la planeación dentro de la empresa**”. (p. 38).

La planeación estratégica para GET SOLUTIONS se pensará a corto, mediano, largo plazo, para ejecutar y así tener la capacidad de solucionar diferentes brechas encontradas en relación a acciones sustentadas por cada objetivo que permita el éxito del negocio.

Tipos de planeación Estratégica

Los tipos de planeación estratégica proporcionan un modelo a seguir para establecer el desarrollo del plan de acuerdo a las necesidades de la empresa. Estos son fundamentales, ya que se siguen un lineamiento efectivo que permitirá procesar mejor la información recolectada para poder establecer las estrategias idóneas.

Según Llanes Chiquini, C M., Aguilar Tello, L C., Muños Álvarez, H. Sarabia Alcocer, M. (2015) plantea diversos tipos de planeación estratégica aplicadas a microempresas:

1. Modelo de William Newman
2. Modelo de planeación de Frank Banghart.
3. Modelo de Bateman y Snell de planeación estratégica.
4. Prototipo de planeación estratégica del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Para este plan estratégico se utilizará el modelo de planeación estratégica desarrollada por el banco interamericano de desarrollo (BID), el cual organiza en cuatro etapas fundamentales que se muestran en la siguiente figura.

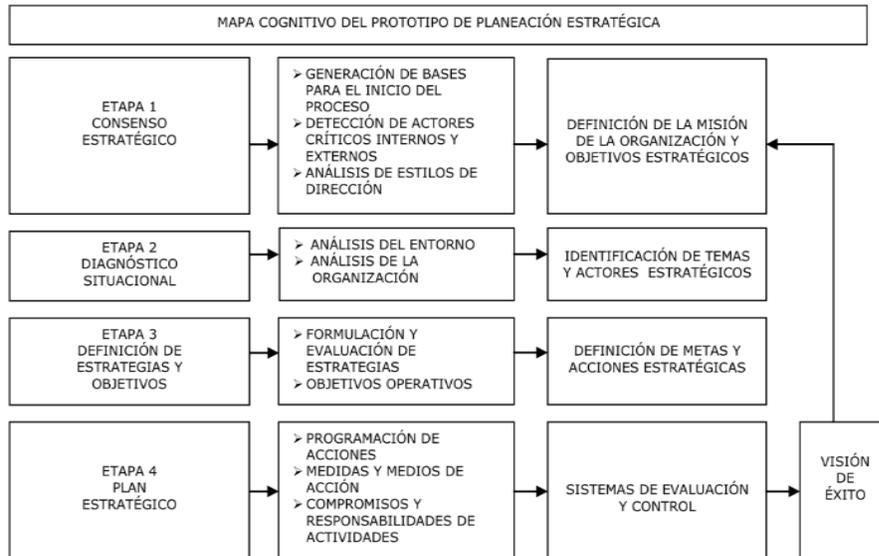


Ilustración 2: Mapa Cognitivo del prototipo de planeación estratégica

Fuente: Revista Iberoamericana de producción académica y Gestión Educativa (2015).

En las fases del modelo se establecen diferentes actividades en las cuales en la etapa 1: Consenso Estratégico, se detallarán los actores internos y externos de la empresa y los estilos de dirección, metas y estrategias que tienen aplicada en la empresa para elaborar sus servicios.

La etapa 2: Diagnostico Situacional, se enfoca en el análisis del micro y macro entorno de la empresa para describir la situación, recursos y diferentes capacidades que tiene la empresa para realizar sus actividades funcionales. Estas primeras dos etapas se pueden catalogar como un diagnóstico completo de la empresa tanto a nivel interno como externo, de tal manera que ayude a definir las estrategias correctas a partir de las brechas encontradas.

En la etapa 3: Definición de estrategias y objetivos. En esta etapa se realizan todas las estrategias y objetivos operativos que vayan en relación al diagnóstico para contrarrestar escenarios negativos que vayan en contra de la rentabilidad de la empresa.

La etapa 4: Plan Estratégico, es donde se realizan las programaciones de actividades, medidas y compromisos relacionados a los objetivos estratégicos definidos anteriormente para garantizar la ejecución del plan y visionar el éxito de la empresa.

Presupuesto

Para la puesta en marcha de este plan y las acciones planteadas para el cumplimiento de las estrategias, es necesario cuantificar los costos de cada una de las actividades, de tal manera que provisione la cantidad monetaria que necesita la GET SOLUTIONS para poder implementarlo.

Según Ruiz, J. E (2011) dice que **“el presupuesto es la estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un período determinado.”** (p. 8).

En el caso de Ralph s. Polimeni (1989) manifiesta que **“es una expresión cuantitativa de los objetivos gerenciales y un medio para controlar el progreso hacia el logro de tales objetivos.”** (p. 345)

Costos.

El presupuesto se estructurará en base a los costos que la empresa incurrirá para poner en marcha el plan, el cual debe considerarse como una inversión, donde se espera que al ejecutarlo se alcance una mejora efectiva de la situación actual de GET SOLUTIONS.

Según Ralph s. Polimeni (1989) este significado lo define como “**el valor sacrificado para adquirir bienes o servicios que se mide mediante la reducción de activos o incurrir en pasivos en el momento en que se obtienen los beneficios.**” (p. 11)

La naturaleza de este costo se identifica por el total de actividades que se realizarán para la implementación del plan estratégico por medio del presupuesto, donde según Ralph s. Polimeni (1989) dice que son “**Costos presupuestados son los costos totales que se espera incurrir.**” (p. 345).

Una vez obtenido el plan de actividades, se necesita destinar recursos para la implementación, de esta forma se hace un presupuesto del valor total para la puesta en marcha de las estrategias y obtener los mejores beneficios. También se tiene que estimar dentro de los costos lo que corresponde a inversión y gastos, para tener mayor control del presupuesto realizado.

Inversión.

Dentro del presupuesto una de la parte de los costos es considerada como una inversión en el negocio, ya que ayudará a obtener mayores beneficios mediante se vaya ejecutando el plan, de manera que se pueda garantizar la recuperación monetaria de lo que se presupuestó como una inversión mediante las mejoras en la institución.

Según Lawrence J. Gitman no dice que la inversión es: “**cualquier instrumento en el que se depositan fondos con la expectativa de que genere ingresos positivos y/o conserve o aumente su valor.**” (p.3)

Gastos

Según Calvo, J. M. & Básamo, M. L. (2017) nos presenta los gastos como “**Costos incurridos para producir las ganancias. Cuando los gastos exceden las ganancias, el negocio tiene una pérdida neta, y ha estado operando sin ser rentable.**” (p.38)

De acuerdo a definición antes mencionada debemos tomar en cuenta que, para sobrevivir, un negocio debe ser rentable. Esto significa que las ganancias recibidas por proporcionar servicios a los clientes no deben exceder lo presupuestado e incurridos para realizar la actividad de forma eficaz.

Capítulo I: Diagnóstico Situacional de GET SOLUTIONS.



1.1. Análisis Situacional.

El propósito de este capítulo es identificar los aspectos más relevantes de la situación en la empresa, con el fin de determinar factores claves que ayuden a generar impacto sobre el desempeño del personal y desarrollo de los procesos, que servirán en el establecimiento de líneas estratégicas adecuadas para dar solución a lo planteado.

En este diagnóstico se detalla el rol de la institución, la forma de organización, las funciones generales de cada puesto de trabajo, planes de comercialización, servicios ofertados y procedimientos generales. Adicionalmente se documentará el equipamiento tecnológico con el que cuentan, los procedimientos administrativos llevados a cabo y la forma de trabajo en relación a la oferta de los servicios del negocio. También se revisará la documentación disponible que tenga el negocio.

Se aplicarán algunas herramientas como entrevistas dirigidas al gerente general y administrador; encuestas aplicadas a 13 trabajadores del negocio y 30 clientes más frecuentes, con el fin de conocer la situación de la empresa y forma de organización y distribución de trabajo, también identificará el grado de satisfacción del personal y de los clientes en el desempeño de las actividades en relación a la atención y coordinación empleada.

1.1.1. Concepción institucional.

1.1.1.1. Misión.

La empresa no cuenta con una misión establecida que permita guiar las actividades y poder desarrollarlas en base a resultados esperados.

1.1.1.2. Visión.

No se cuenta establecida una visión, por lo tanto, no se puede determinar el alcance de la empresa¹, ni conocer hacia qué punto se dirige la misma.

1.1.1.3. Principios.

Actualmente la empresa no tiene principios constituidos de manera formal, por lo la gerencia desconoce el comportamiento de los colaboradores al momento de desempeñar sus funciones.

1.1.1.4. Valores.

El negocio no posee ningún tipo de valores establecidos de manera formal, sobre los cuales se establezcan las guías de conducta para el desempeño de las actividades de los empleados. Sin embargo, producto de las entrevistas y observaciones se percibieron algunos valores que practican de manera personal cada colaborador, de los cuales se manifiestan los siguientes:

1. Trabajo en equipo
2. Responsabilidad
3. Honestidad

Cuando se revisó parte de la documentación de la empresa, en el planteamiento general hace referencia a los trabajadores como se menciona a continuación:

“Nuestro Equipo de trabajo se comprende de un conjunto de profesionales ingenieros con la más alta calidad, en su mayoría con estudios de postgrados y maestrías en diferentes ramas de sus carreras, prestando servicios de las cuales se ofertan en la institución.”

¹ Debilidad 11: Desconocimiento del alcance territorial

1.1.1.5. Objetivos Organizacionales.

Todo negocio debe contar con objetivos establecidos que permitan direccionar y obtener metas planificadas en un periodo determinado. Sin embargo, la empresa no cuenta con objetivos claros para su gestión, ya que solamente tienen ideas relacionadas al manejo del negocio y la forma de publicar los servicios establecidos. Tomando en cuenta lo antes mencionado, la gerencia no establece de manera formal los objetivos, ni metas que fortalezcan el direccionamiento y crecimiento del negocio.

A continuación, se describen los objetivos que fueron establecidos por la empresa cuando se realizó la publicidad mediante unos brochures.

OBJETIVO:

- Proveer a las empresas y personas en general los servicios administrativos, legales y tecnológicos para el desempeño de cada uno de sus funciones.
- Brindar fortalecimiento y desarrollo tanto empresarial como personal mediante nuestros servicios administrativos, legales y tecnológicos.”

1.2. Ambiente Interno de GET SOLUTIONS

En este apartado se presenta una descripción de la situación actual a lo interno de la empresa, los resultados obtenidos en cada una de las entrevistas, encuestas, observaciones y sondeos de opinión sobre los elementos que componen el entorno del negocio y el mercado en el que se encuentra y desarrolla sus actividades. Además, se pretende conocer todo lo relacionado con la estructura organizacional, procedimientos, forma de organización del trabajo y maneras de realizar la publicidad.

1.2.1. Giro de la Empresa.

Grupo Empresarial Tecnológico de Soluciones (GET SOLUTIONS), es una empresa que brinda servicios dedicados a la informática, administración, marketing y asesoría legal², gracias a que el gerente general tiene alianzas con una red de profesionales que le permite tener el respaldo para desempeñar los servicios³. El negocio está orientado en su mayoría a las empresas, sin embargo, en los últimos 2 años los servicios informáticos y legales se han abierto a las personas naturales para que puedan adquirirlo y tener más fuentes de ingresos.

1.2.2. Mercado de la Empresa.

El mercado de la empresa se encuentra ubicado en el departamento de Managua, en una zona céntrica que le permite tener rápido acceso a distintos lugares⁴. Respecto a su segmentación no se tiene claramente definida, ya que desde su constitución ha ofertado los servicios a las instituciones privadas y del Estado, desaprovechando otras oportunidades para expandirse hacia otros sectores que pueda aumentar la demanda de los servicios.

Los servicios informáticos inicialmente se enfocaron en las empresas, brindando capacitaciones de forma privada o mediante el INATEC, sin embargo, en la actualidad no se imparte este servicio. Respecto al soporte técnico y mantenimiento se ofertan mediante contratos con algunas instituciones que lo requieren de manera permanente, el resto de las empresas lo adquieren cuando lo necesitan. En caso de consultorías y asesorías las ofrecen mediante licitaciones de proyectos en instituciones privadas o públicas, donde los servicios que se prestan mediante esta metodología son el desarrollo de sistemas integrados, sitios web o mejoras de infraestructuras. Todo de acuerdo a lo necesite el cliente.

² Fortaleza 4: Capacidad de brindar diferentes tipos de servicios

³ Oportunidad 1: Alianza estratégica con una red de profesionales capacitados.

⁴ Fortaleza 5: Ubicación estratégica de la empresa

Los servicios legales se brindan mediante asesorías de acuerdo a la especialidad y necesidad del cliente, clasificando la problemática según lo requiera el caso. Este servicio está enfocado actualmente a las instituciones y personas naturales, desempeñando actividades como: representaciones en juicios penales de familia, asesorías y elaboración de documentos legales.

El enfoque administrativo se encuentra direccionado a empresas, donde se analiza la situación actual y brinda recomendaciones a nivel organizacional, financiero, administrativo, control interno, higiene y seguridad ocupacional; terminando con una propuesta de mejora. También se presta el servicio a nuevos emprendedores mediante estudios que brinden seguridad de inversión.

1.2.3. Estructura Organizacional.

La empresa cuenta con una estructura organizacional desactualizada e informal⁵, la cual se estableció en el momento que se constituyó sin alguna aprobación formal por la gerencia. Se mencionan puestos que en la actualidad no se ejercen y debido a la crisis que está pasando el país se han aumentado la carga de funciones entre los mismos empleados. En la actualidad el Gerente General es quien establece los lineamientos y las nuevas formas de trabajo sobre cada uno de los servicios desempeñados. La comunicación que tiene la empresa es abierta, puesto que cada trabajador se puede relacionar e informar directamente al Gerente de la institución.

El Gerente General es responsable junto al administrador, de realizar funciones de recursos humanos y otras actividades administrativas del negocio. El resto de cargos en la práctica no se ejercen, a excepción del contador que se presenta una vez al mes para realizar parte de los informes financieros y contables que se necesitan en las declaraciones de impuestos correspondientes.

⁵ Debilidad 5: No está formalizado la estructura organizacional

El Administrador también se encarga de las funciones de caja, control de inventario, delegación de responsabilidades y cargas de trabajos a los colaboradores contratados de brindar los servicios, debido al poco personal disponible para la gestión de estas funciones. En el siguiente apartado se presentará la forma de organización jerárquica de GET SOLUTIONS.

1.2.4. Organigrama.

En la ilustración 3: *Organigrama actual GET SOLUTIONS*, demuestra la manera que estaba conformada la jerarquía de la empresa desde que inició sus actividades. Sin embargo, han venido implementando nuevos cargos en el transcurso de su participación en el mercado y nunca se realizó una actualización de este organigrama.

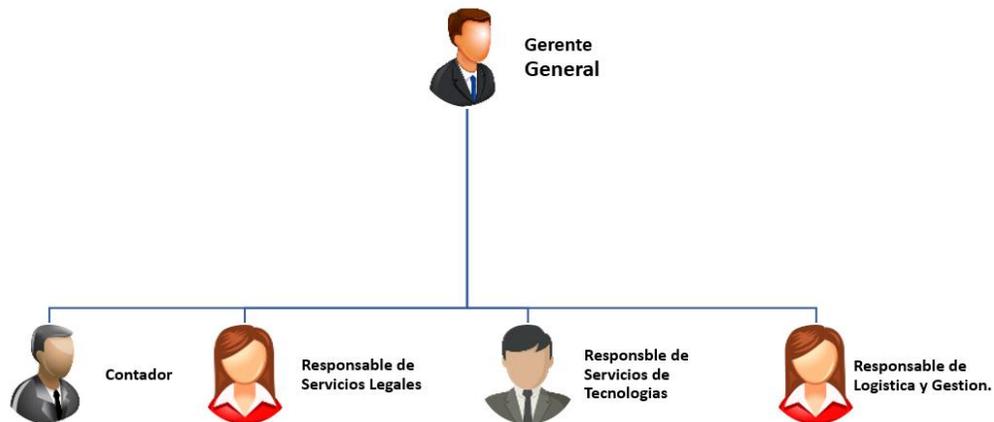


Ilustración 3: Organigrama actual GET SOLUTIONS

Fuente: Elaboración Propia.

En la ilustración anterior, se observa que no existen los cargos que se ejercen actualmente en la empresa, tal como el encargado de marketing digital quien es responsable de los servicios dirigidos al marketing, el responsable de administración se encarga de gestionar todo lo referente a los servicios administrativos y el conserje es quien realiza el aseo de la empresa. Por lo tanto, estos cargos no se han formalizado en el organigrama. Respecto a los demás que

están de formal temporal, deben contemplarse en la jerarquía, para luego poder contar con ellos de manera permanente, teniendo de esta manera bien definidas sus actividades y funciones, facilitando la búsqueda de la persona que ocupará el cargo en la empresa.

En cuanto a la jerarquía, presenta una sola dependencia del Gerente General⁶, sin embargo, en la gestión y control de actividades se elabora mediante cada uno de los responsables. La forma de contratación se realiza ocasionalmente, cada vez que se necesite un colaborador para cubrir la demanda. Esto genera inestabilidad al momento de brindar el servicio, cuando no tengan disponible la persona que se encargue de ejercerlo; afectando así la calidad de atención y prestigio del negocio.

Por lo tanto, la estructura organizacional descrita se considera inapropiada. Por lo tanto, debe ser rediseñada y formalizada según las necesidades y el giro del negocio, para establecer un orden de manera eficaz, que contribuya a mejorar los procesos y recursos, en beneficio de una buena administración, control y dirección empresarial⁷.

1.2.5. Manual de Funciones.

Durante la entrevista realizada a la gerencia general y la encuesta aplicada a los empleados y clientes, se comprobó que trabajan de manera informal y no cuentan con la mayoría de documentos esenciales para una administración correcta, tales como: manual de funciones, manual de procedimientos, manual de políticas y controles; tampoco poseen planes de contingencia para mitigar riesgos. Solamente tienen fichas ocupacionales, donde se describen las actividades que desempeñan algunos tales como el Gerente General y Administrador.

⁶ Debilidad 4: Toma de decisiones centralizadas.

⁷ Amenaza 7: Inadecuada administración, organización y perfil de la empresa

En el anexo 6: Fichas Ocupacionales actuales de GET SOLUTIONS, se presentan las fichas de los cargos mencionados, donde se observa el desempeño de las actividades, presentando una idea general de las funciones que ejercen desde que inició actividades la empresa. Por lo tanto, no se encuentran todos los puestos y al momento de buscar los perfiles, tiende a tener dificultades para buscar los colaboradores que sean requeridos.

En la empresa no existe manual o procedimiento que implemente el control y seguimiento de los procesos⁸, lo que trae perjuicios en la sobrecarga de funciones, ociosidad, fallas en los ejes de comunicación y coordinación entre las áreas.

1.2.6. Evaluación del Desempeño Operativa y Funcional.

GET SOLUTIONS no cuenta con herramientas de evaluación al desempeño que permitan verificar la ejecución de las actividades de cada empleado, por ende, se les dificulta medir y valorar sus habilidades, destrezas, eficiencia y eficacia con la que llevan a cabo sus tareas.

La evaluación se realiza de manera informal, en caso que alguien se encuentre incumpliendo o no realice adecuadamente su trabajo, se le llama la atención de forma directa o se aplica un llamado de atención por escrito.

1.2.7. Forma y Organización del Trabajo.

Actualmente, la entidad cuenta con instalación y recursos propios para llevar a cabo sus operaciones. La mayoría de empleados, deben tener dominio de las funciones generales del cargo que ostentan. Sin embargo, la empresa no provee capacitaciones, para mantener la actualización en diferentes aspectos del negocio, tales como: procedimientos, atención al cliente y otros conocimientos para su gestión.

⁸ Debilidad 7: No se realiza el control y seguimiento de las gestiones de los procesos de la organización

En cuanto al modo de trabajo, se observó que las estrategias implementadas por la gerencia son deficientes, debido a la mala estructura organizacional, lo que trae como consecuencia un personal que no llena las expectativas requeridas para el puesto, por ende, produce un bajo rendimiento cuando se brinda un servicio.

1.2.8. Equipos de Trabajo.

En la actualidad, la empresa no cuenta con equipos de trabajo de forma organizada para la ejecución de tareas, ya que el personal se contrata de manera informal y por temporada, es decir, según la demanda del servicio, por lo que crean brechas en factores de tiempo y calidad, generando poca confiabilidad y seguridad al momento que los clientes quieran adquirir un servicio⁹.

1.2.9. Planes y Carga de Trabajo.

El horario de trabajo es de 48 horas semanales de lunes a sábado. Iniciando labores los lunes a viernes de 8:00 AM a 5:00 PM y los días sábados se finaliza a las 1:00 PM. Sin embargo, los cargos de alta responsabilidad, tales como gerencia general y administrador en muchas ocasiones trabajan más de lo establecido con el fin de terminar las actividades establecidas.

Los planes de trabajo en GET SOLUTIONS se realizan de manera informal, en vista que la rotación del personal es alta y se contratan de acuerdo a la actividad a realizar según el servicio. Cabe destacar que, por la inexistencia de manuales, han tenido problemas con la asignación de actividades y recursos, identificándose una sobrecarga de trabajo en los colaboradores, provocando desequilibrio en momentos de alta demanda, trayendo como consecuencia agotamiento al empleado.

⁹ Debilidad 2: Dificultad para cumplir a tiempo los servicios.

La forma de contratación se estableció como mecanismo para optimizar recursos a causa de la situación económica que atraviesa el país. Por ende, la mayoría de los trabajadores son contratados bajo servicios profesionales y son sometidos a realizar diversas funciones que no son de su especialidad de acuerdo a la naturaleza del cargo.

1.2.10. Niveles de Autoridades y Responsabilidades.

En vista que la empresa está constituida como sociedad anónima, los lineamientos estratégicos deberían ser definidos mediante la junta general de accionistas o junta directiva. Sin embargo, esta función la realiza directamente el gerente general, salvo excepciones consulta la junta directiva.

1.2.11. Nivel Ejecutivo.

En la actualidad el nivel de dirección lo ejerce el mismo gerente general, con ayuda del administrador, donde se encargan de brindar las orientaciones, funciones y definición de roles de cada empleado.

1.2.12. Nivel Operativo

Este nivel de dirección, aunque no está definido a como se debe, se puede observar que está conformado por el mismo responsable administrativo, que realiza funciones de este nivel y de contador.

1.2.13. Nivel Académico y Profesional del Personal.

Los encargados de la empresa cuentan con un alto nivel profesional, en el caso del gerente general cuenta con tres carreras, dos maestrías y cursos de especialización variados en ramas de administración, recursos humanos y

marketing. El administrador es ingeniero de sistemas, con cursos en contabilidad y administración, siendo un personal altamente capacitado¹⁰. Sin embargo, en el negocio laboran en condiciones de máxima presión y variedad de funciones, que en la mayoría de casos no son propias de su especialidad. Tal como el administrador que lleva tareas y funciones propias y del contador.

El nivel académico y experiencia profesional son requeridos para las personas que quieran integrarse. Sin embargo, no tener un encargado de recursos humanos presenta debilidades en el seguimiento, control de asignaciones y funciones, ya que el gerente es quien orienta, dirige y toma las decisiones sobre todas las necesidades de la empresa.

1.2.14. Proceso de Reclutamiento y Selección de personal.

La empresa no cuenta con un manual que le permita tener definido los procedimientos para reclutar, seleccionar y contratar el personal adecuado. Como se mencionaba anteriormente, quien se encarga de estas funciones es el Gerente General, y en ocasiones el administrador; pero no existe un proceso formal para realizar dicha actividad. A continuación, se describe el proceso de reclutamiento y contratación que se realizan de forma empírica en la empresa:

Primeramente, realizan el **reclutamiento**, publicando diferentes anuncios sobre el puesto disponible, luego se reciben las hojas de vida, a la espera de que el administrador valide la información y la clasifique, posteriormente se escoge la persona que cumpla con las características del puesto y demanda del servicio, para luego coordinar una entrevista.

¹⁰ Fortaleza 2: Personal experto

El administrador se encarga de aplicar las entrevistas al postulante, luego brinda sus observaciones al gerente general, en caso que el cargo sea de gran responsabilidad el gerente aplica una segunda entrevista, siendo el siempre quien toma la decisión final sobre la contratación, estableciendo los términos y condiciones.

1.2.15. Evaluación de Personal.

GET SOLUTIONS S.A no cuenta con una estrategia formal de evaluación al desempeño que le permita verificar la ejecución del trabajo de los empleados, sus habilidades, destrezas, la eficiencia y eficacia con la que realizan cada uno de los procesos. La evaluación al desempeño que se practica es validando la ejecución adecuada de las tareas. En caso que no se cumpla con lo requerido se procede a llamar la atención de manera directa y se anexa al expediente. Sin embargo, en dependencia de ciertos factores tomados por el gerente, puede dar por terminada la relación laboral con el colaborador.

1.2.16. Servicios de la Empresa.

Los servicios que ofrece GET SOLUTIONS, tienen la oportunidad de expandirse dentro del mercado¹¹, ya que cuenta con una cartera diversificada y de gran calidad¹² en su oferta que se dirige a distintos enfoques de mercado.

En la siguiente tabla se muestran los servicios que son ofertados actualmente por la empresa por cada uno de los rubros.

¹¹ Oportunidad 8: Expandir el negocio en el territorio nacional

¹² Fortaleza 3: Diversificación y calidad en los servicios

Tabla 1: Cartera de servicios de GET SOLUTIONS.

RUBRO	SERVICIOS
Administrativo	Consultorías y asesorías empresariales en temas financieros, organizacionales y administrativos.
	Formulación y evaluación proyectos empresariales
	Asesoría sobre gestión de recursos humanos.
	Propuestas de mejora continua empresarial.
Informático	Reparación y mantenimiento de PC, laptop y celulares
	Instalación y configuración de red/ servidores
	Desarrollo de software
	Soporte técnico empresarial
	Capacitaciones tecnológicas
Marketing	Gestión de Redes Sociales
	Animación gráfica
Legal	Servicios legales y tributarios
	Elaboración de escrituras y documentos legales
	Asesorías y gestiones legales empresariales

Fuente: Documentación de GET SOLUTIONS.

Los servicios de los rubros informáticos, administrativos y legales mencionados en la tabla N.º 1, son los que se mantienen permanente en la cartera del negocio, ya que cuentan con el personal para ofertarlos. Respecto al rubro de Marketing se encuentra establecido en su cartera de servicios, sin embargo, no se ofertan en la actualidad, por carencia de alianzas con personal capacitado para ejercerlo de manera permanente al momento de ser demandado.

1.2.17. Publicidad, Marketing y Canales de Comercialización.

La empresa tiene un canal directo de comercialización, haciendo presencia en el mercado a través de visitas ejecutivas a empresas e instituciones, auxiliándose de herramientas como correos electrónicos y llamadas telefónicas.

Las estrategias de publicidad que se realizan son muy tradicionales mediante volantes, brochures, tarjetas de presentación y banners ubicados fuera de la empresa. Según la gerencia en los años del 2013 al 2015 en algunas ocasiones se realizaba mediante la radio. En el año 2017 intentaron implementar publicidad mediante Facebook en perfiles comunes entre los empleados, sin embargo, aunque tuvieron alianzas y conocimiento en la rama de marketing digital nunca formalizaron su perfil propio en redes sociales donde centralizaran todas las publicaciones y así dar el debido seguimiento.¹³

A continuación, se presenta una impresión de brochures que utilizan para la publicidad la empresa:

¹³ Debilidad 10: Poca presencia y estrategias digitales.



GET SOLUTION
QUIENES SOMOS?

Una empresa que cuenta con servicios y tecnología de la mas alta calidad, que le permite a la empresa y clientes alcanzar un mayor desarrollo.

Fue Creada para colaborar con las empresas que desean actualizarse en nuevas tecnologías y /o capacitar a su personal

Objetivo

Proveer a las empresas y personas en general los servicios Informaticos, Administrativos, Marketing y legal para el desempeño de cada uno de sus funciones.

Brindar fortalecimiento y desarrollo tanto empresarial como personal mediante nuestros servicios administrativos, legales y tecnológicos."

HORARIOS

LUNES A VIERNES
8:00 am – 5: 00 pm

SABADOS
8: 00 am – 3: 00 pm

GET SOLUTION
La solución al alcance de tus manos!!

Servicios Informáticos, Administrativos, Marketing y Legal

TELÉFONO: 2250-6315

Dirección
Del Edificio Armando Guido 3c al Sur 1c
Abajo 8ª San Luis
Teléfono: 505 2250-6315
Correo: getsolution@gmail.com

Ilustración 4: Brochur utilizado para publicidad. Información general

Fuente: Elaborado por la empresa (2013)

Como se observa el negocio ofrece horarios matutinos hasta los días sábados. En ese tiempo buscan como realizar todas las actividades establecidas de acuerdo a los servicios contratados. En la siguiente imagen se muestra la cartera de servicios que en teoría ofrece el negocio:

NUESTROS SERVICIOS

INFORMÁTICO

- Soporte Tecnológico Empresarial
- Reparación y Mantenimiento de Computadoras, Laptops y Celulares
- Instalación y configuración de redes
- Capacitaciones Tecnológicas
- Diseño web
- Desarrollo de Software

ADMINISTRATIVO

- Consultorías y Asesorías Empresariales
- Formulación y Evaluación Proyectos Empresariales
- Gestiones Administrativas
- Asesorías Financieras.
- Planes de mejora continua

LEGAL

- Elaboración de Escrituras y documentos legales
- Asesorías y Gestiones Legales Empresariales
- Servicios legales y tributarios
- Entre otros mas...

INFORMACION

Dirección
Del Edificio Armando Guido 3º al
Sur 1º Abajo, Bº San Luis.
Teléfono: 505 2250-6315
Correo: getsolution@gmail.com

Ilustración 5: Brochur utilizado para publicidad. Oferta de Servicios.

Fuente: Brochures de información GET SOLUTIONS (2013)

Cabe señalar que la mayoría de los servicios contenidos en los brochures no se ofertan actualmente, ya que no han elaborado una actualización. Los servicios que aparecen se prestaron durante el período entre el 2014-2017, donde se realizaban capacitaciones y desarrollo de software a las instituciones del Estado que participaba mediante licitaciones, pero actualmente por cambios en la gestión gubernamental y competencia con otras empresas que prestan servicios informáticos no se logra participar muy seguido en las licitaciones. El rubro de marketing se ofertó un tiempo en el año 2018, sin embargo, no se incluyó en los brochures que se ocuparon para publicidad, por no contar con el recurso humano permanente para encargarse de ese tipo de servicio de forma constante.

En la siguiente imagen se muestra la publicidad que se pretendía lanzar a inicio del año 2018 en revistas y periódicos. Se observa que era una estrategia para cubrir un amplio mercado y ofertar diferentes tipos de servicios, sin embargo, la publicidad se observa muy general y con estrategias tradicionales, de manera que poseen una descripción básica de lo que se oferta por rubro.

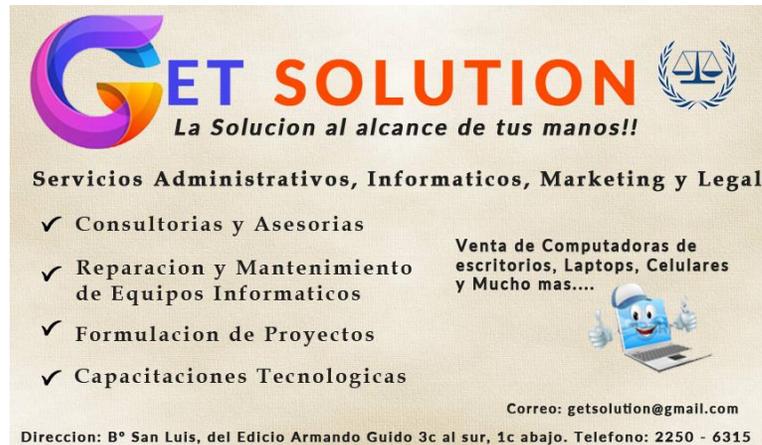


Ilustración 6: Publicidad para periódicos.

Fuente: Diseño de imagen para periódico

En el período 2018 se realizaron diseños para publicar mediante redes sociales. Ver ilustración 7 y 8. Sin embargo, no se pudo continuar por falta de personal, ya que por motivos ajenos la persona que se dedicaba al diseño de post no pudo continuar de manera permanente en la empresa y tampoco se siguió brindando el servicio por un tiempo hasta encontrar un nuevo recurso, cabe destacar que había poco interés de parte de los colaboradores para administrar un perfil y generar contenido que sean de ayuda al negocio.

Si necesitas ayuda para tu dispositivo puedes ponerte en contacto al 2250-6315. La Solucion la tienes en tus manos!!



Ilustración 7: Diseño para publicidad para redes sociales 1

Si tu equipo se torna lento, tiene polvo, se calienta y no sientes el mismo rendimiento de antes... Es hora de realizar tu mantenimiento Preventivo al equipo!! Contactamos llamando al 2250-6315. Estamos para brindarte el servicio de calidad que necesitas.



Ilustración 8: Diseño para publicidad para redes sociales 2

También la empresa realizaba publicidad mediante la página web que estaba alojada en un servidor bajo un diseño sencillo preestablecido llamado webnode, siendo una debilidad porque no cuentan con un dominio personalizado y diseño libre que muestre la presencia y seriedad del negocio, generando desconfianza en los clientes que visitan el sitio.

1.2.18. Recursos Tecnológicos.

La empresa GET SOLUTIONS cuenta con recursos tecnológicos básicos y no tan adecuados para brindar los servicios a sus clientes. En la siguiente tabla 2 se presentan los equipos con los que cuenta actualmente el negocio, en su mayoría tienen al menos 5 años de funcionamiento. La mayor parte fueron adquiridos en el año 2012 y otros en el 2015. Estos han mantenido su funcionamiento continuo

gracias al cuidado y a los mantenimientos preventivos y correctivos que se les han brindado, lo que permitió aumentar la vida útil para seguir utilizándolos.

En equipos portátiles, se cuenta con un equipo DELL cuyo procesador es Intel Core i3 de 4ta generación, actualmente es la computadora asignada al gerente general de la empresa; por otro lado, poseen una laptop HP 14 dual Core, asignada al administrador de la institución. En el año 2017 realizaron una compra de un equipo HP con procesador Intel Core I5 de 5ta generación y tarjeta de video de 1 Bg para diseño web y publicidades que se ofrecen a los clientes.

A continuación, se presenta a detalle los recursos tecnológicos con los que cuenta GET SOLUTIONS para desempeñar sus actividades:

a) Estaciones de Trabajo.

Tabla 2: Recursos Tecnológicos actuales de GET SOLUTIONS.

UBICACIÓN	ESPECIFICACIONES	CANT	SOFTWARE INSTALADO
Laboratorio Utilizado inicialmente para impartir capacitaciones, actualmente las usan para el desarrollo de los proyectos	Procesador Intel Celeron 2.4 GHz 6 GB de RAM Tarjeta Madre Asrock h61m- dgs 320 GB de Disco Duro Mouse y Teclado Genius Monitores HP 1912nm 18.5'	5	Sistema Operativo Windows 7 professional Office 2013 professional Lector pdf nitro pro9 WinRAR Antivirus ESET smart security 9 google chrome

PLAN ESTRATÉGICO PARA GET SOLUTIONS.

Gerencia General	Laptop marca DELL Procesador Core i3 4ta gen 2.6 GHz Disco Duro 500 GB Mouse y Teclado	1	Sistema Operativo Windows 10 professional Office 2013 professional Lector pdf nitro pro9 WinRAR Antivirus ESET smart security 9 google chrome SQL Server 2012 Visual studio enterprise architect Rational Rouse
	Impresora HP Pro OfficeJet Pro 8610 Multifuncional	1	-
Administrador	Laptop marca hp 14 Procesador dual Core cuarta generación. 1.5 GHz. RAM 4 GB Disco Duro 500 GB	1	Sistema Operativo Windows 7 professional Office 2013 professional Lector pdf Nitro pro9 WinRAR Antivirus ESET smart security 9 Google Chrome
	Hp LaserJet P3010	1	-
Desarrollador y diseñador	Laptop HP Procesador I5 5ta generación 2.3 GHz. RAM 8GB	1	Sistema Operativo Windows 10 professional

	Tarjeta de Video Nvidia 1GB Disco Duro 500 GB		Office 2013 professional Lector pdf nitro pro9 WinRAR Antivirus ESET smart security 9 google chrome Photoshop sublime text ilustrador
--	--	--	--

Fuente: Elaboración Propia.

b) Servidores.

La empresa cuenta con una computadora que funciona como servidor, la función principal del equipo es almacenar los respaldos de datos e información del negocio correspondiente a los servicios prestados y documentación administrativa. A continuación, se presenta las características del equipo:

Tabla 3: Especificación del servidor actual de GET SOLUTIONS.

Especificaciones Técnicas	Software Instalado
Procesador Intel Core i3 de 4ta generación 3.3 GHz.	windows server 2008 R2
8 GB RAM	Microsoft Office 2013
Disco Duro de 1 TB	Antivirus ESET Smart Security
Mouse / Teclado	Cobian
Monitor	SQL Server 2012.

Fuente: Elaboración Propia.

c) Redes e Internet.

La administración de las redes se realiza mediante el personal de la empresa con conocimientos en redes. Para la conexión de las estaciones de trabajo con el servidor se cuenta con un switch configurado mediante un IP privado para la red local y respecto al acceso a internet se tiene un router marca NewLink, que asigna mediante DHCP los números IP a cada uno de los equipos.

El medio de comunicación es cable de UTP cat5 con conector RJ45. La empresa cuenta con internet proporcionado por el servicio de Linea Digital de la empresa de CLARO con una velocidad de 10 Mbps.

d) Sistemas de Información.

Actualmente GET SOLUTIONS solo cuenta con un sistema informático dedicado a la parte contable de la empresa, este sistema fue adquirido en el año 2015, sin embargo, no se realizan mantenimientos desde el 2018 y es bastante restringido a brindar solamente funcionalidad a nivel contable¹⁴ y a partir de entonces ha sido utilizado con dicho fin. Cabe mencionar que para el control de otras actividades y procesos se maneja la información a través de hojas de cálculo de Excel, diseñadas como una herramienta para afrontar dicha necesidad.

e) Mobiliario y Equipos.

La empresa cuenta con mobiliario y equipos, desde sillas de espera, sillas para computadoras, aires acondicionados, mesas, herramientas y demás equipos necesarios para brindar los servicios. Estos en su mayoría ya están depreciados, ya que se adquirieron desde inicios de la empresa, sin embargo, con el mantenimiento aplicado se ha logrado prolongar la vida útil de cada uno.

¹⁴ Debilidad 8: No posee un sistema de información robusto, confiable y seguro

1.2.19. Procedimientos Administrativos y Normativas.

En vista que no cuentan con manuales de procedimientos y de funciones, además que tienen una dirección vertical, los procedimientos son elaborados de manera informal, provocando cruces entre ellos y cargas excesivas de trabajo. Teniendo como consecuencia retrasos en las actividades planificadas debido a la falta de coordinación entre las funciones.

En relación a la documentación revisada y mediante entrevistas aplicadas, se identificaron los siguientes procedimientos:

Procesos de compra: Este procedimiento solo puede autorizarlo el gerente general y en ausencia el administrador. Las compras se hacen según orientación de la gerencia, sin planificación previa y en base a criterios propios. En vista que no hay un control riguroso del inventario, en muchos casos se compra cuando ya no hay existencia, provocando retrasos en la prestación de los servicios. Una vez identificadas las necesidades, se ejecuta la compra al proveedor más viable, en vista que la empresa analiza ciertos puntos de preferencias. Luego los productos se almacenan y en algunos casos de forma inmediata se registra como gastos.

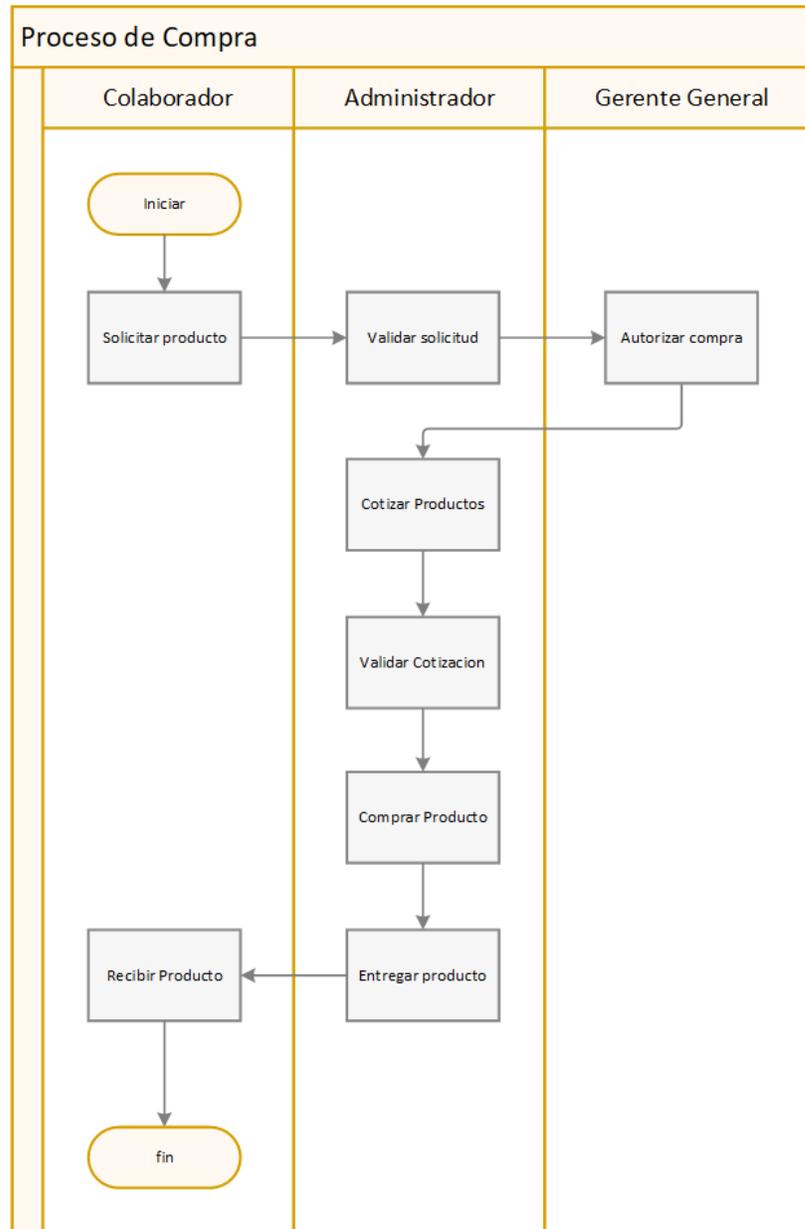


Diagrama 1: Proceso de Compra. **Fuente:** Elaboracion Propia

Proceso de comercialización: Se realizan de forma directa al cliente final, el cual se consiguen mediante visitas personalizadas y la publicidad en el momento de promocionar los servicios utilizando volantes y brochures.

Proceso de control de inventario: El control del inventario lo realiza el administrador, correspondiente a: papelería, útiles de oficina, materiales, equipos y mobiliarios. Llevando el movimiento del consumo en hojas de cálculo.

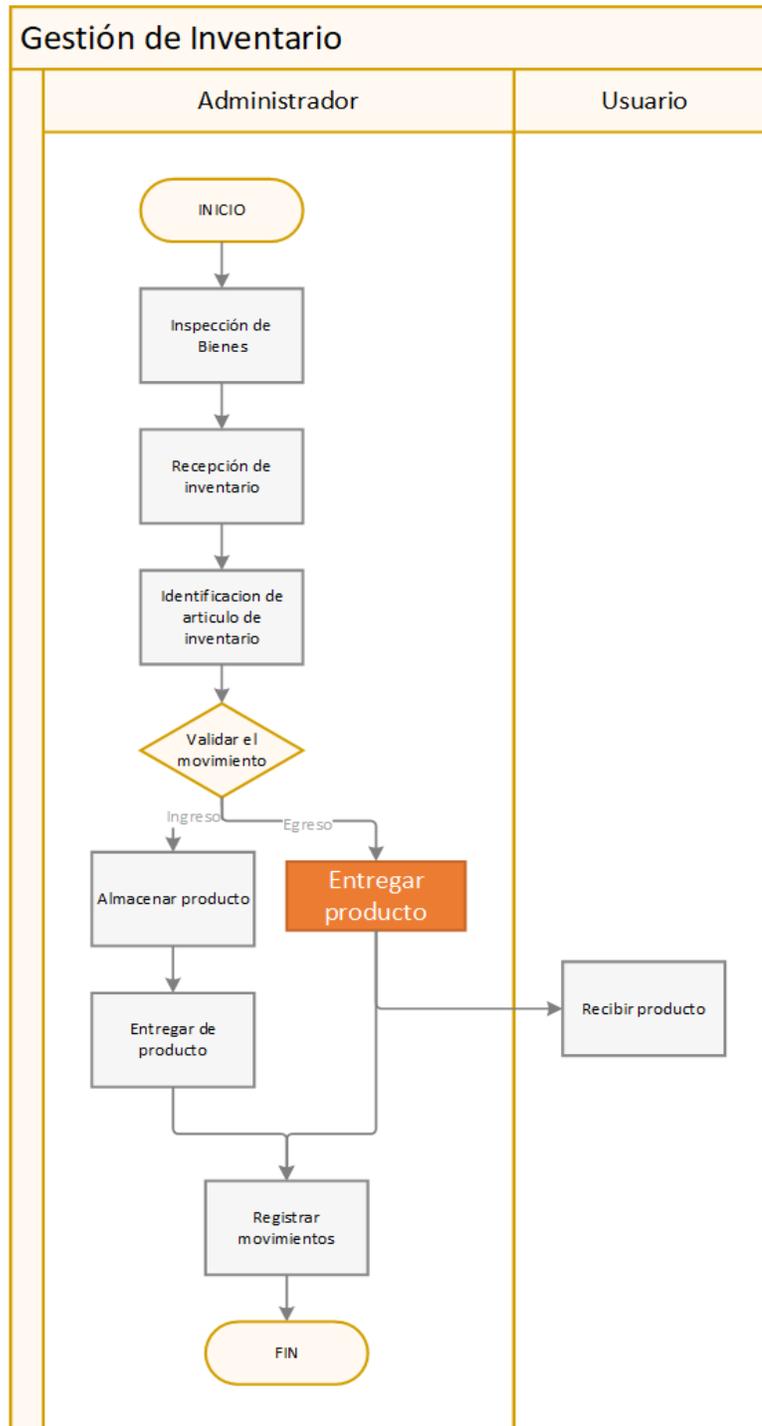


Diagrama 2: Gestión de Inventario. **Fuente:** Elaboración propia.

Proceso contable: Como se mencionaba anteriormente, la contabilidad se registra en un sistema desde el 2015. Normalmente los registros se llevan un poco atrasados, en vista que el contador se presenta una vez al mes y los documentos los organiza, registra y ordena el administrador.

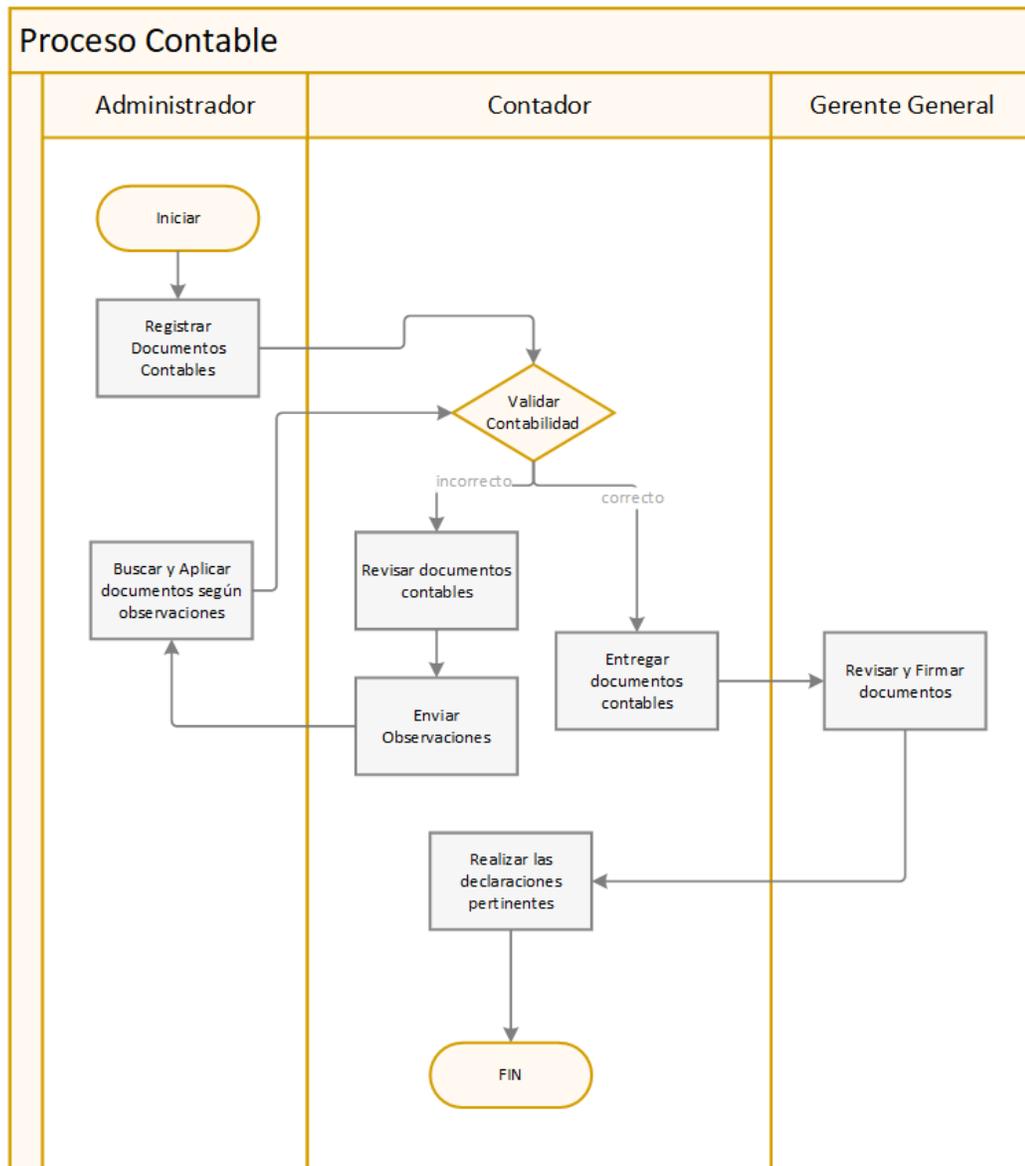


Diagrama 3: Proceso Contable. Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a los procesos anteriores, se demostró que la funcionalidad de estos no los tiene bien definidos y normados, a tal punto que crean diferentes dificultades e incertidumbres con los actores relacionados al proceso, siendo una debilidad al no tener documentado los procesos que ejercen en el negocio¹⁵.

1.2.20. Higiene, Seguridad y Riesgo Laboral.

La empresa cumple con la mayoría de ámbitos de higiene, ya que la persona de limpieza siempre está realizando sus funciones en cada área para mantener un ambiente sano y agradable. En cuanto a la seguridad hay ciertas limitaciones en vista que no se cuenta con todo el equipo requerido y solamente tienen lo necesario para poder responder ante eventos pequeños que puedan darse de manera imprevista. No existen equipos especializados contra incendios, tampoco para atender accidentes graves, también se identificaron pocas señalizaciones para orientar situaciones preventivas de riesgo.

Las instalaciones no están bien distribuidas, por lo que la organización de las oficinas no es correcta en relación a los servicios o funciones que desempeña la empresa.

1.2.21. Distribución de Planta

En la siguiente ilustración se muestra la distribución de planta de GET SOLUTION, en la cual se percibe los espacios ubicados de manera eficiente y segura para la seguridad de los colaboradores y para una adecuada atención a clientes¹⁶, considerando las actividades llevadas a cabo a lo interno de la misma.

El tipo de distribución de planta que emplea la empresa es “por proceso”, en vista que los servicios que ofrece se requieren de forma eventual y las áreas se agrupan según sus funciones desempeñadas.

¹⁵ Debilidad 1: Deficiencias en los procesos de selección, reclutamiento, capacitación, evaluación e incentivos.

¹⁶ Fortaleza 6: Cuenta con infraestructura adecuada para la prestación de servicios a los clientes.

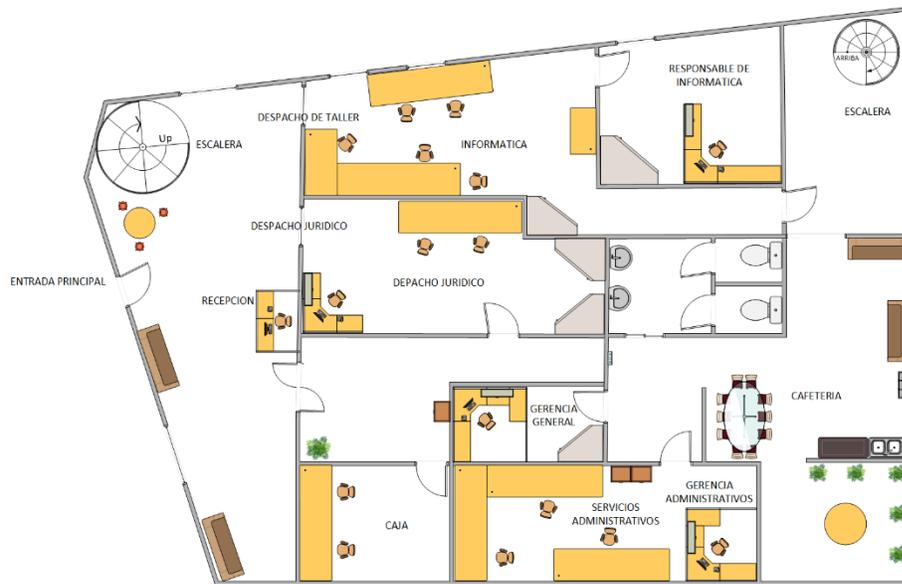


Ilustración 9: Distribución de Planta, primer piso.

Fuente: Elaboración Propia



Ilustración 10: Distribución de Planta, segundo piso.

Fuente: Elaboración Propia

Debido a esto, la decoración y la apariencia del establecimiento se convierte en un elemento clave para la satisfacción del cliente. Esta apariencia del servicio o del entorno físico en el que tiene lugar su prestación, cuenta con dos elementos principales que son:

Condiciones ambientales: haciendo referencia a las características generales como puede ser al nivel de ruido, temperatura, iluminación, el que haya música, etc.

Distribución espacial y funcional: con el fin de minimizar el tiempo de desplazamiento de los clientes y/o empleados.

1.2.22. Plan Estratégico.

En la empresa no se encontró ningún tipo de plan o lineamientos estratégicos ¹⁷sobre los cuales se oriente al negocio, únicamente lo que poseen son ideas empíricas que las llevan a la práctica y en su mayoría van aplicándose. La gerencia general establece mecanismos que considera relevantes para el caso de las ventas de servicios y canales de comercialización. Pero, no tienen una orientación estratégica¹⁸, planes de acción, objetivos o metas concretas para llevar a la empresa a proyecciones óptimas.

1.3. Ambiente Externo GET SOLUTIONS.

1.3.1. Análisis PESTEL.

El análisis externo tiene como finalidad, conocer los rasgos esenciales del entorno en que se encuentra la empresa y valorar los factores del ambiente que pueden

¹⁷ Debilidad 9: Dificultad para plantear estrategias y lineamientos comerciales

¹⁸ Debilidad 6: Dificultad de Planeación Estratégica.

afectar en la toma de decisiones estratégicas. También, se identificarán las amenazas y oportunidades a las que se enfrenta la entidad.

1.3.1.1. Sector Político.

Actualmente se vive un ambiente de tensión política, debido a esto, se ha creado un entorno inestable que provocó la ruptura de vínculos laborales que tenían diferentes organizaciones con el gobierno, por ende, esto conlleva al decrecimiento del desarrollo comercial, tecnológico y social del país¹⁹. Muchos tratados y acuerdos no se llevaron a cabo por las sanciones que ha impuesto Estados Unidos a causa de las decisiones que ha tomado el gobierno de Nicaragua, a raíz de esto, todas las familias nicaragüenses son afectadas por la presión económica y social.

Las convocatorias repetidas para realizar elecciones se han presentado en disposición de ayudar y concretar acuerdos que permitan establecer un gobierno que satisfaga la demanda de los ciudadanos, en consecuencia, de esto, se muestra un escenario de incertidumbre que por supuesto influye en el desarrollo de cualquier empresa en general, limitándose de financiamiento por parte de inversionistas o instituciones financiera interesados en respaldar nuevos proyectos²⁰.

El contexto político inestable, afecta en gran medida a la motivación de emprender en cualquier sector empresarial. Esta situación a corto plazo, obstaculiza direccionar una planificación estratégica, si se aplican frecuentemente reformas en las leyes, lo que implica tener que adaptarse a los continuos cambios para sobrevivir en el entorno²¹.

¹⁹ Amenaza 2: Decrecimiento en el desarrollo comercial

²⁰ Debilidad 3: Debilidad para conseguir fuentes de financiamiento a largo plazo

²¹ Amenaza 3: Cambios continuos provocados por reformas de las leyes nacionales

1.3.1.2. Sector Económico.

La crisis económica²² que lleva atravesando Nicaragua desde el año 2018, ha incidido de forma más desfavorable en el territorio nacional, registrando importantes descensos en los ingresos de las familias. Pero, debido a los disturbios sociales y políticos que el país ha experimentado desde abril de 2018, la tasa de desempleo abierto se pretendía que aumentará 5.5% en 2018 y 7.5 a 8.5% en 2019, esto es equivalente a un rango de 66 mil y 98 mil nuevos desempleados, con lo que el saldo terminaría entre 244 y 276 mil personas para 2020. (EFE, 2019)

La crisis política ha golpeado en gran medida la economía de este país, donde el PIB crecía a un ritmo anual del 4.9 %, uno de los mayores crecimientos de la región. Luego de la crisis sociopolítica, la Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Económico y Social (FUNIDES) estima que 417,000 personas han sido despedidas o suspendidas de sus empleos, de las que 127 000 se encuentran en el desempleo. La CEPAL, por su parte, estima que para 2019 la economía nicaragüense tuvo el segundo peor desempeño de América Latina, con un decrecimiento de -2.0 %. La crisis también ha obligado a nicaragüenses a refugiarse en otros países, principalmente en Costa Rica, país que ha recibido más de 40,000 migrantes nicaragüenses, según las estadísticas de las autoridades migratorias de ese país. (FUNIDES, 2019)

El país cerró con una baja tasa de inflación el año 2018, de tan solo 3.89 %. Para el 2019 la tasa de inflación acumulada a julio fue del 4.1%, determinada por tres factores: el comportamiento a la baja de los precios internacionales, especialmente petróleo y alimentos; el menor acceso al crédito de consumo y otras formas de financiamiento (remesas, salario real); y el efecto de estabilización de precios que puedan seguir provocando las medidas antiinflacionarias, particularmente vinculadas a la producción y comercialización. (Alvarez, 2020)

²² Amenaza 4: Inestabilidad Económica

Para enfrentar esta crisis económica el gobierno debería apoyar las inversiones, estos cambios deben ser resueltos de manera política y no con medidas socio económicas porque su origen radica en la crisis política que vive el país. La confianza de los consumidores²³, empresarios e inversionistas, así como la seguridad ciudadana y la cohesión social, solo podrán restablecerse con acuerdos políticos que aseguren un cambio en el futuro de Nicaragua.

1.3.1.3. Sector Sociocultural.

En lo que respecta al entorno cultural se encuentra constituido por instituciones que lo conforman, las percepciones, las preferencias y los comportamientos básicos de la sociedad.

Según la Organización Panamericana de la Salud, basándose en datos del Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas; En el 2016, la población se estimó en 6,327,924 habitantes, de los cuales 59,6% residía en las zonas urbanas; 51,0% de la población era femenina; 42,0% era menor de 15 años; y 5,0% pertenecía al grupo de 65 años o más. La figura a continuación muestra los cambios en la estructura poblacional de Nicaragua entre 1990 y el 2015.



Ilustración 11: Estructura de población según edad y sexo, Nicaragua, 1990 y 2015

Fuente: Organización Panamericana de la salud con datos del departamento económico y social de las naciones unidas (2015)

²³ Amenaza 5: Pérdida de confianza y credibilidad de parte de clientes insatisfechos

La sociedad en general y los nicaragüenses en particular han experimentado en los últimos años cambios culturales e influencia internacional de forma significativa, destacándose dentro de los más importantes:

- ❖ Conciencia ambientalista y cultura verde: aunque su fuerza es primitiva, ya existe una generación más comprometida y atenta de los impactos ambientales de las industrias.
- ❖ Mayor acceso a la tecnología (Internet, TV, computadoras, etc.) que va creando nuevas formas de publicidad y que obtienen mayor dinamismo en los mercados.²⁴
- ❖ Mayor acceso a la información y amplio impacto e influencia en el cambio de tendencias mundiales.
- ❖ Cultura de bienestar personal que crea la necesidad de productos más saludables y sin riesgo a la salud humana
- ❖ Crecimiento de nuevos centros y plazas comerciales, lo que amplias oportunidades de comercio y posicionamientos de productos y marcas.

El sector de la consultoría y asesoría ha cambiado de igual forma que lo ha hecho el país, contando con pocas empresas dedicadas a prestar servicios, puesto que la mayoría eran de origen extranjero y la única opción que tenían era cerrar las instalaciones²⁵ de manera indefinida. En el transcurso del tiempo la demanda, se enfoca en la experiencia, el manejo de información y la manera de resolver estratégicamente los problemas que se presentan, por ende, necesitan organizaciones muy especializadas para afrontar y circunstancias de manera flexible, ágil y eficaz.

²⁴ Oportunidad 7: Aumento de la demanda de servicios dentro de los rubros de cada segmento del mercado.

²⁵ Amenaza 1: Disminución de rentabilidad

Por lo tanto, las empresas requieren que los consultores y asesores apliquen enfoques multidisciplinarios que abarquen distintas capacidades especializadas, es por esto que GET SOLUTIONS combina los conocimientos, las experiencias y la forma de trabajo en los servicios con la finalidad de sobresalir en el mercado²⁶.

1.3.1.4. Sector Tecnológico.

La innovación es una importante variable estratégica para las empresas caracterizada por un entorno globalizado. La consultoría y asesoría son unos de los sectores económicos y sociales con cierto grado de orientación hacia la información. Además, con la aplicación de las tecnologías de la información en dichos sectores se han logrado beneficios para conocer mejor las necesidades de los clientes, ofrecer los servicios y optimizar los recursos para mejorar las condiciones de las empresas²⁷.

En el país existen bajos niveles tecnológicos en los sectores que predominan tales como las pequeñas empresas: sistemas de producción artesanal y de nivel básico. La causa fundamental del atraso tecnológico está en la débil calificación de los recursos humanos y la permanencia de una cultura empresarial que no incentiva a la especialización o reconocimiento remunerado de aquellos profesionales que son calificados y tienen un alto nivel profesional.

El país en los últimos años ha mejorado grandemente el acceso a Internet, telefonía celular, televisión, procesamiento de datos y desarrollo de TIC. Teniendo como consecuencia un panorama positivo, ya que las empresas están invirtiendo en tecnología para el manejo de los procesos del negocio y publicidad a nivel

²⁶ Oportunidad 2: La diversificación de servicios en diferentes especialidades.

²⁷ Oportunidad 3: La Innovación tecnológica contribuirá a la modernización y actualización para brindar mejores condiciones.

digital²⁸. Otras invierten en alta tecnología y herramientas para mejorar su posición con respecto a la competencia y acceder al mercado globalizado²⁹.

En los últimos años, el uso de las tecnologías y redes sociales permiten una nueva manera de hacer negocios en las empresas, por ende, es necesario adentrarse en este nuevo mundo tecnológico y estar preparado para nuevos retos que se pudieran presentar en la empresa³⁰.

Las empresas que constituyen la competencia para GET SOLUTIONS se ven afectadas por la carencia o desconocimiento en el uso de tecnologías, hoy en día la mayoría depende de esto y es necesario actualizarse para poder mantenerse en el mercado.

1.3.1.5. Sector Ecológicos.

Nicaragua, ha venido impulsando progresivamente la educación ambiental, especialmente a partir de la década de los 90s, en que se puso de manifiesto un verdadero esfuerzo por fundamentar, ordenar y sistematizar la aplicación de la educación ambiental.

Desde el año 2018, el gobierno de Nicaragua, a través del Plan Nacional de Desarrollo Humano, está implementando un conjunto de logros que son claves para la adaptación al cambio climático, tales como proyectos de manejo sostenible de tierras, educación ambiental, y protección de los recursos naturales que se desarrollan desde el Ministerio del Ambiente y Recursos Naturales (MARENA).

En Nicaragua existe un marco regulatorio legal para garantizar responsabilidad ambiental en las actividades que realizan las empresas. Existen algunas leyes

²⁸ Oportunidad 6: Incremento del comercio electrónico y publicidad vía web.

²⁹ Amenaza 8: Las competencias aprovechan al máximo las tecnologías.

³⁰ Oportunidad 4: Nuevas tendencias de negocio mediante el marketing digital.

fundamentadas sobre la Constitución Política de la República la cual define en su artículo 60 que: “Los nicaragüenses tiene derechos a habitar en un ambiente saludable; es obligación del Estado la preservación, conservación y rescate del medio ambiente y de los recursos naturales”. En el artículo 102 se menciona que: “Los recursos naturales son patrimonio nacional. La preservación del ambiente y la conservación, desarrollo y explotación racional de los recursos naturales corresponden al Estado; éste podrá celebrar contratos de explotación racional de estos recursos, cuando el interés nacional lo requiera”. De aquí se deriva la Ley General del Medio Ambiente y Recursos Naturales (Ley No 2017 - 1996).

Tomando en cuenta lo antes mencionado, las empresas que se dedican a ofertar la clase de servicios como **GET SOLUTIONS** no se ven tan afectadas desde el punto de vista ecológico/ambiental. Por otra parte, se han integrado a sus objetivos medidas y normas que favorezcan a la responsabilidad social empresarial RSE, por ello es preciso optimizar en lo posible los recursos utilizados y tratar de minimizar el impacto.

1.3.1.6. Sector legal.

La formalidad de una empresa es vital no solo para el crecimiento de si misma, sino también del país. Por lo tanto, pagar mensualmente los gravámenes de acuerdo con las ganancias generadas ayuda al crecimiento económico de la nación. Por otro lado, de manera legal se logra acceder con mayor facilidad a los mercados y se incrementa la oportunidad de optar a financiamientos bancarios para poder ser parte de encadenamientos productivos y aperturar diferentes negocios en el país³¹.

En el contexto legal, Nicaragua cuenta con un esquema regulatorio de fomento a la inversión y protección al inversionista que ha impulsado y desarrollado en los últimos años. Entre de las principales leyes de este marco regulatorio en el país,

³¹ Oportunidad 8: Expandir el negocio en el territorio nacional para brindar los servicios en todo el país.

se destacan las siguientes: Ley 645, Ley de Promoción Fomento y Desarrollo de las MIPYME, Ley 737: Ley de Contrataciones Administrativas, Ley de promoción de inversiones extranjeras (Ley 344), Ley de mediación y arbitraje (Ley 54), Protección a inversionistas, Leyes de Propiedad Intelectual, Ley del código del trabajo, Ley 185 de seguridad social y Ley 618 de Higiene y seguridad del trabajo. GET SOLUTIONS cumple con la legislación vigente en Nicaragua, es una organización legítimamente constituida bajo régimen fiscal y mercantil establecida en el país; de esta forma mantiene un funcionamiento regido por las leyes nacionales y cuenta con todos los permisos requeridos.

En la siguiente figura se muestran los factores que afectan directa e indirectamente a GET SOLUTIONS.



Ilustración 12: PESTEL GET SOLUTIONS.

Fuente: Elaboración propia.

1.3.2. Fuerzas de Porter.

1.3.2.1. Amenazas de Nuevo Competidores.

Esta fuerza se enfatiza sobre la facilidad o dificultad que un nuevo competidor puede experimentar cuando quiere empezar a operar en el mercado, cabe destacar que entre más difícil sea entrar, menor es la competencia y mayor la probabilidad de obtener beneficios a mediano y largo plazo. Del mismo modo debe considerar el tiempo de la empresa dentro del mercado, en el cual le ha ayudado a darse a conocer. A continuación, se presentarán diversos factores que amenaza con el ingreso de competidores nuevos:

a) Barreras para el ingreso

En el mercado de la asesoría y consultoría la entrada de nuevos competidores³² se ha convertido en una amenaza permanente, ya que año tras año se están incorporando nuevos operadores al sector, tales como: consultores independientes, empresas consultoras e independiente.

b) Requisitos de capital.

Para poder entrar al sector de asesoría y consultoría, los nuevos emprendedores no necesitan contar con mucho capital de trabajo o adquirir un financiamiento por parte de un inversionista, basta solo disponer con una habitación para ejercer sus labores y la capacidad de ofrecer el servicio. Los elementos iniciales para poder competir son: las experiencias laborales, el amplio conocimiento y la forma de brindar los servicios para poder satisfacer las necesidades del cliente. También se debe de tomar en cuenta que al ser una empresa que está iniciando sus funciones, deberá de crear alianzas con proveedores para minimizar costos y así poder establecer las estrategias de precio que utilizarán para dar a conocer el negocio.

³² Amenaza 6: Aumento de número de competidores

c) Diferenciación del servicio.

Existe una clara diferenciación del servicio en este sector, puesto que las empresas establecidas tienen identificación de marca y existe lealtad entre los clientes, así como el compromiso que deben tomar los colaboradores con la empresa desde el momento que son contratados. Como se mencionó en el análisis anterior, la diferenciación del servicio está dada no solamente por la diversificación de las actividades comerciales, sino también por la calidad, confiabilidad y seguridad que brinda una empresa consultora y asesora.

d) Política gubernamental.

Se debe tomar en cuenta los requisitos legales, las nuevas empresas deben adquirir compromisos y cumplir con las políticas que organismos superiores encargados de evaluar, aprobar y controlar las normas que aseguren el bienestar de los colaboradores y su entorno laboral; lo que refleja que no sólo es suficiente contar con un capital financiero para dar marcha a una empresa orientada a ofrecer servicios, sino que va más allá de los objetivos lucrativos de dicha institución. En muchas ocasiones el funcionamiento de una entidad depende de que tan fácil resulte la obtención de certificados brindados por entes reguladores como INSS, MITRAB, Dirección General de Ingreso (DGI) y/o Alcaldía de Managua, de manera que den validez a la participación que tengan en el mercado.

e) Acceso a los canales de distribución.

Los canales de distribución son muy importantes para cualquier empresa, porque a través de estos se obtiene la forma de comercialización del servicio. Por tal motivo los nuevos participantes deben de crear objetivos y estrategias de mercadeo con el fin de mejorar el proceso de negociación con sus clientes y así posicionarse dentro del sector.

La empresa cuenta con un canal directo de distribución, ya que sus clientes son quienes consumen el servicio sin ningún tipo de intermediario, cabe destacar que los años que tiene en la participación del mercado permite llegar a superar este tipo de barrera, gracias al grado de madures que ha tomado el negocio.

1.3.2.2. Poder de negociación compradores.

Tomando en cuenta que el comprador busca optimizar sus recursos en el momento de negociar el costo de adquisición de los servicios, esto representa un factor determinante, donde los consumidores toman la decisión. A continuación, se presentarán diversos factores que forman parte del poder de negociación de compradores:

a. Costo de cambiar de proveedor

Cuando los compradores cambian de proveedor deben asumir ciertos costos fijos, mientras más altos los costos de cambiar de proveedor más difícil será para los compradores tomar decisiones como estas. En este caso el costo de cambiar de proveedor es bajo lo que facilitaría al cliente cambiar de proveedor sin mucho problema.

b. Diversidad de competidores

Mientras más similares son los competidores en cuanto sus características de funcionamiento, procesos, naturaleza, objetivos, costos y estrategias, mayor es la rivalidad. En este caso existe una gran diversidad de competidores, lo que generarían mayor amenaza sobre la empresa y harían que el cliente pueda cambiar con mayor facilidad de proveedor.

c. Servicios sustitutos

A la facilidad con la que un comprador puede sustituir un tipo de producto o servicio por otro se le conoce como servicio sustituto, en este caso existe gran variedad de servicios alternos o diferentes a los que oferta la empresa actualmente.

d. Conocimiento de los clientes

Los clientes tienen un alto nivel de negociación sobre cada sector, ya que pueden usar diferentes elementos debidamente planteados antes de adquirir un servicio. Por ello se considera un factor muy importante para la empresa el conocimiento del cliente, ya que si posee mucho dominio sobre el tema, analizaría el mayor beneficio propio entre múltiples proveedores que le brinden la misma asistencia.

e. Costo del servicio

En este caso, el costo del servicio puede jugar un papel muy importante para que el cliente tome su decisión final. Por ello es importante establecer la mejor estrategia de precios sobre cada uno de los servicios.

El poder de negociación de los clientes, varían respecto a cada uno de los servicios, según las características de la competencia. En el caso de la parte administrativa existe un poder de negociación bajo ya que no existen empresas que lo ofrezca, sin embargo, lo que se encuentra en el mercado son diversos consultores independientes que no tienen la experiencia y responsabilidad de una empresa formalizada bajo lineamientos definidos.

Respecto a los servicios legales existe un poder de negociación alto, debido a la existencia de varios abogados y notarios que laboran de forma independiente en el sector legal, sin embargo generan cierta incertidumbre en la mayoría de los

usuarios; respecto al marketing están las agencias de publicidad, especializadas en la publicidad digital, adaptadas a las necesidades del cliente, y por ultimo está la parte tecnológica, donde tiene un poder de negociación intermedio, por la diversidad de empresas y profesionales independientes, sin embargo el cliente toma la decisión de contratar a quien cubra las necesidades de acuerdo a la calidad y presupuesto estimado.

Tomando en cuenta que los clientes que solicitan los servicios son mayormente empresas y en pocas ocasiones personas naturales, se obtuvo como resultado que GET SOLUTIONS se diferencia de la competencia por la diversificación y calidad del servicio, por ende, genera la posibilidad que aumente la fidelidad de los clientes.

1.3.2.3. Rivalidad entre los competidores.

El mercado para la empresa es bastante amplio por las características del negocio, provocando una competencia intensa entre todos los rivales³³. Cabe destacar que estos varían de acuerdo a la especialización del servicio. Por lo tanto, se necesitan de esfuerzos para posicionarse como una empresa reconocida dentro del mercado, por ende, para conseguirlo hay que enfrentar a nivel de publicidad, diferenciación de servicios, precios, términos de pago e innovaciones en la atención, para generar ventaja competitiva sobre la competencia.

El poder de rivalidad es alto, ya que otras empresas, agencias o consultores independientes tienen similitud en sus ofertas, calidad y precio en relación a los servicios de GET SOLUTIONS, para ello será necesario implementar estrategias que favorezcan el fortalecimiento de la imagen corporativa, facilidad de pago y atención personalizada.

³³ Amenaza 9: Competencia ubicada en mejor posición,

1.3.2.4. Poder de negociación de los proveedores.

Los proveedores tienen un alto nivel de negociación sobre cada sector, ya que pueden usar diferentes estrategias como el aumento de precios, cambio en la calidad o presentación de los productos o servicios.

En GET SOLUTIONS, solamente los servicios relacionados a la informática son donde hay múltiples proveedores que brindan recursos tecnológicos, herramientas y materiales para desempeñar eficientemente la atención a sus clientes. Sin embargo, estos no poseen poder de negociación para la empresa por varios motivos:

1. Existe un gran número de empresas que ofrecen los mismos productos sin ninguna distinción de funciones mejoradas o margen de oferta de acuerdo a la tendencia.
2. Los precios de los productos no varían a gran escala y no afecta el presupuesto destinado para la compra de recursos y materiales.

Para lograr el desempeño de los servicios legales, administrativos y de marketing digital no necesitan proveedores de materiales o recursos. Sin embargo, se tiene dependencia de proveedores monopolistas que proporcionan los servicios básicos de energía eléctrica, agua y teléfono tales como: DISNORTE, ENACAL y CLARO respectivamente. Puesto que son únicos en el mercado de Nicaragua y afecta en gran parte por las variaciones de precios.

En relación al servicio de internet existen diversas empresas que varían en calidad y precio. Por lo que no logran tener un alto poder de negociación, permitiendo tener la facilidad que el negocio seleccione el proveedor más conveniente.

1.3.2.5. Amenaza de productos sustitutos.

Al contar con una cartera de servicios amplia y segmentada sobre diferentes rubros, es posible tener un alto nivel de competidores en el mercado nacional e internacional, haciendo de esto una fuerza alta de los servicios sustitutos.

Servicios Administrativos.

En el ambiente de los servicios administrativos los clientes pueden contratar a consultores independientes, nuevos profesionales e instituciones educativas, todos ligados a esta rama, brindando una respuesta de acuerdo a los problemas planteados por parte del cliente, teniendo presentes que la garantía y calidad, estarían en dependencia de los conocimientos y la experiencia de cada competencia.

Servicios tecnológicos.

En el caso de los servicios tecnológicos, los clientes pueden contratar a profesionales independientes u otras empresas, tal es el caso del soporte técnico, instalaciones de redes, desarrollo de sistemas, entre otros. Algunas empresas optan por crear un departamento propio de informática. Respecto al desarrollo de sistemas integrados, muchas veces por sus altos costos de desarrollo prefieren sustituirlo por sistemas enlatados, los cuales cumplen con algunas funciones básicas, pero no a la medida de los procesos del negocio.

Servicios de Marketing Digital

En el ámbito de marketing digital existen diversas formas de sustituir este servicio, por la gran cantidad de competencia profesional en el mercado de esta profesión. Algunas empresas cuentan con departamentos de marketing o asesores independientes, quienes se encargan de hacer sus campañas publicitarias

personalizadas de acuerdo a sus propias necesidades. Por otro lado, se encuentran las empresas que optan por contratar a personas recientemente egresados en las carreras afines al marketing, teniendo en cuenta que el costo es bajo al contratar personas con poca experiencia, brindando de esta manera una solución a la situación planteada.

Servicios Legales.

En los servicios legales, los sustitutos son aquellos servicios adquiridos mediante un abogado independiente, notarios públicos o bufetes de abogados. Por lo que adquirir el servicio de este tipo de personas, genera incertidumbre y falta de seriedad, arriesgando a que no se tenga la asesoría y apoyo suficiente para alegar el caso de forma correcta.

1.3.3. Territorio de Marca.

GET SOLUTIONS está posicionada en un sector donde brinda servicios de asesorías y consultorías en el mercado. En la siguiente imagen se presentan los valores, atributos y lugares con los que la empresa requiere hacer presencia para que asocien la marca, para diferenciarse de sus competidores y establecer mejores estrategias de comunicación.

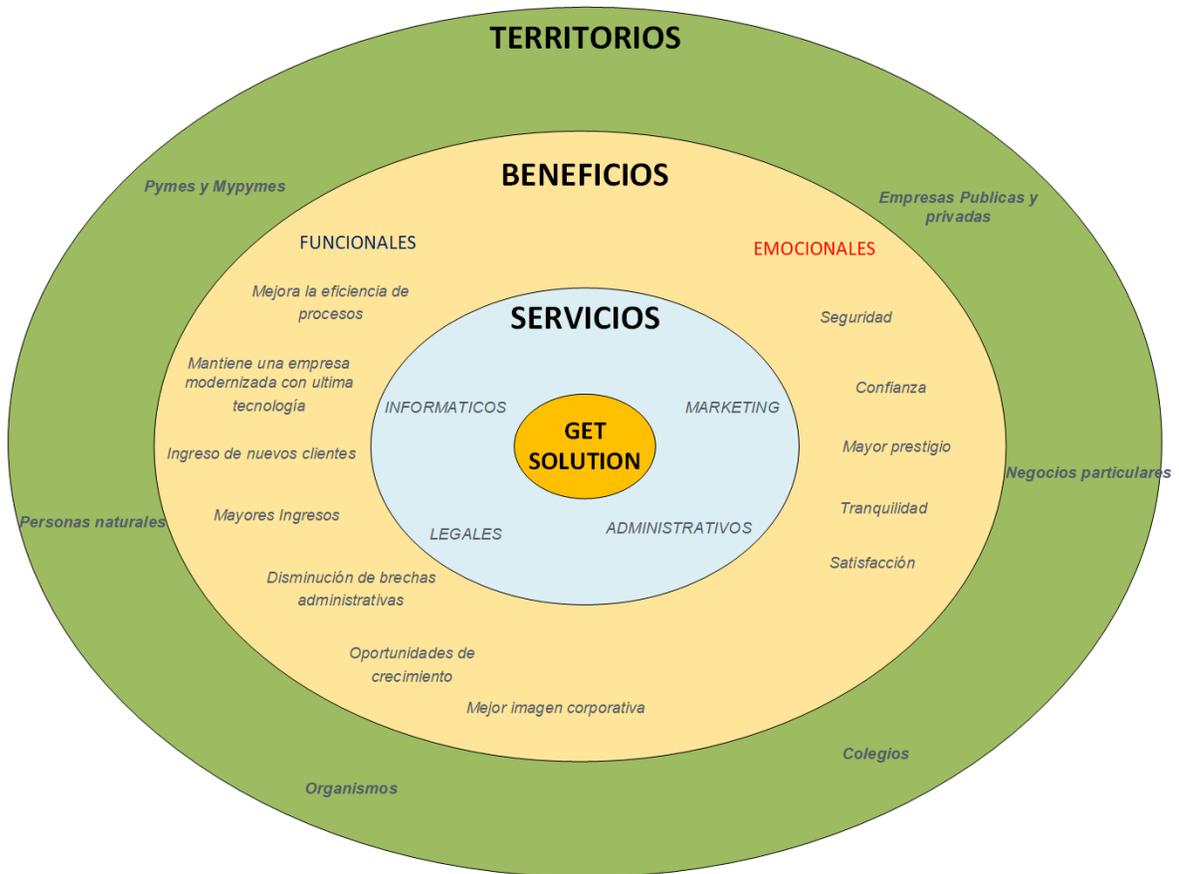


Ilustración 13: Territorio de marca GET SOLUTIONS

Fuente: Elaboración Propia

En la ilustración anterior se identifican varios círculos, en el que cada uno de ellos tiene una definición que permite identificar los territorios y percepciones con las que la empresa quiere que el cliente los asocie. Describiéndolo más específico, en el círculo de servicios se presentan cada uno de los servicios que oferta el negocio, luego en siguiente círculo de los beneficios se logran dividir en dos partes, los beneficios funcionales que son aquellos resultados que se quiere que el cliente perciba al momento de consumir un servicio y la parte emocional que son una serie de características emocionales que se quiere hacer sentir al cliente. Por último, se tiene el círculo de los territorios que son los lugares donde se quiere enfocar el negocio para hacer presencia y que los clientes que surjan puedan experimentar algunos de los factores descritos en los círculos internos.

1.3.4. Buyer Persona.

El buyer persona es un modelo ficticio del consumidor ideal para la empresa GET SOLUTIONS. Para elaborarlo se tomó en consideración los siguientes aspectos: recopilar datos personales, metas, gustos y preferencias; conocer el segmento de mercado dirigido e identificar tendencias, patrones y rasgos que posee el cliente que va a adquirir un servicio. En las siguientes ilustraciones, se muestra los parámetros definidos a la hora de encontrar al cliente perfecto:



Ilustración 14: Buyer persona. ¿Quién?

En la ilustración 14, es importante conocer quién es el cliente ideal para GET SOLUTIONS, de tal manera que tengamos más conocimiento sobre la persona, por lo que el cliente ideal es un gerente financiero, ya que esta persona es un factor clave para toda empresa ya que de él dependen las inversiones realizadas en la empresa, es por esto que se necesitan saber factores personales para dirigir las estrategias de comunicación hacia esta persona y convencerla de contratar un servicio de la empresa.

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	Byron "Gerente Financiero"	PARTE 2: QUÉ
OBJETIVOS Objetivos primarios y secundarios	5	<ul style="list-style-type: none"> Mantener la empresa lo mas rentable que pueda, libre de problemas. Controlar todos los procesos que se realicen en la empresa Su enfoque es la disminución de costos y buscar la forma de aumentar los ingresos
RETOS Retos primarios y secundarios	6	<ul style="list-style-type: none"> Tener la empresa siempre operando con la mayor rentabilidad y mínimos costos De el depende que siempre se mantenga la innovación y cambios en la empresa.
CÓMO PODEMOS AYUDAR ...para que obtenga los objetivos deseados ...para que pueda superar los retos	7	<ul style="list-style-type: none"> Brindar estudios que te permitan visionar la empresa a nuevos mercados. Dar la facilidad tecnológica para implementar innovación de procesos y seguridad de información. Asesorías y apoyos legales que guíen a la empresa a mejorar la toma de decisiones.

Ilustración 15: Buyer persona. ¿Qué?

En la ilustración 15, observamos el **que**, de la persona, es decir, los objetivos que este tiene en su rol dentro de la empresa, los retos con el que se enfrenta día a día y la forma que la empresa puede brindarle una ayuda a sus brechas presentadas.

 NOMBRE DEL BUYER PERSONA	Byron "Gerente Financiero"	PARTE 3: POR QUÉ
COMENTARIOS Ejemplos de comentarios reales sobre sus retos y objetivos	8	<ul style="list-style-type: none"> "Necesito ayuda para mejorar la operatividad de la empresa". "Requiero de un asesor legal para que me lleve un seguimiento de los aspectos legales del negocio". "Tengo la aspiración de entrar a nuevos mercados". "Quiero tener lo ultimo de tecnología en el negocio".
QUEJAS COMUNES Razones por qué no comprarían nuestro producto o servicio	9	<ul style="list-style-type: none"> Me preocupa toparme con un personal con poca capacidad. Me preocupa adquirir un servicio de asesoría que sea caro y que el resultado no sea el esperado. Temor que la información de la empresa cayera en la mano equivocada. Falta de confianza a quien dará entrada a la empresa

Ilustración 16: Buyer persona. ¿Por Qué?

En la ilustración anterior, se muestra el **¿Por qué?**, donde nos permite conocer los comentarios y quejas comunes de las brechas que presenta y la responsabilidad que recaen en él, como punto clave de la empresa para su solución.

NOMBRE DEL BUYER PERSONA	Byron "Gerente Financiero"	PARTE 4: CÓMO
MENSAJE DE MARKETING Cómo describirías la solución de tu empresa a este buyer persona.	10	<ul style="list-style-type: none">• Te brindamos la mejor solución para las necesidades de tu empresa, enfocándonos en las áreas administrativa, organizacional, legales y tecnológicas de manera efectiva y segura.
MENSAJE DE VENTAS Cómo venderías las solución a tu buyer persona	11	<ul style="list-style-type: none">• No te preocupes por los problemas, déjalo en nuestras manos y vivirás los cambios; siéntete mas allá del siglo XXI con lo ultimo en tecnología e innovación de procesos. Además de eso si necesita de un equipo que le ayude al manejo de los aspectos legales; permítanos ayudarles con nuestros servicios para darle solución a lo que usted requiere y así puede estar más tranquilo haciendo su rutina, libre de preocupación y enfocándose en vivir la vida.

Ilustración 17: Buyer persona. ¿Por Qué?

Por último, en la ilustración 17 se presenta el mensaje de marketing donde la empresa describe la forma de solución que contribuye la empresa con su cliente y en el mensaje de ventas describe la forma de vender el servicio para convencer al cliente y que pueda contratar un servicio del negocio.

El cliente ideal para GET SOLUTIONS, se define con el nombre Byron, quien tiene el cargo de gerente financiero y se encarga de velar por los problemas e intereses de la empresa. El tiempo que lleva laborando en el sitio, le brinda la confianza y autoridad para tomar decisiones. Por lo que toda la publicidad tiene que dirigirse de acuerdo al entorno que se desenvuelve, para ello se necesita saber cómo ayudarle a superar los retos que se le presente, conocer sus quejas, problemas y comentarios, para capturar su atención y presentar al negocio como una solución eficaz para sus asuntos profesionales. De esta manera la empresa prepara diferentes estrategias y escenarios donde el objetivo principal es llamar la atención de un cliente que posea este tipo de perfil y convencerlo de contratar los servicios ofertados.

1.4. Análisis de Factores Internos y Externos de GET SOLUTIONS.

1.4.1. Análisis de Ambiente Interno.

1.4.1.1. Fortalezas.

Las fortalezas que posee GET SOLUTIONS permiten tener una gran ventaja ante la competencia y contrarrestar las amenazas posibles que se presenten en el ambiente externo, de esta manera se contribuye a la implementación de estrategias que posicionan de forma favorable y competitiva del negocio. El tiempo que tiene de estar presente la empresa en el mercado, le ha permitido contar con una gran cantidad de contactos y profesionales³⁴ con el conocimiento y la capacidad para ofertar los diferentes servicios. A continuación, se presentará una lista de fortalezas identificadas del negocio:

- ❖ **F1: Presencia de la empresa durante 8 años**, innovando siempre sobre los servicios tecnológicos, legales y administrativos, con una trayectoria y experiencia acumulada durante 8 años.
- ❖ **F2: Personal experto** dentro de los rubros abarcados por la empresa para ejecutar los servicios.
- ❖ **F3: Diversificación y calidad en los servicios** respecto a los estándares, metodologías y paradigmas requeridos por los clientes a nivel nacional e internacional.
- ❖ **F4: Capacidad de brindar diferentes tipos de servicios** (informáticos, legales, administrativos y marketing)

³⁴ Oportunidad 5: Tener alianza con personas que tengan amplio conocimiento en las diferentes ramas en las que se desempeña la empresa

- ❖ **F5: Ubicación estratégica de la empresa** con facilidad de acceso a distintas zonas de la capital para brindar mejor atención a sus clientes.

- ❖ **F6: Cuenta con infraestructura adecuada para la prestación de servicios a los clientes.**

1.4.1.2. Debilidades.

En la empresa se pueden percibir muchas debilidades de acuerdo a la información recolectada en el proceso de diagnóstico, por lo que se observó que, al desempeñar diferentes tipos de servicios, se enfrentan a un mercado muy amplio con muchos competidores y no tener una buena gestión podría traer consecuencias negativas.

La falta de estrategias comerciales en la organización ha provocado tener un mercado estático, sin ningún tipo de crecimiento ni proyección. Tomando en cuenta cambios drásticos en el ambiente externo que pueden afectar de manera significativa el negocio. Además, la empresa no cuenta con una plataforma tecnológica que permita registrar, controlar y agilizar cada uno de los procesos internos para tomar decisiones.

En el siguiente apartado, se presentan las debilidades encontradas durante el proceso de diagnóstico:

- ❖ **D1: Deficiencias en los procesos de selección, reclutamiento, capacitación, evaluación e incentivos.** La empresa necesita mejorar la gestión de recursos humanos, debido a que es importante para la organización por ser el principal recurso para el desempeño de actividades.

- ❖ **D2: Dificultad para cumplir a tiempo los servicios** que los clientes solicitan

- ❖ **D3: Debilidad para conseguir fuentes de financiamiento a largo plazo**, teniendo que recurrir a la autofinanciación (reservas) para financiar su desarrollo y expansión.
- ❖ **D4: Toma de decisiones centralizadas.** Esto limita la toma de decisiones entre los encargados, aumentando la burocracia y retrasos en los procesos.
- ❖ **D5: No está formalizada la estructura organizacional**, tampoco se tienen un enfoque estratégico ni orientación al tipo de negocio. La empresa no cuenta con documentación que le permita definir el organigrama del negocio, manuales de funciones, contratos, políticas y procedimientos interno que faciliten las actividades.
- ❖ **D6: Dificultad de Planeación Estratégica**, la entidad no tiene definido un proceso sistémico o una planificación que le permita alcanzar los objetivos y metas deseadas a corto, mediano y largo plazo.
- ❖ **D7: No se realiza el control y seguimiento de las gestiones de los procesos de la organización**, sobre la prestación de los servicios, planes de mejora continua para las actividades y desempeño de los colaboradores.
- ❖ **D8: No posee un sistema de información confiable y seguro**; capaz de llevar el control y gestión de las operaciones que realiza **GET SOLUTIONS.**
- ❖ **D9: Dificultad para plantear estrategias y lineamientos comerciales** relacionados con la promoción de la empresa.
- ❖ **D10: Poca presencia y estrategias digitales**, tales como: redes sociales y web site, necesarios para promocionar y gestionar la oferta de sus servicios, teniendo en cuenta que estas son la tendencia en comercialización global.

- ❖ **D11: Desconocimiento del alcance territorial** de la empresa a la hora de direccionar los servicios ofertados.

1.4.2. Análisis de Ambiente Externos.

1.4.2.1. Oportunidades.

El propósito de este análisis es la elaboración de oportunidades que ayuden a GET SOLUTIONS a alcanzar mayor ventaja competitiva en el mercado de los servicios administrativos, marketing, legal e informáticos. Como se observa en las siguientes oportunidades, la empresa aprovecha los contactos y alianzas que tiene el gerente para disponer fácilmente de profesionales que permitan mantener una cartera de servicios diversificada en su oferta, de esta manera aumenta la participación del negocio en el mercado.

- ❖ **O1: Alianza estratégica con una red de profesionales capacitados** y en actualización constante de los avances tecnológicos, legales, administrativos y marketing digital.
- ❖ **O2: La diversificación de servicios en diferentes especialidades** permite tener un amplio mercado y aprovechar todo el potencial que tenga el segmento al que se dirige.
- ❖ **O3: La Innovación tecnológica** permite brindar mejores condiciones y recursos en los servicios orientados a la modernización y actualización continua.
- ❖ **O4: Nuevas tendencias de negocio mediante el marketing digital.**
- ❖ **O5: Aprovechamiento de contactos** y capacidad profesional de los colaboradores de la empresa.

- ❖ **O6: Incremento del comercio electrónico y publicidad vía web.**
- ❖ **O7: Aumento de la demanda de servicios** dentro de los rubros de cada segmento del mercado.
- ❖ **O8: Expandir el negocio en el territorio nacional** para brindar los servicios en todo el país.

1.4.2.2. Amenazas.

Este análisis es de gran importancia ya que proyecta las amenazas, riesgos y dificultades que puede afrontar la empresa y que afectan de manera directa el entorno de GET SOLUTIONS, limitando su desarrollo y mejor posicionamiento en el mercado.

La mayoría de las amenazas recaen por la inestabilidad económica y política en la que se encuentra el país, limitando a la empresa en mejorar sus operaciones y crecimiento continuo, para poder lograr una posición estable dentro del sector abarcado. A continuación, se detallan una serie de amenazas que se presentan para la empresa:

- ❖ **A1: Disminución de rentabilidad** que provocaría un cierre anticipado del negocio.
- ❖ **A2: Decrecimiento en el desarrollo comercial** provoca baja demanda de los servicios de parte de los clientes.
- ❖ **A3: Cambios continuos provocados por reformas de las leyes nacionales** perjudica a la empresa, provocando una mayor inversión al momento de realizar un plan de mejora continua.

- ❖ **A4: Inestabilidad Económica** provoca en la empresa una disminución sobre los ingresos y aumenta el índice de despidos de personal.

- ❖ **A5: Perdida de confianza y credibilidad de parte de clientes insatisfechos**, trae como consecuencia poca contratación de los servicios en los consumidores potenciales.

- ❖ **A6: Aumento de número de competidores**, debido a las bajas barreras de entrada al mercado.

- ❖ **A7: Inadecuada administración, organización y perfil de la empresa**, trae como consecuencia una mala gestión en la dirección, a la hora de participar en el mercado.

- ❖ **A8: Las competencias aprovechan al máximo las tecnologías y el mundo digital**: teniendo presencia en redes sociales y página web, lo que provoca que **GET SOLUTIONS** permanezca paralizada en el mercado.

- ❖ **A9: Competencias ubicada en mejor posición**, lo que repercute en una intensa rivalidad entre los competidores y fuerte posición de las marcas, afectando la participación en el mercado.

En la siguiente ilustración se presentan los factores más relevantes del resultado FODA en GET SOLUTIONS.



Ilustración 18: FODA - GET SOLUTIONS.

1.5. Evaluación de Factores Externos e Internos.

1.5.1. Matriz de Evaluación EFE.

La matriz de factores externos permite evaluar el comportamiento de las oportunidades y amenazas que posee la empresa. La evaluación se realizará mediante una puntuación asignada a cada uno de los factores descritos, considerando que la mayor oportunidad o amenaza tendrá una alta puntuación.

Tabla 4: Matriz de Evaluación EFE

	Puntuación
Amenaza Mayor	1
Amenaza Menor	2
Oportunidad Menor	3
Oportunidad Mayor	4
Media Ponderada	2.5

Fuente: Elaboración Propia.

La estimación del peso que se observa en la siguiente tabla, será asignada de manera que la sumatoria sea igual a 1, lo que corresponde al 100%. El total ponderado es obtenido de la multiplicación del peso por la puntuación asignada, si este es mayor a 2.5 será considerado apropiado. En la Tabla 6 se presenta la matriz con los factores externos valorados de la empresa.

Tabla 5: Matriz de evaluación de factores externos de GET SOLUTIONS.

	Peso	Calificación	Puntuación ponderada
AMENAZAS			
A1: Disminución de rentabilidad que provocaría un cierre anticipado del negocio.	0.042	1	0.042
A2: Decrecimiento en el desarrollo comercial provoca baja demanda de los clientes	0.35	2	0.7
A3: Cambios continuos provocados por reformas de las leyes nacionales perjudica a la empresa, provocando una mayor inversión al momento de realizar un plan de mejora continua. Tal como, el aumento en los precios tarifarios de los servicios básicos.	0.035	1	0.035
A4: Inestabilidad Económica provoca en la empresa una disminución sobre los ingresos y aumenta el índice de despidos de personal.	0.033	1	0.033
A5: Perdida de confianza y credibilidad de parte de clientes insatisfechos , trae como consecuencia poca contratación de los servicios en los consumidores potenciales.	0.041	2	0.082
A6: Aumento de número de competidores , debido a las bajas barreras de entrada al mercado.	0.045	1	0.045

<p>A7: Inadecuada administración, organización y perfil de la empresa, trae como consecuencia una mala gestión en la dirección, a la hora de participar en el mercado.</p>	0.0425	1	0.0425
<p>A8: Las competencias aprovechan al máximo las tecnologías y el mundo digital: teniendo presencia en redes sociales y página web, lo que provoca que GET SOLUTIONS permanezca paralizada en el mercado.</p>	0.045	2	0.09
<p>A9: Competencia ubicada en mejor posición, lo que repercute en una intensa rivalidad entre los competidores y fuerte posición de las marcas, afectando la participación en el mercado</p>	0.04	2	0.08
<p>OPORTUNIDADES</p>			
<p>O1: Alianza estratégica con una red de profesionales capacitados y en actualización constante de los avances tecnológicos, legales, administrativos y marketing digital.</p>	0.057	3	0.171
<p>O2: La diversificación de servicios en diferentes especialidades permite tener un amplio mercado y aprovechar todo el potencial que tenga el segmento al que se dirige.</p>	0.047	3	0.141
<p>O3: La Innovación tecnológica permite brindar mejores condiciones y recursos en los servicios orientados a la modernización y actualización continua.</p>	0.018	3	0.054

O4: Nuevas tendencias de negocio mediante el marketing digital.	0.035	3	0.105
O5: Aprovechamiento de contactos y capacidad profesional del equipo de la empresa.	0.044	4	0.176
O6: Incremento del comercio electrónico y publicidad vía web.	0.047	3	0.141
O7: Aumento de la demanda de servicios dentro de los rubros de cada segmento del mercado.	0.034	3	0.102
O8: Expandir el negocio en el territorio nacional para brindar los servicios en todo el país.	0.0453	3	0.1359
Total	1		2.18

Fuente: Elaboración propia.

Se utiliza calificación de 1 y 4 asignando mayor peso a las variables de mucha importancia. A como se puede apreciar las amenazas son: decrecimiento en el desarrollo comercial, inestabilidad económica del país, y la inadecuada administración, organización y perfil de la empresa. Por otro lado, las oportunidades de mayor importancia son las de mayor peso, tales como: tener alianza con una red de profesionales capacitados, la innovación tecnológica para mejorar las condiciones en los servicios, Incremento del comercio electrónico y publicidad web, Expandir el territorio del mercado y fortalecimiento de la imagen corporativa del negocio.

El resultado de evaluación de la matriz de factores externos, indica que la empresa no aprovecha sus oportunidades con respecto a las amenazas que están en su entorno, ya que el total ponderado es 2.18 y está por debajo de la media ponderada que tiene un valor de 2.50. Por lo que GET SOLUTIONS deberá formular estrategias que permitan prever cambios que puedan afectar al negocio.

1.5.2. Matriz de Evaluación EFI.

En la elaboración de la Matriz EFI, se tomó en cuenta las fortalezas y debilidad de GET SOLUTIONS, a fin de identificar los factores críticos de éxito internos más importantes para la empresa. Se evaluará mediante la asignación de una puntuación estimada a cada una de las fortalezas y debilidades, considerando que la mayor fortaleza y mayor debilidad tendrá un mayor peso. Los criterios de evaluación son los siguientes:

Tabla 6: Matriz de evaluación EFI

	Puntuación
Debilidad Mayor	1
Debilidad Menor	2
Fortaleza Menor	3
Fortaleza Mayor	4
Media Ponderada	2.5

Fuente:

Elaboración Propia.

Al igual que la matriz EFE, la estimación del peso será asignado de manera que la sumatoria sea igual a 1. El total ponderado será obtenido de la multiplicación del peso con la calificación, la condición establece si es mayor a 2.5 será considerado apropiado para la definición de estrategias. En la Tabla 8 se presenta la matriz de evaluación de factores internos.

Tabla 7: Matriz de evaluación de factores internos de GET SOLUTIONS.

Factores	Peso	Calificación	Puntuación ponderada
DEBILIDAD			
D1: Deficiencias en los procesos de selección, reclutamiento, capacitación, evaluación e incentivos.	0.05	1	0.05
D2: Dificultad para cumplir a tiempo los servicios.	0.04	1	0.04
D3: Debilidad para conseguir fuentes de financiamiento a largo plazo.	0.04	2	0.08
D4: Toma de decisiones centralizadas.	0.08	2	0.16
D5: No está formalizada la estructura organizacional.	0.06	1	0.06
D6: Dificultad de Planeación Estratégica	0.05	2	0.10
D7: No se realiza el control y seguimiento de las gestiones de los procesos de la organización	0.09	1	0.09
D8: No posee un sistema de información robusto, confiable y seguro	0.06	2	0.11
D9: Dificultad para plantear estrategias y lineamientos comerciales	0.06	2	0.12
D10: Poca presencia y estrategias digitales	0.05	1	0.05

D11: Desconocimiento del alcance de la empresa	0.11	2	0.22
FORTALEZA			
F1: Presencia de la empresa durante 8 años	0.05	4	0.2
F2: Personal experto	0.084	4	0.336
F3: Diversificación y calidad en los servicios	0.075	4	0.3
F4: Capacidad de brindar diferentes tipos de servicios	0.04	4	0.16
F5: Ubicación estratégica de la empresa	0.01	3	0.03
F6: Cuenta con infraestructura adecuada para la prestación de servicios a los clientes.	0.06	3	0.18
Total	1.0005		2.28

Fuente: Elaboración propia

El resultado de evaluación de la matriz de factores internos, indica que **GET SOLUTIONS** posee una posición débil en su entorno interno, sin aprovechar las fortalezas para afrontar sus debilidades, dando como resultado ponderado de 2.28 que esta por debajo del nivel de la media ponderada que tiene un valor de 2.5. En el siguiente acápite se presenta la matriz FODA y las diferentes estrategias con las que contará el negocio.

1.6. MATRIZ PEYEA.

La matriz de posición estratégica y la evaluación de la acción **PEYEA**, que se ilustra a continuación, es un instrumento más para el estudio de la situación por la que está pasando GET SOLUTIONS. Su marco se compone de cuatro cuadrantes donde indica si una estrategia es agresiva, conservadora, defensiva o competitiva.

Permitiendo evaluar cómo está asentada la empresa en el mercado. Los ejes de la matriz PEYEA representan dos dimensiones internas **Fuerzas Financieras (FF)** y **Ventajas Competitivas (VC)** y dos dimensiones externas tal como **estabilidad del ambiente (EA)** y **Fuerza de la Industria (FI)**. Estos cuatro factores son los que determinan la posición estratégica más importante para el negocio.

A continuación, se presentarán los factores y el puntaje asignado para la evaluación de acuerdo a la posición que tenga GET SOLUTIONS. En el anexo digital del archivo de Excel en la pestaña (Evaluación de factores PEYEEA), se muestra la forma de evaluación de cada factor.

Tabla 9: Factores y el puntaje asignado para la evaluación.

Fuerza Financiera (FF)	Calificación	Estabilidad del Ambiente (EA)	Calificación
Rendimiento sobre la inversión	2	Cambios tecnológicos	2
Apalancamiento	2	Tasa de inflación	3
Liquidez	2	Variabilidad de la demanda	5
Capital de trabajo	1	Escala de precios de productos competidores	2
Flujos de efectivo	2	Barreras para entrar en el mercado	3
Facilidad para salir del mercado	4	Presión competitiva	1
Riesgos implícitos del negocio	2	Elasticidad de la demanda	1
Rotación de Inventarios	4		0

Economía de escala y experiencia	2	Presión de productos sustitutos	
Ventaja Competitiva (VC)	Calificación	Fuerza de la Industria (FI)	Calificación
Participación en el mercado	4	Potencial de crecimiento	3
Calidad del servicio	3	Potencial de utilidades	3
Ciclo de vida del servicio	3	Estabilidad financiera	1
Lealtad de los clientes	1	Conocimientos tecnológicos	3
Utilización de la capacidad de la competencia	4	Aprovechamiento de recursos	3
Conocimientos tecnológicos	3	Intensidad de capital	1
Control sobre los proveedores y distribuidores	3	Facilidad para entrar en el mercado	3
Velocidad de introducción de nuevos servicios	3	Productividad, aprovechamiento de la capacidad	3
		Poder de negociación de los productores	2

Fuente: Elaboración Propia

Una vez obtenida la evaluación de cada uno de los factores se calculará el promedio de cada factor establecido. Cabe destacar que para los factores (EA, FI) se encuentran valorados positivamente, sin embargo, al tener el promedio se restará por -6 de acuerdo al procedimiento promedio para factores negativos, teniendo los siguientes resultados:

Tabla 80: Promedio por factor establecido

Fuerza Financiera (FF)	Estabilidad del Ambiente (EA)
2.33	-3.875
Ventaja Competitiva (VC)	Fuerza de la Industria (FI)
-3	2.44

Fuente: Elaboración propia

Luego se sumarán los resultados de cada eje según al que pertenezca cada factor. En el eje X se encuentran (VC, FI) y el eje Y se encuentran (FF, EA), obteniendo las coordenadas donde se trazaré el vector que indica el cuadrante del tipo de estrategia recomendada para GET SOLUTIONS.

X	2.44	-3	=	-0.56
Y	2.33333333	-3.875	=	-1.54167

El grafico resultante luego de procesar la matriz PEYEA se puede visualizar en la siguiente imagen:

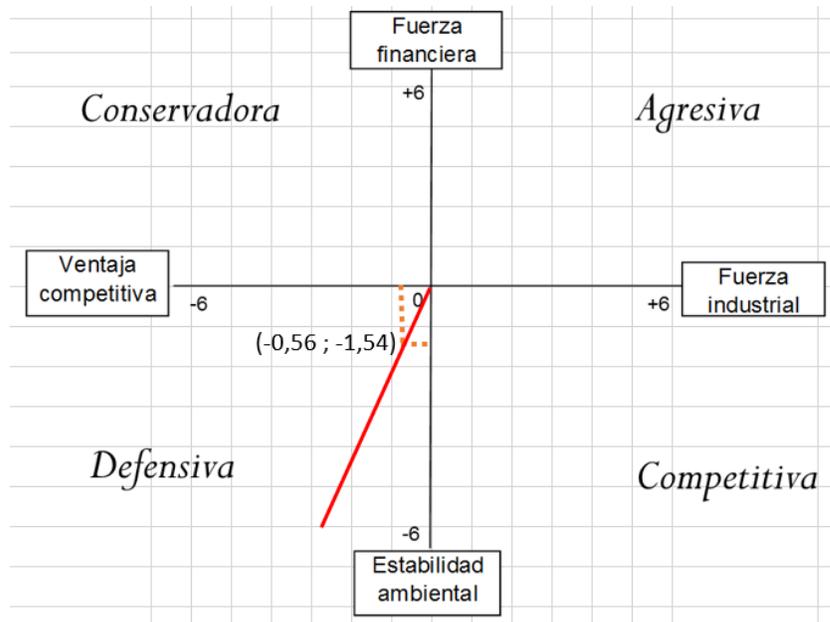


Ilustración 19: Matriz PEYEA

Fuente: Elaboración Propia

Según el gráfico anterior GET SOLUTIONS tiene una posición defensiva en el mercado. Esta situación se debe a diferentes factores, algunos de estos son: el exceso de competencia que hay en los sectores abarcados por el negocio, la situación inestable del país y los problemas internos, los cuales repercuten en la situación actual y la forma de brindar los servicios y atención al cliente. Por lo que se sugiere que la empresa se concentre en superar las debilidades internas y establezca estrategias para evitar las amenazas externas.

1.7. Análisis Estructural del FODA.

En el proceso de planeación estratégica para la empresa se utilizará la matriz FODA, ya que es una herramienta analítica donde se tendrá como resultado un diagnóstico preciso de los factores internos y externos evaluados, el cual tiene como objetivo la formulación de estrategias que ayuden a alcanzar los nuevos objetivos planteados para la nueva etapa de la empresa.

1.7.1. Matriz FODA.

En el análisis de la situación actual de la empresa se tomaron elementos que se combinan en la matriz de impacto cruzado, el cual se ubican las máximas fuerzas o debilidades en relación a las oportunidades y amenazas permitiendo la creación de estrategias maximaxi, minimaxi, maximini y minimini. En la tabla siguiente se presenta el análisis FODA, para realizar una evaluación mediante la matriz de motricidad-dependencia que determina la relación que existe entre cada estrategia planteada, mediante valores que generan la zona de motricidad.

Tabla 9: Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		<p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">FACTORES EXTERNOS</p>	
F2: Personal experto	D2: Dificultad para cumplir a tiempo los servicios.		
F3: Diversificación y calidad en los servicios	D3: Debilidad para conseguir fuentes de financiamiento a largo plazo.		
F4: Capacidad de brindar diferentes tipos de servicios	D4: Toma de decisiones centralizadas.		
F5: Ubicación estratégica de la empresa	D5: No está formalizada la estructura organizacional		
F6: Cuenta con infraestructura adecuada para la prestación de servicios a los clientes.	D6: Dificultad de Planeación Estratégica		
	D7: No se realiza el control y seguimiento de las gestiones de los procesos de la organización		
	D8: No posee un sistema de información confiable y seguro		
	D9: Dificultad para plantear estrategias y lineamientos comerciales		
	D10: Poca presencia y estrategias digitales		
	D11: Desconocimiento del alcance territorial		
OPORTUNIDADES	Estrategias ofensivas: F-O (Maxi,Maxi)	Estrategias adaptativas: D-O (Mini,Maxi)	
O1: Alianza estratégica con una red de profesionales capacitados y en actualización constante de los avances tecnológicos, legales, administrativos y marketing digital.	E1: Ampliar el mercado mediante la apertura de sucursales a nivel nacional en departamentos de mayor índice comercial. (F1,F2, F3, F4, O1, O2, O7, O8)	E3: Definir la imagen corporativa y perfil estrategico de la empresa orientada a posicionar el nombre como marca, proyectando el crecimiento del negocio. (D4, D5, D6, D10, D11, O1, O3)	
O2: La diversificación de servicios en diferentes especialidades permite tener un amplio mercado y aprovechar todo el potencial que tenga el segmento al que se dirige.	E2: Crear un plan de marketing digital para fortalecer la marca y alianzas de la empresa, ofertar los servicios y tener más presencia en plataformas digitales.(F1, F2, F3, F4, F6, O1, O2, O3, O6, O7)	E4: Establecer formalmente la organización del negocio, documentación, manuales de procedimientos y políticas.(D5, D7, D8, O5)	
O3: La Innovación tecnológica permite brindar mejores condiciones y recursos en los servicios orientados a la modernización y actualización continua.		E5: Diseñar e implementar un plan de gestion de recursos humanos para la administracion de la empresa (D1, D6, D7, O1, O5)	
O4: Nuevas tendencias de negocio mediante el marketing digital		E6: Implementar infraestructura mediante las TIC para mejorar la gestion de los procesos internos. (D2, D9, D10, O3, O5)	
O5: Aprovechamiento de contactos y capacidad profesional del equipo de la empresa		E7: Fortalecer la imagen de la empresa para fidelizar y captar clientes potenciales (D3, O1, O5)	
O6: Incremento del comercio electrónico y publicidad vía web.			
O7: Aumento de la demanda de servicios dentro de los rubros de cada segmento del mercado.			
O8: Expandir el negocio en el territorio nacional para brindar los servicios en todo el país.			

PLAN ESTRATÉGICO PARA GET SOLUTIONS.

AMENAZAS	Estrategias reactivas: F-A (Maxi,Mini)	Estrategias defensivas: D-A (Mini,Mini)
A1: Disminución de rentabilidad que provocaría un cierre anticipado del negocio.	E8: Diseñar un plan de mejora continua orientado a la innovación y actualización de infraestructura, equipamientos, procesos, sistemas y capacitaciones, para prestar mejor servicio y fidelizar al cliente (F1, F2, F3, F4, A3, A4, A5, A6, A7, A8)	E12: Elaborar documentación legal y de soporte de cada uno de los servicios prestados, definiendo estrategias orientadas a gestionar reclamos y ejecución de cada servicio. (D3, D4, D6, D9, A5, A7)
A2: Decrecimiento en el desarrollo comercial provoca baja demanda de los clientes		
A3: Cambios continuos provocados por reformas de las leyes nacionales perjudica a la empresa, provocando una mayor inversión al momento de realizar un plan de mejora continua. Tal como, el aumento en los precios tarifarios de los servicios básicos.	E9: Gestionar recursos financieros destinados a la búsqueda de nuevos clientes y socios para fortalecer la imagen de la empresa. (F2, F5, F6, A1, A2, A4)	E13: Implementar un manual de atención al cliente donde se establezcan mecanismos para mejorar la calidad de los servicios y mitigar los factores externos que puedan amenazar la estabilidad de Get Solutions.(D2, D5, D6, D7, D8, A5,A6)
A4: Inestabilidad Económica provoca en la empresa una disminución sobre los ingresos y aumenta el índice de despidos de personal.	E10: Aprovechar las herramientas digitales para elaborar campañas publicitarias de manera que se tenga más alcance y se consigan nuevos clientes.(F2, F4, F6, A6, A8)	E14: Implementar la metodología AIDA como una filosofía del negocio, con la finalidad de atraer nuevos clientes y fortalecer la relación con los que adquieren mayormente los servicios.(D2, D4, D5, D6, D7, D10, D11, D12, A1, A2,A5, A6, A8, A9)
A5: Pérdida de confianza y credibilidad de parte de clientes insatisfechos, trae como consecuencia poca contratación de los servicios en los consumidores potenciales.	E11: Promover los servicios en los cuales el negocio tiene gran especialidad, para crear necesidades en las empresas y generar mayor demanda.(F1, F2, F3, F4, A5, A6, A9)	E15: Establecer un plan y políticas que reduzcan el impacto generado por la inestabilidad política, económica y surgimiento de nuevos negocios (D3, D6, A3, A4)
A6: Aumento de número de competidores, debido a las bajas barreras de entrada al mercado.		E16: Crear un plan financiero para administrar los recursos de la empresa y mitigar el impacto negativo generado por diversos cambios externos(D3, D4, A2, A3, A4)
A7: Inadecuada administración, organización y perfil de la empresa, trae como consecuencia una mala gestión en la dirección, a la hora de participar en el mercado.		
A8: Las competencias aprovechan al máximo las tecnologías y el mundo digital: teniendo presencia en redes sociales y página web, lo que provoca que GET SOLUTION permanezca paralizada en el mercado.		
A9: Competencia ubicada en mejor posición, lo que repercute en una intensa rivalidad entre los competidores y fuerte posición de las marcas, afectando la participación en el mercado		

Fuente: Elaboración propia

Según el Análisis FODA, resultaron 16 estrategias, de las cuales se seleccionarán todas aquellas que cumplan con los objetivos que establecerá GET SOLUTIONS y direccionen el negocio hacia una posición más competitiva y de mayor rentabilidad. Mediante la matriz de impacto cruzado, se establecerá la matriz de motricidad-dependencia para conocer la relación entre las estrategias e implementar las que tengan mayor motricidad.

1.8. Matriz de impacto cruzado.

En la siguiente tabla se presenta la puntuación según el grado de importancia y prioridad que tienen las estrategias, para darle solución a la problemática planteada en el presente estudio. Los valores para la medición son los siguientes:

Tabla 10: Valor de ponderación de matriz de motricidad.

	VALOR
Sin relación	0
Relación de influencia baja	1
Relación de influencia media	2
Relación de influencia alta	3

En este caso se realizó el análisis de la dependencia que hay entre las diferentes estrategias y el nivel de motricidad de estas, resultando lo que se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 11: Matriz de Motricidad-Dependencia

ELEMENTOS DEL SISTEMA																	MOTRICIDAD	
0	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	Absoluta	Relativa
E1	0	1	1	1	2	3	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	15	6%
E2	2	0	1	1	3	3	2	1	3	1	0	1	1	0	0	3	22	8%
E3	3	1	0	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	24	9%
E4	3	0	1	0	3	3	1	2	1	0	2	3	3	2	0	1	25	10%
E5	0	0	1	2	0	0	0	1	0	0	0	3	0	0	1	1	9	3%
E6	2	1	1	1	0	0	1	2	0	3	2	2	1	1	0	1	18	7%
E7	1	2	2	0	0	1	0	0	2	1	2	1	2	1	1	1	17	6%
E8	1	0	1	1	1	2	2	0	1	1	1	1	1	0	0	1	14	5%
E9	1	0	0	0	1	1	1	2	0	2	2	0	1	0	1	1	13	5%
E10	1	0	2	1	0	2	2	1	2	0	2	1	0	1	1	1	17	6%
E11	2	2	1	0	3	1	1	1	3	1	0	0	1	2	2	0	20	8%
E12	0	0	1	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	2	3	1	11	4%
E13	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	1	3	1	12	5%
E14	1	2	0	1	0	2	1	1	1	0	0	0	2	0	2	0	13	5%
E15	0	0	0	0	2	3	0	0	1	0	2	2	0	0	0	0	10	4%
E16	1	2	1	1	2	2	0	1	1	1	3	2	2	0	3	0	22	8%
Absoluta	19	12	14	11	22	25	15	14	19	12	20	18	15	13	19	14	262	
Relativa	7%	5%	5%	4%	8%	10%	6%	5%	7%	5%	8%	7%	6%	5%	7%	5%		100%
DEPENDENCIA																		

Fuente: Elaboración Propia.

En la tabla anterior se puede observar que la estrategia E6 tiene mayor dependencia seguidas de la E5, E11, E1, E9, E12, E15, E7 y E13 superior al promedio. Estas estrategias tienen más calificación de dependencia ya que están orientadas a definir la imagen corporativa, formalizar todo respecto a la organización y documentación, diseñar planes de mejora en innovación tecnológica, procesos y equipos para enfrentar la inestabilidad política y surgimiento de nuevos negocios en el país, promover los servicios de mayor demanda, aprovechando las herramientas digitales para mejorar la experiencia de los clientes y contar con una filosofía innovadora que garantice la atracción de nuevos clientes.

Luego de encontrar los valores en la matriz de impacto cruzado, se procederá a la construcción de la matriz de Motricidad-Dependencia, donde se determinará el Área Motriz de las estrategias tal como lo muestra la ilustración 20.

1.9. Determinación del área motriz.

Una vez realizada la suma algebraica en los ejes horizontales y verticales de las puntuaciones en la matriz Motricidad-Dependencia, los resultados servirán de indicador para determinar la relación existente entre cada estrategia. A continuación, se presentan los valores de las estrategias de cada cuadrante:

Tabla 12: Tabla de Dependencia – Motricidad.

VARIABLES	DEPENDENCIA	MOTRICIDAD
E1	7.3%	5.7%
E2	4.6%	8.4%
E3	5.3%	9.2%
E4	4.2%	9.5%
E5	8.4%	3.4%
E6	9.5%	6.9%
E7	5.7%	6.5%
E8	5.3%	5.3%
E9	7.3%	5.0%
E10	4.6%	6.5%
E11	7.6%	7.6%
E12	6.9%	4.2%
E13	5.7%	4.6%
E14	5.0%	5.0%
E15	7.3%	3.8%
E16	5.3%	8.4%

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente gráfico se puede ver la motricidad de cada una de las estrategias que serán estudiadas para luego ser seleccionadas.

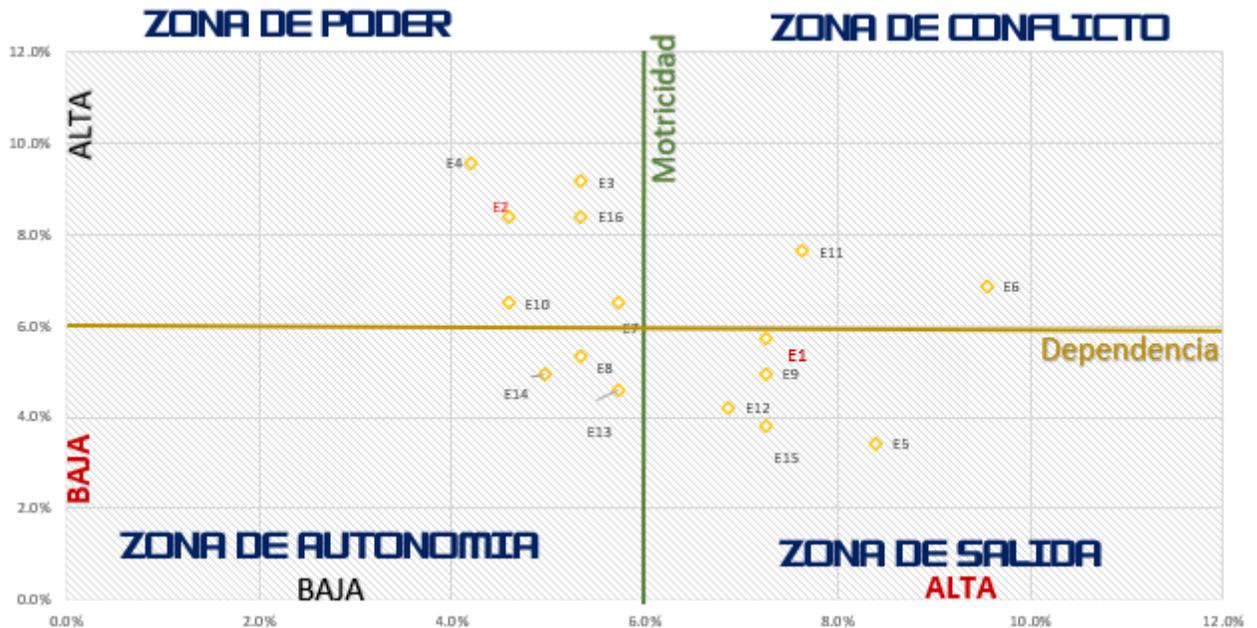


Ilustración 20: Área Motriz.

Fuente: Elaboración Propia.

Donde:

I Cuadrante	Conflicto: Alta motricidad y Alta dependencia
II Cuadrante	Poder: Alta motricidad y Baja dependencia
III Cuadrante	Autonomía: Baja motricidad y Baja dependencia
IV Cuadrante	Salida: Baja motricidad y Alta dependencia

En la Ilustración 20, se puede observar que en el cuadrante IV existe cuatro estrategias, la que tiene una **baja motricidad y alta influencia**; en el cuadrante III se ubicaron ocho estrategias, de las cuales por la importancia que tiene cada una de esta debe ser seleccionada porque en este cuadrante tiene **alta motricidad y alta influencia**. En el cuadrante II conocido como zona de poder hay **alta motricidad y baja influencia**, por lo cual no se ubicó ninguna estrategia y en el cuadrante I de **baja motricidad y baja influencia** se ubicaron tres estrategias.

1.10. Selección de estrategias a implementar en GET SOLUTIONS.

La selección de las estrategias se realizará contraponiendo las fortalezas y debilidades contra las oportunidades y amenazas, lo que proporcionará estrategias dirigidas al aprovechamiento de las fortalezas y oportunidades de la empresa, así como la reducción de debilidades y establecer medidas preventivas ante las posibles amenazas. En el siguiente gráfico se muestran los principales factores que se tomarán en cuenta al seleccionar las estrategias, donde se visualiza la influencia que el sistema ejerce en cada elemento, los niveles de motricidad y dependencia que hay entre todas las estrategias.

En el siguiente grafico 18, se visualiza la influencia que el sistema ejerce en cada elemento, los niveles de motricidad y dependencia que hay en cada uno de los cuadrantes y las bases sobre las que se seleccionarán las diferentes estrategias.

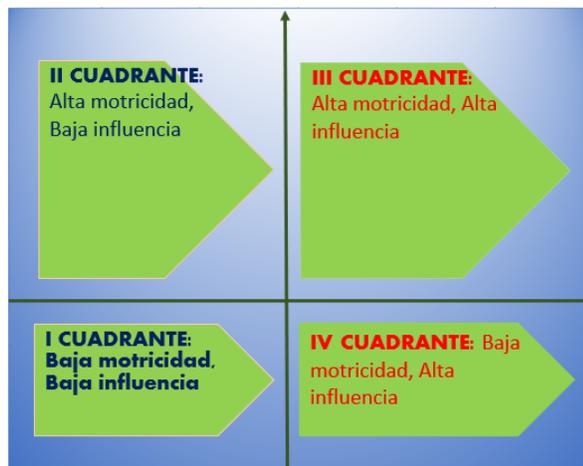


Ilustración 21: Influencia y motricidad de cada uno de los elementos del sistema.

Cuadrante I: En esta zona se produce baja influencia del sistema sobre el elemento y baja influencia del elemento sobre el sistema. Por lo tanto, la estrategia E8 ayudará con el diseño de un plan de mejora continua orientado a los recursos tecnológico que ocupará la empresa. E13 proporcionará en la implementación de un manual de atención al cliente, estableciendo controles y mecanismo para mejorar la calidad de los servicios y mitigar cualquier riesgo que puedan afectar la

rentabilidad del negocio. La estrategia E14 establecerá una metodología de marketing digital con la finalidad de captar nuevos clientes, lo que generará mayor demanda de los servicios. A continuación, se describe las estrategias a implementar en este cuadrante:

- **E8:** Diseñar un plan de mejora continua orientado a la innovación y actualización de infraestructura, equipamientos, procesos, sistemas y capacitaciones, para prestar mejor servicio y comodidad al cliente.
- **E13:** Implementar un manual de atención al cliente donde se establezcan mecanismos para mejorar la calidad de los servicios y mitigar los factores externos que puedan amenazar la estabilidad de GET SOLUTIONS
- **E14:** Implementar la metodología AIDA como una filosofía del negocio, con la finalidad de atraer nuevos clientes y fortalecer la relación con los que adquieren mayormente los servicios.

Cuadrante II: Este cuadrante constituye, alta influencia del sistema hacia el elemento y baja influencia del elemento hacia el sistema, es decir que si su aplicación se ejecuta obtendrán fuertes impactos en los demás elementos del sistema, por eso se denomina zona de poder. En este cuadrante se posicionan las estrategias E2, E3, E4, E7, E10 y E16 de las cuales la E3, E4, E7 son de gran relevancia para la gestión de la empresa, ya que se implementa la definición y formalización del negocio; y de ellas depende el desempeño del resto de estrategias correctamente. Respecto a la E2 es fundamental para ofertar los servicios en el mercado y tener gran reconocimiento del negocio. De igual forma la E10 le proporcionará a la empresa, tener un control y seguimiento acerca de las campañas digitales, con la finalidad de captar nuevos clientes. Por último, se tiene la E16 que consiste en crear un plan financiero para administrar adecuadamente los recursos de la empresa, con el fin de mitigar el impacto negativo, causado por

diversos cambios externos. A continuación, se describen las estrategias a implementar.

- **E2:** Crear un plan de marketing digital para fortalecer la marca de la empresa, ofertar los servicios y tener más presencia en plataformas digitales.
- **E3:** Definir la imagen corporativa y perfil estratégico de la empresa orientada a posicionar el nombre como marca, proyectando el crecimiento del negocio.
- **E4:** Establecer formalmente la organización del negocio, documentación, manuales de procedimientos y políticas.
- **E7:** Fortalecer la imagen de la empresa para fidelizar y captar clientes potenciales.
- **E10:** Aprovechar las herramientas digitales para elaborar campañas publicitarias de manera que se tenga más alcance y se consigan nuevos clientes.
- **E16:** Crear un plan financiero para administrar los recursos de la empresa para mitigar el impacto negativo generado por diversos cambios externos

Cuadrante III: Este cuadrante constituye, alta influencia del sistema hacia el elemento y alta influencia del elemento hacia el sistema. En este caso hay dos estrategias establecidas, pero no se tomarán en consideración en vista de que todas las líneas estratégicas que se sitúan dentro de este cuadrante, tienden a causar efecto negativo.

Cuadrante IV: Este cuadrante constituye baja influencia del sistema hacia el elemento y alta influencia del elemento hacia el sistema. Por tanto, existe cinco estrategias, de las cuales solo se seleccionaron una. E1 que ayudará a expandir el mercado de la empresa inaugurando nuevas sucursales a nivel nacional en departamentos de mayor índice comercial. Las estrategias E5, E9, E12 y E15 se podrán implementar a futuro, en vista que existen estrategia que deben tiene mayor grado de implementación. A continuación, se describe la estrategia establecida en este cuadrante:

- **E1:** Ampliar el mercado mediante la apertura de sucursales a nivel nacional en departamentos de mayor índice comercial.

En el análisis anterior, se presentan todas las estrategias ubicadas en cada cuadrante, que ayudarán a la formalización del negocio, contar con toda la documentación para la gestión, que permita fortalecer los servicios y aumente la oferta, para cubrir la demanda en cualquiera de los sectores del negocio. Esto permitirá tener alianzas estratégicas y contar con equipamiento que contribuyan con la prestación de servicios, atención y satisfacción de los clientes. También se optimizarán los recursos del negocio sin bajar la calidad de atención. Por lo tanto, se seleccionaron algunas estrategias de todos los cuadrantes para su implementación. Sin embargo, la mayoría de estas se encuentran en el cuadrante II que corresponde a la zona de poder.

Capítulo II: Estrategias Corporativas



2.1. Enunciados Estratégicos.

En la sección siguiente, se definen los objetivos estratégicos y específicos que se relacionan con cada una de las estratégicas seleccionadas que servirán como mecanismo de validación para su cumplimiento en el negocio. La definición de estos, sirve para alcanzar las metas y estrategias durante el periodo de vigencia que tiene dicho plan. Los objetivos estratégicos determinados son los siguientes:

Tabla 13: Objetivos estratégicos de GET SOLUTIONS.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Fortalecer la gestión administrativa, comercial y tecnológica de la empresa, para obtener una posición competitiva en todos los sectores del mercado, por su calidad, diferenciación rentabilidad y efectividad.

Consolidar a GET SOLUTIONS en el mercado como una empresa innovadora, que cuenta con recursos, documentación de soporte para su gestión comercial y mecanismos de control y seguimiento efectivo para su administración.

Liderar el mercado de servicios tecnológicos, administrativos, marketing y legales a nivel nacional, utilizando tecnologías y plataformas digitales que impacten en la modernización, efectividad y rentabilidad de sus servicios a nivel regional.

Fuente: Elaboración propia.

El primer objetivo estratégico se definió con la finalidad que el negocio GET SOLUTIONS sea líder en el mercado, mediante la diferenciación y calidad de los servicios que ofrece, creando la necesidad en empresas estatales y privadas para aumentar la demanda de servicios, lo que permitirá que el negocio alcance su máxima rentabilidad.

El segundo objetivo se estableció con la finalidad de mejorar la gestión administrativa y comercial y tecnológica, en vista que formalizará la organización de la empresa, se diseñará la documentación formal para el control y seguimiento de actividades y así tener mejor posición en el mercado.

En el último objetivo con ayuda de la tecnología implementada en el negocio, permitirán realizar diferentes campañas publicitarias mediante plataformas digitales para conectarse directamente con los clientes. El uso de las redes sociales y sitio web son de gran impacto en vista que servirán para informar sobre los servicios, ofertas especiales y permitirán que se compartan experiencias; el objetivo es que el negocio se sitúe en la mente del consumidor para la próxima vez que necesite algún servicio, haciendo una interacción de forma rápida y sencilla.

Como se observa en la siguiente tabla se han integrado las estrategias con cada uno de los objetivos, para definir las acciones que se llevarán a cabo con el plan a corto, mediano y largo plazos.

Tabla 14: Objetivos estratégicos vs estrategias de GET SOLUTIONS

OBJETIVOS ESTRATEGICOS VS ESTRATEGIAS DE GET SOLUTION	
OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ESTRATEGIAS
Fortalecer la gestión administrativa, comercial y tecnológica de la empresa, para obtener una posición competitiva en todos los sectores del mercado, por su calidad, diferenciación rentabilidad y efectividad.	E3: Definir la imagen corporativa y perfil estratégico de la empresa orientada a posicionar el nombre como marca, proyectando el crecimiento del negocio.
	E4: Establecer formalmente la organización del negocio, documentación, manuales de procedimientos y políticas.
	E16: Crear un plan financiero para administrar los recursos de la empresa para mitigar el impacto negativo generado por diversos cambios externos

<p>Consolidar a GET SOLUTION en el mercado como una empresa innovadora, que cuenta con recursos, documentación de soporte para su gestión comercial y mecanismos de control y seguimiento efectivo para su administración.</p>	<p>E7: Fortalecer la imagen de la empresa para fidelizar y captar clientes potenciales</p>
	<p>E13: Implementar un manual de atención al cliente donde se establezcan mecanismos para mejorar la calidad de los servicios y mitigar los factores externos que puedan amenazar la estabilidad de GET SOLUTION</p>
	<p>E14: Implementar la metodología AIDA como una filosofía del negocio, con la finalidad de atraer nuevos clientes y fortalecer la relación con los que adquieren mayormente los servicios</p>
<p>Liderar el mercado de servicios tecnológicos, administrativos, marketing y legales a nivel nacional, utilizando tecnologías y plataformas digitales que impacten en la modernización, efectividad y rentabilidad de sus servicios a nivel regional.</p>	<p>E2: Crear un plan de marketing digital para fortalecer la marca y alianzas de la empresa, ofertar los servicios y tener más presencia en plataformas digitales</p>
	<p>E8: Diseñar un plan de mejora continua orientado a la innovación y actualización de infraestructura, equipamientos, procesos, sistemas y capacitaciones, para prestar mejor servicio y comodidad al cliente</p>
	<p>E1: Ampliar el mercado mediante la apertura de sucursales a nivel nacional en departamentos de mayor índice comercial.</p>
	<p>E10: Aprovechar las herramientas digitales para elaborar campañas publicitarias de manera que se tenga más alcance y se consigan nuevos clientes.</p>

Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en la tabla anterior, los objetivos están dirigidos a fortalecer la gestión administrativa y comercial, consolidar la documentación de soporte de todos los procesos para su gestión comercial y liderar en el mercado de servicios con tecnologías innovadoras para lograr que la empresa alcance una posición

competitiva en el mercado. A continuación, se propone el perfil estratégico acorde a las estrategias seleccionadas. Cabe señalar que este perfil propuesto se desarrollará para incentivar a la implementación de dicho plan y dependerá de la institución si es tomada en cuenta o se contará con algún experto externo para su implementación.

2.2. Propuesta de filosofía Estratégica de la empresa.

2.2.1. Misión.

La diversificación y amplia oferta de servicios, la calidad y la atención personalizada del cliente, serán elementos diferenciadores de **GET SOLUTIONS**, lo que garantizará el éxito de su misión. A continuación, se describe la propuesta de misión para la empresa:

“Prestar servicios de alta calidad y confiabilidad a nuestros clientes, basados en principios de confidencialidad, respeto y eficiencia, enfocándonos en una atención integral, en las ramas de administración, marketing, tecnología y aspectos legales.”

2.2.2. Visión

En base al diagnóstico, se logró identificar la necesidad de posicionar la empresa como líder en el mercado, ofertando diferentes servicios con los más altos niveles de calidad y responsabilidad. Por lo que se ha definido el siguiente lineamiento como **visión** del negocio:

“Ser reconocida a nivel regional por parte de clientes, empleados y proveedores, como una empresa líder en prestación de servicios, satisfaciendo cada uno de los requerimientos y expectativas de los mismos.”

2.2.3. Valores

Honestidad: La honestidad será un factor relevante en los servicios administrativos, tecnológicos y legales, ya que está ligada a cualquier asunto dentro de los servicios que ofrece la empresa, en vista que se gestiona información y comunicación sobre asuntos confidenciales de los clientes.

Responsabilidad. Los empleados, colaboradores y proveedores de la empresa, trabajaran basado en un profundo sentido de responsabilidad, garantizando seguridad y efectividad en los servicios.

Orientación al servicio: Capacidad de todos los empleados de la empresa, para satisfacer las necesidades de los clientes, esforzándose por conocer sus necesidades, gustos y preferencias.

Trabajo en equipo: Se hará para conseguir armonía en el trabajo individual, que conlleva a cumplir las metas grupales y que exista una adecuada comunicación y coordinación.

Profesionalismo y excelencia: Añadir valor a los servicios prestados con creatividad, innovación, buscando la mejora continua para brindar la mejor solución.

Calidad: Capacidad de medir y mejorar nuestros procesos continuamente, superando las expectativas de los clientes.

Respeto: Fomentar un trato efectivo entre dos empleados que permita un clima laboral agradable y de mayor cooperación.

2.2.4. Principios.

Confiabilidad: La información de gestión de los clientes, proveedores y demás colaboradores, debe ser protegida y regulado su acceso.

Ética: Normas de comportamiento legal y moral aceptadas, aplicadas en las empresas.

Servicio al cliente: motivar una cultura de servicio orientada al cliente, brindando una excelente atención por medio de un equipo competente y comprometido, para satisfacer las necesidades y expectativas.

Modernización tecnológica: Innovar en los procesos con apoyo de las tecnologías para la prestación de los servicios, de igual forma conducir a la modernización de sus clientes, para garantizar la productividad y el permanente control de los procesos, con la máxima claridad y flexibilidad.

2.2.5. Organigrama Propuesto

Como se observa en el organigrama de la Ilustración 22, la empresa tendrá una organización simple, donde se contará con personal que posean contratos por tiempo definido e indefinido. Algunos de estos cargos se contratarán inicialmente por tiempos definidos, el resto de los cargos se contratarán en dependencia de las necesidades y capacidad financiera del negocio de forma temporal.

GET SOLUTIONS tendrá una estructura vertical, donde la delegación de la autoridad será de arriba hacia abajo y los lineamientos de la empresa estarán en función del Gerente General. Cabe señalar que los cargos que se contratarán luego de la implementación de las estrategias son los que se presentan en la ilustración 21, en vista que estas dependencias son de gran importancia para poder implementar dicho plan bajo la nueva forma de trabajo y procesos.

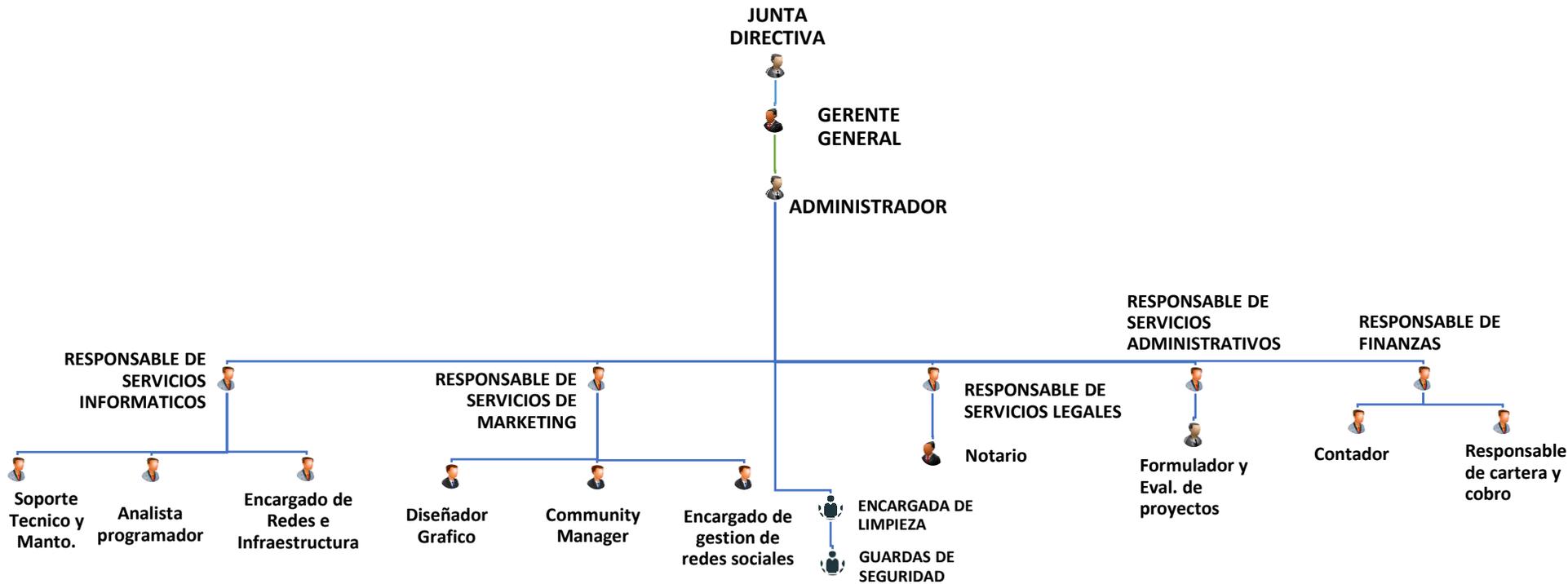


Ilustración 22: Organigrama propuesto para GET SOLUTIONS

Fuente: Elaboración propia

2.2.6. Fichas Ocupacionales.

Se realizó una propuesta de fichas ocupacionales en base al nuevo organigrama planteado, con la finalidad que la empresa cuente con una base referente a los requerimientos que debe cumplir la persona que se requiera para cada uno de los cargos. Cabe destacar que estos puestos de trabajo deben de estar definidos, aunque no se necesite de manera permanente dentro del negocio. **Ver Anexo 7: fichas ocupacionales propuestas.**

Capítulo III: Plan de Acción de GET SOLUTIONS



3.1. Actividades por estrategias

En GET SOLUTIONS es de alta prioridad implementar las estrategias que han sido planteadas, a fin de garantizar la rentabilidad y sostenibilidad del negocio. A partir de esto, se pretende obtener un aumento sobre las utilidades. Para garantizar el cumplimiento de los objetivos, trabajaran el administrador, colaboradores y empleados de cada área involucrada y los encargados del desarrollo y ejecución del plan estratégico, por lo que la implementación conlleva a tomar decisiones que generan gran impacto.

GET SOLUTIONS es una empresa pequeña con un gran potencial, por lo tanto, debe buscar alternativas para su formalización y posicionamiento, con esto se busca tener un nivel alto de rentabilidad a corto plazo. Por lo que las estrategias seleccionadas están orientadas en el siguiente orden: **Fortalecimiento, Consolidación y liderazgo.**

En este acápite se desarrolla cada una de las estrategias que forman parte del Plan Estratégico, en relación al orden de los objetivos estratégicos. A continuación, se presenta detalladamente cada una de las estrategias en el orden del cumplimiento de cada objetivo.

Estrategia 3.

“E3: Definir la imagen corporativa y perfil estratégico de la empresa orientada a posicionar el nombre como marca, proyectando el crecimiento del negocio”

Una vez establecida la marca, ayudará a que la empresa sea reconocida y valorada en gran medida por los clientes, lo que se traducirá en mayor rentabilidad y ocupar una posición competitiva en mercado de servicios.

Tabla 15: Líneas de Acción, recursos e indicadores de la estrategia 3.

ACTIVIDADES DE ACCIÓN	AREAS INVOLUCRADAS	RECURSOS DE INVERSIÓN	INDICADOR Y META	BENEFICIO
Diseñar la imagen corporativa y perfil estratégico de GET SOLUTIONS	Gerencia General Administrador Responsable de informática Responsable de marketing Responsable de legal	Pago a consultor para diseñar la imagen y perfil estratégico de la empresa	Imagen corporativa diseñada y definida estratégicamente	Contar con un refrescamiento de la imagen actual Definir los principios y valores que tendrán presente cada uno de los colaboradores de la empresa Permitirá generar nuevas ideas y acciones que proporcionan una estructura central para que la empresa proyecte su futuro Ayudará a definir la dirección que debe tomar una organización
Capacitación del personal sobre la imagen y perfil estratégico de la empresa.	Responsable Administrativo	Inversión en capacitación del personal sobre la imagen y enunciados estratégicos de marketing sobre la empresa	Capacitación llevada a cabo con éxito al personal de la empresa sobre la imagen y perfil estratégico de GET SOLUTIONS.	

Fuente: Elaboración propia

Los servicios que la empresa ofrecerá una vez que inicie la implementación del plan, deben estar orientados a:

- Atención personalizada y respuesta rápida y segura sobre las solicitudes que realicen los clientes.
- Garantías sobre los servicios en horario que los clientes lo demanden
- Mano de obra capacitada, determinando un tiempo y atención personalizada, de acuerdo al tipo de trabajo realizado según las políticas de la empresa
- Para brindar los servicios se debe contar con una cartera estratégicamente diseñada para los diferentes tipos de clientes y necesidades que se pretendan satisfacer.

Estratégica 4:

“E4: Establecer formalmente la organización del negocio, documentación, manuales de procedimientos y políticas.”

Una vez implementada la estrategia, se consolidará como una empresa que cuenta con una administración debidamente estructurada, el negocio contará con documentación de soporte sobre cada uno de los procesos que realicen en su gestión; favoreciendo al control y seguimiento de las actividades. Contar con un organigrama definido, permitirá ejercer una estructura organizacional adecuada, distribuir las funciones de los cargos de acuerdo al perfil que desempeña cada colaborador. La estrategia 2 muestra las actividades que se deben llevar a cabo.

Tabla 16: Líneas de Acción, recursos e indicadores de la estrategia 4.

ACTIVIDADES DE ACCIÓN	AREAS INVOLUCRADAS	RECURSOS DE INVERSIÓN	DE INDICADOR Y META	BENEFICIO
Diseñar la jerarquía	Gerencia General	Pago a consultor	a Documentación debidamente	Generar una imagen

PLAN ESTRATÉGICO PARA GET SOLUTIONS.

organizacional de la empresa	Administrador Responsable de informática	externo para realización de dichas actividades.	revisada y autorizada por parte de la gerencia de GET SOLUTION	formal de la organización
Diseñar Manual de funciones, procesos y procedimientos.	Responsable de Marketing Responsable de servicios legales			Definir un organigrama que le permita conocer cada uno de los niveles jerárquico.
Definir Manual de control interno				Contar con el personal adecuado para desempeñar los servicios dentro de la empresa.
Elaborar Reglamento y procedimientos de cada uno de los servicios				Tener una documentación de los procesos para tener un buen desempeño de las
Diseñar plan e instrumentos de evaluación, control y seguimiento de Recursos Humanos		Inversión en la elaboración de la documentación de soporte de la empresa		
Elaborar Estándares, políticas, normas y controles sobre las gestiones de GET SOLUTION.				

Reclutar y contratar al personal idóneo según la propuesta de organigrama	Gerente general y Administrador	Pagos de salarios a nuevos colaboradores	Contratación de personal finalizada	actividades y así organizar, evaluar, dirigir y controlar
Impresión de todos los manuales antes mencionados y formatos de reclamos, reglamentos y contratos de servicios	Administrador	Gasto de impresión de la documentación final.	Impresa la documentación final	eficazmente el trabajo de cada colaborador. Tener un personal que tenga el conocimiento
Capacitación sobre la documentación de soporte y gestión de GET SOLUTION		Administrador será el encargado de dar a conocer dicha documentación al personal correspondiente.	Capacitado el personal requerido.	claro de las funciones a desempeñar

Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en la tabla anterior durante la ejecución de esta estrategia la empresa contratará al personal de los nuevos cargos definidos, entre las cuales tenemos: administrador, auditor, responsable de servicios de marketing, encargada de limpieza y guardas de seguridad; lo que permitirá poder ofertar los servicios de forma efectiva mejorar la atención de los clientes y contar con

personal altamente capacitado para desempeñar todas las actividades requeridas. Con esta estrategia, se implementan los cargos obligatorios necesarios para mejorar la estructura organizacional y equilibrar la asignación de funciones correctamente. Cabe señalar que hay cargos que ya existen, pero se han redefinido por la formalidad del estudio y dependerá de la institución si mantienen los actuales o recontratan nuevo personal.

Estrategia 16.

E16: “Crear un plan financiero para administrar los recursos para que la empresa se mantenga preparada ante cualquier cambio que le genere impacto negativo.”

Esta estrategia busca gestionar de la mejor manera los recursos financieros destinados para cada uno de los gastos de operación utilizados, para ello se establecerán políticas como montos asignados para cada departamento, de esta manera el personal encargado de cada área tendrá un límite de consumo por mes, solo podrán utilizarse gastos extras de ser autorizados por Gerencia General.

Tabla 17: Líneas de Acción, recursos e indicadores de la estrategia 16.

ACTIVIDADES DE ACCIÓN	AREAS INVOLUCRADAS	RECURSOS DE INVERSIÓN	INDICADOR Y META	BENEFICIO
Diseñar un plan financiero que permita anticipar acciones ante posibles cambios	Gerencia General.	El Gerente General en conjunto con el responsable Financiero y Administrativo desarrollaran los	Elaborado y aprobado el plan de ahorro con cada uno de los lineamientos	Maximizar los recursos económicos que serán necesarios para implantar el plan

negativos para la empresa.	Responsable Financiero	puntos clave para el control de gasto (Recursos financieros)	para el cumplimiento del plan	estratégico Proyectar la situación financiera del negocio Ayudará a fundamentar las viabilidades económicas de cada estrategia en marcha Toma de decisiones basadas en la liquidez de la empresa Permitirá contar con una herramienta para controlar los gastos por departamento Mostraría instrucciones, responsabilidades e información sobre
Establecimiento de centros de costos para cada departamento	Administrador	Administrador será encargado de imprimir todos los formatos correspondientes.	Impresa la documentación al 100%	
Imprimir el documento con los lineamientos planteados				
Dar a conocer los planes y centro de costos por departamentos.		Gerente financiero será el encargado de dar a conocer dichos parámetros al personal correspondiente.	Personal requerido informado correctamente.	

				políticas, funciones, sistemas y procedimiento s de las distintas operaciones o actividades
--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

Objetivo 2

Consolidar a GET SOLUTIONS en el mercado como una empresa innovadora, que cuenta con recursos, documentación de soporte para su gestión comercial y mecanismos de control y seguimiento efectivo para su administración.

Estrategia 7

E7: “Fortalecer la imagen de la empresa para fidelizar y captar clientes potenciales.”

En esta estrategia tiene como propósito crecer y controlar diferentes factores que puedan impactar de manera directa o indirecta el negocio. Para gestionar la preparación y mitigación de cualquier riesgo potencial que atente contra el crecimiento del negocio.

Esta estrategia permitirá tener mayor ventaja competitiva al formalizarse como una empresa que está en constante implementación de innovación y mejoras para enfrentar distintos retos y riesgos del entorno. Por lo que las actividades a desarrollar impactaran de forma positiva, entre la que destacan las siguientes:

- Brindar una mejor atención personalizada a los clientes, disminuir los tiempos de espera y mejorar la calidad según las necesidades de los usuarios.
- Contar con infraestructura física y tecnológica para brindar los servicios.
- Satisfacer las necesidades y aspiraciones de los colaboradores, trabajadores, así como optimizar los recursos de las empresas.
- Lograr una gran efectividad y atención al prestar los servicios, entregando justo a tiempo y según lo acordado previamente.
- Brindar la mayor satisfacción y fidelización de los clientes, lo que repercutirá el acceso a nuevos mercados, reconocimiento e incremento de la rentabilidad del negocio.

En la siguiente tabla se detallan las actividades a realizar para implementar la estrategia.

Tabla 18: Líneas de Acción, recursos e indicadores de la estrategia 7.

ACTIVIDADES DE ACCIÓN	AREAS INVOLUCRADAS	RECURSOS DE INVERSIÓN	INDICADOR Y META	BENEFICIO
Diseño de plan de negocio para el fortalecimiento comercial de la empresa.	Gerencia General	Pago de consultor que elaborará el plan comercial.	Elaborado y aprobado el plan de fortalecimiento comercial.	Atraer nuevos clientes
	Administrador			La empresa tendrá mayor credibilidad y
	Responsable			confianza ante
	Informática			el consumidor,
				proveedores y colaboradores
Entrenamiento del trabajo para implementar el plan de	Responsable Marketing			Exposición positiva de

fortalecimiento				cara al exterior.
Evaluar la infraestructura actual para adquirir equipos necesarios para brindar los servicios ofertados.		Inversión de nuevos equipos tecnológicos óptimos para la prestación de servicios.	Equipos correctos al momento de prestar cualquiera de los servicios.	Mayor reconocimiento de la marca en diferentes grupos de profesionales
Imprimir plan de negocio		Impresión del documento	Documentación impresa	

Fuente: Elaboración propia

Estrategia 13.

“E13: Implementar un manual de atención al cliente donde se establezcan mecanismos para mejorar la calidad de los servicios y mitigar los factores externos que puedan amenazar la estabilidad de GET SOLUTIONS”

Esta estrategia es de gran importancia en las condiciones que se encuentra actualmente el negocio, es por ello que este manual debe contar con procedimientos que permitan homogenizar la forma de atención y establecer guías concretas para brindar un servicio de calidad. En este documento se deben integrar parámetros de calidad que diferencien este negocio del resto de competidores, concentrándose en la mejora continua, servicio diversificado y siempre basado en la innovación, creatividad y que llene las máximas expectativas de los clientes.

Tabla 19: Líneas de Acción, recursos e indicadores de la estrategia 13.

ACTIVIDADES DE ACCIÓN	AREAS INVOLUCRADAS	RECURSOS DE INVERSIÓN	INDICADOR Y META	BENEFICIO
Elaboración de manual de servicio y atención al cliente	Gerencia General. Administrador Responsable de servicios administrativo y Marketing	Pago a consultor externo para realización de dichas actividades.	Elaborado y aprobado el manual de atención al cliente	Aumentar el nivel de satisfacción del cliente Se crea un vínculo de fidelidad y lealtad entre el cliente y la empresa
Capacitación al personal sobre técnicas de atención al cliente, gestión de reclamos, estrategias de seguimiento, promoción y mejora continua.	Gerente General y Responsable de servicios Administrativos y Marketing	Gerente General en conjunto con el encargado de servicios Administrativos y de Marketing serán los encargados de capacitar al personal en los temas correspondientes. REVISAR SI ES COSTO/INVERSIÓN COMO LO PONEN	Capacitado el personal al 100%	Aplicar adecuadamente la metodología AIDA dentro del proceso de atención al cliente Tener el documento en físico para futuras capacitaciones
Impresión guías, formatos y manuales de atención al cliente.	Responsable de servicios Admón. y Marketing.	Impresión	Impresa la documentación al 100%	

Fuente: Elaboración Propia

Estrategia 14.

“E14: Implementar la metodología AIDA como una filosofía del negocio, con la finalidad de atraer nuevos clientes y fortalecer la relación con los que adquieren mayormente los servicios”

Esta estrategia es una aplicación innovadora a la gestión comercial del negocio, ya que comúnmente se conoce AIDA como una metodología estratégica de marketing, sin embargo, se adoptará como una filosofía, ya que luego de ser implementada permitirá obtener acciones productivas para manejar cualquier situación en la empresa manteniendo los principios, para buscar la manera de crear en el cliente la necesidad de optar como primera instancia a GET SOLUTIONS como una solución segura y confiable.

Tabla 20: Líneas de Acción, recursos e indicadores de la estrategia 14 del objetivo 2.

ACTIVIDADES DE ACCIÓN	AREAS INVOLUCRADAS	RECURSOS DE INVERSIÓN	INDICADOR Y META	BENEFICIO
Diseño del plan metodológico AIDA para la gestión del negocio	Gerencia General.	Pago a consultor externo para realizar actividad.	Elaborado y aprobado el Plan metodológico AIDA.	Lograr grandes resultados en un corto espacio de tiempo.
Control y seguimiento de la ejecución del Plan.	Encargado de servicios Administrativos y de Marketing Administrador general.			Captar la atención de nuevo clientes, captar leads mediante la página web. Mejorar la rentabilidad del negocio.

Capacitación sobre las actividades de la metodología.				Ayudar a la organización para realizar una estrategia de marketing mucho más estructurada y organizada, basada en cada uno de los procesos, a través de este modelo, obteniendo la información que se desea, para cumplir con los objetivos de cada campaña publicitaria y lograr la unión de los elementos del mercado, empresa, servicios y cliente para favorecer a los procesos de venta.
Impresión del Plan de Mejora y Capacitación	Encargado de servicios Administrativos y de Marketing	Impresión del documento	Documentación impresa.	

Fuente: Elaboración propia.

Objetivo 3

Liderar el mercado de servicios tecnológicos, administrativos, marketing y legales de la ciudad de Managua, utilizando tecnologías y plataformas digitales que impacten en la modernización, diferenciación, efectividad y rentabilidad de sus servicios a nivel nacional.

Estrategia 2

“E2: Crear un plan de marketing digital para fortalecer la marca de la empresa, ofertar los servicios y tener más presencia en plataformas digitales.”.

Esta estrategia contribuirá a tener mayor reconocimiento y posición de la empresa en el mercado, permitiendo captar nuevos clientes y fidelizarlos. También se obtienen mayores ingresos y ocupar una posición más competitiva en el mercado meta.

Con la implementación de la estrategia GET SOLUTIONS tendrá una posición competitiva, al tener presencia en plataformas digitales dando a conocer sus fortalezas en todas las ramas de los servicios que se especializa, para brindar seguridad y excelente atención personalizada a los clientes.

Tabla 21: Líneas de Acción, recursos e indicadores de la estrategia 2 del objetivo 3.

ACTIVIDADES DE ACCIÓN	AREAS INVOLUCRADAS	RECURSOS DE INVERSIÓN	DE INDICADOR Y META	BENEFICIO
Crear un Buyer Persona para cada uno de los segmentos de mercado.	Encargado de Servicio de Marketing y el administrador.	Inversión en el pago a consultor externo para asesorar en la creación de cada una de la línea de acción.	Creado los Buyer Persona	La empresa podrá realizar una segmentación más eficaz, identificará las oportunidades óptimas para acertar lo que realmente quiere del cliente ideal.

				También permitirá desarrollar estrategias más efectivas para cumplir en mayor medida los objetivos trasados y encontrare de manera fácil al cliente ideal.
Realizar un benchmarking digital para mantener control de la competencia y alinear las estrategias de publicidad			Elaborado y aprobado el documento benchmarking.	Alcanzar un mayor conocimiento y comprensión sobre los competidores, analizar la competencia en tiempo real, establecer nuevos objetivos.
Establecer un plan de tendencias semestral para orientar las publicaciones en relación de la empresa				también ayudar a identificar donde se puede mejorar dentro del negocio para sobresalir de la competencia.

Diseñar un plan a través del Inbound Marketing			Plan de Inbound Marketing finalizado y aprobado	
Crear un marco de comunicación efectiva que logre con éxito los resultados esperado por la organización.			Creado y aprobado satisfactoriamente el plan de comunicación en las redes sociales.	Disminuir los esfuerzos de convencimiento para el consumo del cliente, aumenta la visibilidad de la marca, mejorar la confianza y credibilidad en los servicios, generar tráfico en la web.
Capacitación del personal sobre las técnicas publicidad mediante el administrador comercial de Facebook.			Garantizado el uso de las redes sociales y plataformas tecnológicas, para promocionar los servicios ofrecidos por GET SOLUTIONS.	
Creación del Plan de Marketing Digital	Gerente General y encargado de servicios de Marketing.	Inversión en el pago a consultor externo para asesorar en la creación del Plan de Marketing Digital	Plan de marketing digital finalizado y autorizado	Tener recursos y contenido que ayuden a captar y fidelización de clientes, aumento de los ingresos.

				aumenta la creatividad, mejora la cohesión y previene posibles errores a nivel comercial
Diseñar estrategias de SEO para plataformas digitales			Estrategias finalizadas y autorizadas.	Posicionamiento a largo plazo, aumento del tráfico web, aumentar la demanda, aumentar la visibilidad de tu marca. también mejoras en los tiempos de carga de la web y la confianza de los clientes.
Establecer objetivos SMART para orientar las actividades.			Objetivos finalizados y autorizados.	Facilitar la toma de decisiones al establecer objetivos inteligentes que
Implementar métricas de evaluación KPI's para dar seguimiento a			Creación de métricas para seguimiento del plan de marketing	proporcionan una dirección a seguir por el negocio. también evita el

PLAN ESTRATÉGICO PARA GET SOLUTIONS.

las gestiones de las plataformas digitales			finalizado y autorizado	exceso de información y mejora la productividad de los grupos de trabajo, al poder identificar con mayor eficacia las metas propuestas y la distribución de las tareas asignadas
Elaborar un manual de Marca para el negocio			Manual creado y autorizado.	Lograr una diferenciación frente a la competencia y mayor visibilidad,
Capacitación del personal sobre las técnicas de publicidad en redes sociales y el manual de marca.	Encargado de servicios de Marketing.	Encargado de servicios de Marketing de impartirá capacitación al personal correspondiente.	Garantizado el uso de las redes sociales y plataformas tecnológicas, para promocionar los servicios ofrecidos por GET SOLUTIONS.	representar visualmente los valores de la empresa y plasmarlos en cualquier medio (web, redes sociales, email-marketing). dar unidad a todos los elementos

				comunicativos, creando una percepción fuerte de la empresa. también facilita el reconocimiento de la marca en cualquier lugar y familiarización con los usuarios mediante isotipos
--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración Propia.

Estrategia 8:

E8: “Diseñar un plan de mejora continua orientado a la innovación y actualización de infraestructura, equipamientos, procesos, sistemas y capacitaciones, para prestar mejor servicio y comodidad al cliente”

Esta estrategia tiene como propósito que GET SOLUTIONS cuente con una guía como punto de partida que le permita identificar, controlar y dar seguimiento a los diferentes fenómenos que le puedan impactar de forma directa e indirecta, y prepararse para gestionar, mitigar y erradicar cualquier riesgo potencial o real para la empresa.

Con la implementación de esta estrategia, se obtendrán fortalecerá la ventaja competitiva al consolidarse como una empresa en constante innovación e implementación de mejoras para enfrentarse a los retos de la globalización. Este

plan de mejora continuo posicionara al negocio como una organización que rige sus procesos con el apoyo de las tecnologías emergentes, generando mayor efectividad, optimización y escalabilidad, anticipando cambios de mejoras a futuro. Por lo que las actividades a desarrollar impactaran de forma positiva, entre lo que destaca:

- Brindar una mejor atención al cliente, disminuir los tiempos de espera y mejorar la calidad de la atención a las necesidades de los usuarios.
- Contar la infraestructura física y tecnológica idónea para brindar los servicios
- Mejorar la fidelidad y satisfacción de los clientes actuales, repercutiendo el ingreso a nuevos mercados a fin de captar clientes potenciales para la empresa a corto y mediano plazo.

Tabla 22: Líneas de Acción, recursos e indicadores de la estrategia 8.

ACTIVIDADES DE ACCIÓN	AREAS INVOLUCRADAS	RECURSOS DE INVERSIÓN	INDICADOR Y META	BENEFICIO
Planificación del Plan de Mejora continua	Gerencia General Administrador	Inversión en capacitación sobre temas de mejora continua,	Elaborado y aprobado el Plan de Mejora Continua de GET SOLUTION	Ayudará a incrementar el rendimiento de los equipos, reducir costos, evitar errores en los procesos e impulsar acciones enfocadas a mejorar los
Diseño del Plan de Mejora continua del negocio	Gerente Financiero Encargado de cada área	atención y seguimiento de clientes.		
Elaborar Plan de Capacitación	Gerencia General y Administrador.	Administrador será encargado de diseñar el		

al personal de la empresa		plan de capacitación.		procesos internos.
Adquisición de nuevos equipos tecnológicos	Responsable de servicios de TI	Inversión en equipos de cómputo.	Equipos obtenidos según las características correspondientes, funcionando en la empresa.	Tener alta disponibilidad de los equipos, listos para cualquier tipo de trabajo que demande tecnología actualizada.
Capacitación sobre el Plan de Mejora y Capacitación.	Gerencia General y administrador.	Administrador será encargado de capacitar al personal.	Personal capacitado	Mantener un personal capacitado que tenga máximo rendimiento ante diferentes cambios de mejoras.
Impresión del Plan de Mejora continua.	Administrador	Imprimir guías, formatos y manual	Documentación impresa	Documentación guardada y disponible para futuras capacitaciones para el nuevo personal

Fuente: Elaboración propia.

Estrategia 1

E1: Ampliar el mercado mediante la apertura de sucursales a nivel nacional en departamentos de mayor índice comercial.”

Las actividades están orientadas a definir los lineamientos que permitan tener un mayor alcance con los clientes, a partir de la apertura de nuevas sucursales.

En el estudio referido se deben identificar elementos necesarios para determinar las alternativas mayormente rentables para la empresa. Por lo que la investigación servirá para extender el alcance de esta.

Tabla 23: Líneas de Acción, recursos e indicadores de la estrategia 1.

ACTIVIDADES DE ACCIÓN	AREAS INVOLUCRADAS	RECURSOS DE INVERSIÓN	INDICADOR Y META	BENEFICIO
Elaboración de estudio de prefactibilidad para la apertura de nuevas sucursales.	Gerencia General Administrador	Inversión de capital para adquisición de infraestructura, mueblería, y otros gastos.	Elaborado y revisado el estudio de prefactibilidad	Determina los beneficios y riesgo al invertir en la apertura de
Elaborar planificación de inversión.	Gerente Financiero		Elaborada y aprobada la planificación de la adquisición.	una sucursal, permite conocer el mercado,
Implementación del plan de inversión para la adquisición de nuevas sucursales.			Realizada cada una de las actividades reflejadas en	administrar las redes y cadenas de suministro, analiza el trabajo

			la planificación.	requerido con su respectiva inversión, ingresos proyectados e indicadores que aseguren que el estudio sea factible o no.
--	--	--	----------------------	--

Fuente: Elaboración propia

Estrategia 10

E10: “Aprovechar las herramientas digitales para elaborar campañas publicitarias de manera que se tenga más alcance y se consigan nuevos clientes.”

Una vez implantada esta estrategia GET SOLUTIONS se consolidará como una empresa que cuenta con gestión de contenido para cada una de las redes sociales; el negocio contará con documentación de soporte de la planificación de cada una de las actividades a desarrollar, lo que permitirá llevar un control y seguimiento mediante KPI's definidos.

Tabla 24: Líneas de Acción, recursos e indicadores de la estrategia 10.

ACTIVIDADES DE ACCIÓN	AREAS INVOLUCRADAS	RECURSOS DE INVERSIÓN	DE INDICADOR Y META	BENEFICIO
Diseñar la Página Web de GET Solution	Gerencia General, Responsable de servicios Marketing y Responsable de TI	Responsable de Marketing de la empresa	Página web diseñada correctamente	Atención las 24 horas del día, abrir la oportunidad de atraer nuevos clientes, mejorar la comunicación entre el negocio y el cliente, ventaja competitiva y mejor la imagen de la empresa
Implementar un sistema de facturación y contabilidad para gestionar los ingresos y gastos de la empresa	Gerencia General Gerente financiero y Responsable de servicios informáticos	Inversión en la compra de software requerido	Realizada la compra e implementación del sistema	Permite ahorrar tiempo y dinero, mejoran la gestión del negocio, simplifican los procesos administrativos, mejora la disponibilidad de la información, reducción de errores en los

				cálculos, y reducen la cantidad de papel.
Contratación y pagos iniciales de dominio .ni y alojamiento de la página web.	Responsable de servicios informáticos	Pago de dominio, alojamiento y certificado de seguridad del sitio web.	Garantizado el uso de las redes sociales y plataformas tecnológicas, para promocionar los servicios ofrecidos por GET SOLUTIONS	Permite tener un sitio web profesional, con credibilidad y confianza
Elaborar un plan de contenido	Gerencia General y Responsable de servicios de Marketing	Responsable de Marketing	Creado y autorizado el plan de contenido.	Contar con los recursos necesarios para realizar publicaciones efectivas, aumentar la visibilidad de la marca y llegar a clientes potenciales, mantener reacciones con tus seguidores actuales ofreciendo
Diseñar los post y artes para cada red social	Gerencia General y Responsable de servicios de Marketing	Inversión para el diseño de artes y KPI's requeridos.	Diseñadas y autorizados los post, artes, videos y KPI relacionado a cada una de las redes sociales a utilizar.	
Diseñar los videos relacionado al giro del negocio.				

PLAN ESTRATÉGICO PARA GET SOLUTIONS.

				nuevos contenidos y genera mayor número de leads.
Implementar el uso de KPI's para control y seguimiento de las actividades				Proporcionan la información necesaria para evaluar cada etapa del proceso publicitario, aportan una mayor precisión en la toma de decisiones, proporcionan una mayor eficiencia y eficacia en los procesos, mayor rapidez, mejor comprensión y transparencia a la hora de comunicar resultados.
Capacitación del personal sobre las técnicas de publicidad mediante el administrador comercial de Facebook.	Responsable de servicios de Marketing	Responsable de servicios de Marketing encargado de capacitar al personal correspondiente	Personal capacitado al 100%	
Crear Landing page para			Diseñadas la Página Web	Permite captar información de

<p>generar una base de datos confiable.</p>			<p>de GET SOLUTIONS, Páginas en las redes sociales de Facebook, LinkedIn y WhatsApp.</p>	<p>los usuarios visitantes a la página web, para contactarlos y engancharlos mediante el inbound marketing.</p>
<p>Crear perfil en red social LinkedIn</p>		<p>Responsable de servicios de Marketing</p>		<p>Tener presencia en la red social formal para establecer contacto con profesionales con los que pueda contar la empresa al momento de brindar servicios también se demuestra el perfil y compromiso de la empresa.</p>
<p>Configurar cuenta de WhatsApp Business</p>				<p>Establecer comunicación de manera más rápida y directa</p>

Capacitación del personal sobre las técnicas de publicidad mediante marketing digital y redes sociales.				con los usuarios, facilitar la comunicación interna en la empresa, enviar mensajes de forma automatizada, diseñar respuestas rápidas que ahorren tiempo y segmentar mejor a los usuarios
---	--	--	--	--

Fuente: Elaboración Propia.

3.2. Plan de acción y matriz de proyectos

Los resultados esperados de la planeación estratégica de GET SOLUTIONS, se reflejarán al momento de ejecutar el plan de acción de cada estrategia; el cual estará formado por objetivos, actividades de trabajo, periodo aproximado de duración, fuente de financiamiento y áreas involucradas.

Para cada uno de los proyectos se establecen fuentes potenciales de financiamiento, la proyección del año en que será implementado, así como las áreas o sectores que estarán involucrados directa o indirectamente. Cabe mencionar que cuando se hace referencia a la fuente de financiamiento significa que GET SOLUTIONS estará financiándose con fondos propios de la empresa.

Como se puede observar en la matriz, los proyectos se han establecido en el orden en que se piensa implementar las estrategias, y se ha considerado para ejecutarse todo el plan estratégico durante 5 años. El plan de mejora orientado a la innovación y actualización de infraestructura, compra de equipo para mejorar la gestión en los procesos internos y la prestación de los servicios de distintos segmentos, son estrategias donde se pretende realizar un financiamiento a través del banco, en vista que se necesitará de un monto considerable de inversión, también se pueden gestionar crédito con los proveedores para realizar pagos a mediano plazo.

Tabla 25: Matriz de ejecución de Estrategias

MATRIZ DE ESTRATEGIAS GET SOLUTIONS								
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ESTRATEGIA	PERIODO DE EJECUCIÓN					FUENTE DE FINANCIAMIENTO	
		CORTO	MEDIANO		LARGO	SOLUTION GET	FIN. EXT	
		2020	2021	2022	2023	2024+		
Fortalecer la gestión administrativa, comercial y tecnológica de la empresa, para obtener una posición	E3: Definir la imagen corporativa y perfil estratégico de la empresa orientada a posicionar el nombre como marca, proyectando el crecimiento del negocio.	X					<input checked="" type="checkbox"/>	

competitiva en todos los sectores del mercado.	E4: Establecer formalmente la organización del negocio, documentación, manuales de procedimientos y políticas.	X			<input checked="" type="checkbox"/>	
	E16: Crear un plan financiero para administrar los recursos de la empresa para mitigar el impacto negativo generado por diversos cambios externos	X			<input checked="" type="checkbox"/>	
Consolidar a GET SOLUTION en el mercado como una empresa innovadora, que cuenta con recursos, documentación de soporte para su gestión comercial y mecanismos de control y seguimiento efectivo para su administración.	E7: Fortalecer la imagen de la empresa para fidelizar y captar clientes potenciales	X			<input checked="" type="checkbox"/>	
	E13: Implementar un manual de atención al cliente donde se establezcan mecanismos para mejorar la calidad de los servicios y mitigar los factores externos que puedan amenazar la estabilidad de GET SOLUTION		X		<input checked="" type="checkbox"/>	
	E14: Implementar la metodología AIDA como una filosofía del negocio, con la finalidad de atraer nuevos clientes y fortalecer la relación con los que adquieren mayormente los servicios		X		<input checked="" type="checkbox"/>	

Liderar el mercado de servicios tecnológicos, administrativos, marketing y legales de la ciudad de managua, utilizando tecnologías y plataformas digitales que impacten en la modernización, diferenciación, efectividad y rentabilidad de sus servicios a nivel nacional.	E2: Crear un plan de marketing digital para fortalecer la marca y alianzas de la empresa, ofertar los servicios y tener más presencia en plataformas digitales				X	<input checked="" type="checkbox"/>	
	E8: Diseñar un plan de mejora continua orientado a la innovación y actualización de infraestructura, equipamientos, procesos, sistemas y capacitaciones, para prestar mejor servicio y comodidad al cliente				X	<input checked="" type="checkbox"/>	
	E1: Ampliar el mercado mediante la apertura de sucursales a nivel nacional en departamentos de mayor índice comercial.				X	<input checked="" type="checkbox"/>	
	E10: Aprovechar las herramientas digitales para elaborar campañas publicitarias de manera que se tenga más alcance y se consigan nuevos clientes.				X	<input checked="" type="checkbox"/>	

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 26: Matriz de ejecución de actividades

MATRIZ DE PROYECTOS DE GET SOLUTION							
OBJETIVOS ESTRATEGICOS	Actividades de Trabajo	PERIODO DE EJECUCIÓN			FUENTE DE FINANCIAMIENTO		AREAS INVOLUCRADAS
		CORTO	MEDIANO	LARGO	SOLUTION	FI. EXT	

		2020	2021	2022	2023	2024+			
Fortalecer la gestión administrativa, comercial y tecnológica de la empresa, para obtener una posición competitiva en todos los sectores del mercado.	Diseñar la imagen corporativa y perfil estratégico de GET SOLUTIONS	X							
	Capacitación del personal sobre la imagen y perfil estratégico de la empresa.	X							
	Diseñar la jerarquía organizacional de la empresa	X							
	Diseñar Manual de funciones, procesos y procedimientos.	X							
	Definir manual de control interno	X							Gerencia General, Responsable de
	Elaborar Reglamento y procedimientos de cada uno de los servicios	X							Finanzas, Administrador General y Consultor externo
	Diseñar plan e instrumentos de evaluación, control y seguimiento de Recursos Humanos	X							
	Elaborar Estándares, políticas, normas y controles sobre las gestiones de Get Solution.		X						
	Impresión de todos los manuales antes mencionados y formatos de reclamos,		X						

	reglamentos y contratos de servicios								
	Capacitación sobre la documentación de soporte y gestión de Get Solution		X						
	Diseñar un plan financiero que permita anticipar acciones ante posibles cambios negativos para la empresa.		X						
	Establecimiento de centros de costos para cada departamento		X						
	Imprimir el documento con los lineamientos planteados		X						
	Dar a conocer los planes y centro de costos por departamentos.		X						
Consolidar a GET SOLUTION en el mercado como una empresa innovadora, que cuenta con recursos, documentación de soporte para su gestión comercial y mecanismos de control y seguimiento efectivo para su administración.	Diseño de plan de negocio para el fortalecimiento comercial de la empresa.		X						
	Entrenamiento del trabajo para implementar el plan de fortalecimiento.		X						
	Evaluar la infraestructura actual para adquirir equipos necesarios para brindar los servicios ofertados.		X						
									Gerencia General, Responsable de Finanzas, Administrador y Consultor externo

PLAN ESTRATÉGICO PARA GET SOLUTIONS.

	Imprimir plan de negocio		X						
	Contratacion de personal permanente		X						
	Elaboración de manual de servicio y atención al cliente			X					
	Capacitación al personal sobre técnicas de atención al cliente, gestión de reclamos, estrategias de seguimiento, promoción y mejora continua.				X				
	Impresión guías, formatos y manuales de atención al cliente.			X					
	Diseño del plan metodológico AIDA para la gestión del negocio			X					Consultor Externo
	Control y seguimiento de la ejecución del Plan.			X					
	Capacitación sobre las actividades de la metodología.			X					Gerencia General y Administrador General
	Impresión del Plan de Mejora y Capacitación			X					
Liderar el mercado de servicios tecnológicos, administrativos,	Crear un Buyer Persona para cada uno de los segmentos de mercado.				X				Adiministrador, encargado de servicio de

<p>marketing y legales de la ciudad de managua, utilizando tecnologías y plataformas digitales que impacten en la modernización, diferenciación, efectividad y rentabilidad de sus servicios a nivel nacional.</p>	Realizar un benchmarking digital para mantener control de la competencia y alinear las estrategias de publicidad					X			marketing y Consultor Externo
	Establecer un plan de tendencias semestral para orientar las publicaciones en relación de la empresa					X			
	Diseñar un plan a través del Inbound Marketing					X			
	Crear un marco de comunicación efectiva que logre con éxito los resultados esperado por la organización.					X			
	Capacitación del personal sobre las técnicas publicidad mediante el administrador comercial de Facebook.					X			
	Creación del Plan de Marketing Digital					X			
	Diseñar estrategias de SEO para aplicación en las plataformas digitales					X			
	Establecer objetivos SMART para orientar las actividades.					X			

PLAN ESTRATÉGICO PARA GET SOLUTIONS.

Implementar métricas de evaluación KIP's para dar seguimiento a las gestiones de las plataformas digitales					X		
Elaborar un manual de Marca para el negocio					X		
Capacitación del personal sobre las técnicas de publicidad en redes sociales y el manual de marca.					X		
Planificación del Plan de Mejora continua					X		Consultor Externo
Diseño del Plan de Mejora continua del negocio					X	X	
Obtener nuevos equipos tecnológicos						X	Gerente General, Responsable de Finanzas y Administrador
Elaborar Plan de Capacitación al personal de la empresa						X	Gerencia General, Administrador General y Consultor Externo
Capacitación sobre el Plan de Mejora y Capacitación.						X	
Impresión del Plan de Mejora y Capacitación						X	
Diagnóstico de la situación comercial de la empresa						X	
Elaboración de estudio de prefactibilidad						X	

PLAN ESTRATÉGICO PARA GET SOLUTIONS.

para la apertura de nuevas sucursales.							
Elaborar planificación de inversión.					X		
Implementación del plan de inversión para la adquisición de nuevas sucursales.					X		
Diseñar la Página Web de GET SOLUTIONS					X		Gerente General, Administrador y Responsable de servicios informáticos
Implementar un sistema de facturación y contabilidad para gestionar los ingresos y gastos de la empresa					X		
Contratación y pagos iniciales de dominio .ni y alojamiento de la página web.					X		
Compra de accesorios para mejorar características de equipos para realizar diseños.					X		
Elaborar un plan de contenido					X		Gerente General, Administrador, Responsable de Servicios de marketing, Diseñador Gráfico y Encargado de gestión de redes sociales
Diseñar los post y artes para cada red social					X		
Diseñar los videos relacionado al giro del negocio.					X		
Implementar el uso de KIP's para control y seguimiento de las actividades					X		

Capacitación del personal sobre las técnicas publicidad mediante el administrador comercial de Facebook.				X		
Crear Landing page para generar contenido en la web				X		
Crear fanpage orientado a servicios				X		
Crear perfil en red social Linkdin				X		
Configurar cuenta de WhatsApp Business				X		
Capacitación del personal sobre las técnicas publicidad mediante marketing digital y redes sociales.				X		

Fuente: Elaboración Propia

3.3. Análisis financiero de las estrategias.

El estudio de las estrategias requiere realizar inversiones para llevar a cabo cada una de las actividades y planes de acción. Estas inversiones permitirán a GET SOLUTIONS adaptarse a cualquier situación en el periodo de desarrollo de este plan entre 2020 al 2024, ampliando la cartera de servicios y clientes, satisfaciendo las necesidades de la demanda, mejorando la infraestructura y recursos del negocio para ofertar todos los servicios con la más alta responsabilidad y calidad.

En el siguiente apartado se presentan los precios que conlleva la implementación de cada actividad, Cabe señalar que los datos que se visualicen en C\$ 0, es porque se realizaran con el personal interno de la empresa, la tasa de cambio ocupada es C\$ 34.0877 correspondiente al 31 de marzo del año 2020 según el BCN (Banco Central de Nicaragua), sin embargo las actividades que se programaron a futuro, será necesario que se actualice el precio en córdobas a la tasa de cambio del banco central a la fecha que se llevará a cabo su implementación. En las siguientes tablas se muestran los costos de cada actividad, presentando un total por estrategias.

OBJETIVO 1

Fortalecer la gestión administrativa, comercial y tecnológica de la empresa, para obtener una posición competitiva en todos los sectores del mercado.

“E3: Definir la imagen corporativa y perfil estratégico de la empresa orientada a posicionar el nombre como marca, proyectando el crecimiento del negocio.”

Tabla 27: Costos de Estrategia 3

Descripción	Cantidad	Costo	Costo Inversión Total
Diseñar la imagen corporativa y perfil estratégico de GET SOLUTIONS	1	\$500.00	C\$17,043.85
Capacitación del personal sobre la imagen y perfil estratégico de la empresa.	1	\$60.00	2045.262
TOTAL			C\$ 30,000

Fuente: Elaboración propia

“E4: Establecer formalmente la organización del negocio, documentación, manuales de procedimientos y políticas.”

Tabla 28: Costos de Estrategia 4

Descripción	Cantidad	Costo	Costo Inversión Total
Diseñar la jerarquía organizacional de la empresa			
Diseñar Manual de funciones, procesos y procedimientos.			
Definir Manual de control interno			
Elaborar Reglamento y procedimientos de cada uno de los servicios			
Diseñar plan e instrumentos de evaluación, control y seguimiento de Recursos Humanos	1	\$1,000.00	C\$34,087.70
Elaborar Estándares, políticas, normas y controles sobre las gestiones de GET SOLUTIONS.			
Impresión de todos los manuales antes mencionados y formatos de reclamos,			

reglamentos y contratos de servicios.			
Capacitación sobre la documentación de soporte y gestión de GET SOLUTIONS	1	\$40.00	C\$1,363.51
Contratación de personal permanente			C\$1,913,992.00
TOTAL			C\$1,949,443.21

Fuente: Elaboración propia.

En la última actividad “Contratación de personal permanente” se pueden visualizar los costos, que incurren en salarios de los cargos que hacen falta y que son necesarios para el desempeño correcto de las funciones de GET SOLUTIONS, para mayor detalle de planilla ver anexos 8 y anexos 9, también en archivos digitales de Excel en la hoja “planilla propuesta”. Cabe destacar que en esta estrategia se empezará a realizar las contrataciones necesarias de forma inmediata en el año de ejecución de la estrategia.

Se mencionan otros cargos, pero sus costos aplicativos ocurrirán en a finales del año 2023 que se pretende tener de manera formal todos los cargos propuestos de manera contratada. (Ver costos del año 2023) y así que el negocio funcione correctamente. Para el resto de cargos ver anexo 8 y 9, para mayor detalle en anexos digitales en el archivo de Excel en hora “Planilla propuesta”.

E16: “Crear un plan financiero para administrar los recursos para que la empresa se mantenga preparada ante cualquier cambio que le genere impacto negativo.”

Tabla 29: Costos de Estrategia 16

Descripción	Cantidad	Costo	Costo Inversión Total
Diseñar un plan financiero que permita anticipar acciones ante posibles cambios negativos para la empresa.	1	\$0.00	C\$0.00
Establecer centros de costos para cada departamento	1	\$0.00	C\$0.00
Imprimir el documento con los lineamientos planteados	2	\$11.00	C\$749.93
Dar a conocer los planes y centro de costos por departamentos.	1	\$35.00	C\$1,193.07
TOTAL			C\$1,943.00

Fuente: Elaboración propia

Objetivo 2:

Consolidar a GET SOLUTIONS en el mercado como una empresa innovadora, que cuenta con recursos, documentación de soporte para su gestión comercial y mecanismos de control y seguimiento efectivo para su administración.

“E7: Fortalecer la imagen de la empresa para fidelizar y captar clientes potenciales”

Tabla 30: Costos de Estrategia 7

Descripción	Cantidad	Costo	Costo Inversión Total
Diseño de plan de negocio para el fortalecimiento comercial de la empresa	1	\$150.00	C\$5,113.16
Entrenamiento del trabajo para implementar el plan de fortalecimiento.	1	\$45.00	C\$1,533.95
Evaluar la infraestructura actual para adquirir equipos necesarios para brindar los servicios ofertados.	1	\$900.00	C\$30,678.93
Imprimir plan de negocio	2	5	C\$340.88
TOTAL			C\$37,666.91

Fuente: Elaboración propia

“E13: Implementar un manual de atención al cliente donde se establezcan mecanismos para mejorar la calidad de los servicios y mitigar los factores externos que puedan amenazar la estabilidad de GET SOLUTIONS”

Tabla 31: Costos de Estrategia 13

Descripción	Cantidad	Costo	Costo Inversión Total
Elaboración de manual de servicio y atención al cliente	1	\$100.00	C\$3,408.77
Capacitación al personal sobre técnicas de atención al cliente, gestión de reclamos,	1	\$75.00	C\$2,556.58

estrategias de seguimiento, promoción y mejora continua.			
Impresión guías, formatos y manuales de atención al cliente.	5	\$4.80	C\$818.10
TOTAL			C\$6,783.45

Fuente: Elaboración propia

“E14: Implementar la metodología AIDA como una filosofía del negocio, con la finalidad de atraer nuevos clientes y fortalecer la relación con los que adquieren mayormente los servicios”

Tabla 32: Costos de Estrategia 14

Descripción	Cantidad	Costo	Costo Inversión Total
Diseño del plan metodológico AIDA para la gestión del negocio	1	\$650.00	C\$22,157.01
Elaborar Plan de Capacitación al personal de la empresa	1	\$900.00	C\$30,678.93
Capacitación sobre el Plan de Mejora y Capacitación.	1	\$200.00	C\$6,817.54
Impresión del Plan de Mejora y Capacitación	3	\$4.80	C\$490.86
TOTAL			C\$60,144.34

Fuente: Elaboración propia

Objetivo 3

Liderar el mercado de servicios tecnológicos, administrativos, marketing y legales de la ciudad de managua, utilizando tecnologías y plataformas digitales que impacten en la modernización, diferenciación, efectividad y rentabilidad de sus servicios a nivel nacional.

“E2: Crear un plan de marketing digital para fortalecer la marca de la empresa, ofertar los servicios y tener más presencia en plataformas digitales.”

Tabla 33: Costos de Estrategia 2

Descripción	Cantidad	Costo	Costo Inversión Total
Crear un Buyer Persona para cada uno de los segmentos de mercado.	4	\$40.00	C\$5,454.03
Realizar un benchmarking digital para mantener control de la competencia y alinear las estrategias de publicidad			
Establecer un plan de tendencias semestral para orientar las publicaciones en relación de la empresa	1	\$500.00	C\$17,043.85
Diseñar un plan a través del Inbound Marketing			
Crear un marco de comunicación efectiva que logre con éxito los			

PLAN ESTRATÉGICO PARA GET SOLUTIONS.

resultados esperado por la organización.			
Capacitación del personal sobre las técnicas publicidad mediante el administrador comercial de Facebook.	3	\$40.00	C\$4,090.52
Creación del Plan de Marketing Digital	1	\$250.00	C\$8,521.93
Diseñar estrategias de SEO para aplicación en las plataformas digitales	1	\$75.00	C\$2,556.58
Establecer objetivos SMART para orientar las actividades.	1	\$80.00	C\$2,727.02
Implementar métricas de evaluación KPI's para dar seguimiento a las gestiones de las plataformas digitales	1	\$80.00	C\$2,727.02
Elaborar un manual de Marca para el negocio	1	\$100.00	C\$3,408.77
Capacitación del personal sobre las técnicas de publicidad en redes sociales y el manual de marca.	1	\$40.00	C\$1,363.51
TOTAL			C\$24,031.83

Fuente: Elaboración propia.

“E8: Diseñar un plan de mejora continua orientado a la innovación y actualización de infraestructura, equipamientos, procesos, sistemas y capacitaciones, para prestar mejor servicio y comodidad al cliente”.

Tabla 34: Costos de Estrategia 8

Descripción	Cantidad	Costo	Costo Inversión Total
Planificación del Plan de Mejora continua	1	\$50.00	C\$1,704.39
Diseño del Plan de Mejora continua del negocio	1	\$150.00	C\$5,113.16
Elaborar Plan de Capacitación al personal de la empresa	1	\$115.00	C\$3,920.09
Adquisición de nuevos equipos tecnológicos	1	\$3,500.00	C\$119,306.95
Capacitación sobre el Plan de Mejora y Capacitación.	2	\$35.00	C\$2,386.14
Impresión del Plan de Mejora y Capacitación	1	\$15.00	C\$511.32
TOTAL			C\$126,124.49

Fuente: Elaboración propia

En el caso de la actividad de adquisición de nuevos equipos tecnológico, recomendamos a la empresa definir un presupuesto de \$3,500 para mejorar y actualizar la infraestructura tecnológica que se requiera.

“E1: Ampliar el mercado mediante la apertura de sucursales a nivel nacional en departamentos de mayor índice comercial.”

Tabla 35: Costos de Estrategia 1

Descripción	Cantidad	Costo	Costo Inversión Total
Elaboración de estudio de prefactibilidad para la apertura de nuevas sucursales.	1	\$1,500.00	C\$51,131.55
Elaborar planificación de inversión.	1	\$200.00	C\$6,817.54
Implementación del plan de inversión para la adquisición de nuevas sucursales.	2	\$50.00	C\$3,408.77
TOTAL			C\$61,357.86

Fuente: Elaboración propia

“E10: Aprovechar las herramientas digitales para elaborar campañas publicitarias de manera que se tenga más alcance y se consigan nuevos clientes.”

Tabla 36: Costos de Estrategia 10

Descripción	Cantidad	Costo	Costo Inversión Total
Diseñar la Página Web de GET SOLUTIONS	1	\$500.00	C\$17,043.85
Implementar un sistema de facturación y contabilidad para	1	\$600.00	C\$20,452.62

gestionar los ingresos y gastos de la empresa			
Contratación y pagos iniciales de dominio y alojamiento de la página web. Precio De Dominio = \$ 50 Anual Precio De Host = \$ 479,76	1	\$529.76	C\$18,058.30
Elaborar un plan de contenido	1		
Diseñar los post y artes para cada red social	1		
Diseñar los videos relacionado al giro del negocio.	1	\$345.00	C\$11,760.26
Implementar el uso de KPI's para control y seguimiento de las actividades	1		
Capacitación del personal sobre las técnicas publicidad mediante el administrador comercial de Facebook.	1	\$85.00	C\$2,897.45
Crear Landing page para generar contenido en la web	1	\$30.00	C\$1,022.63

Crear fanpage orientado a servicios	1	\$0.00	C\$0.00
Crear perfil en red social LinkedIn	1	\$0.00	C\$0.00
Configurar cuenta de WhatsApp Business	1	\$0.00	C\$0.00
Capacitación del personal sobre las técnicas publicidad mediante marketing digital y redes sociales.	1	\$125.00	C\$4,260.96
TOTAL			C\$75,496.07

Fuente: Elaboración propia

Adicionalmente como incentivo a la implementación de las estrategias, se realizó una propuesta de diseño, requerimientos y maquetado web relacionado a una de las actividades a desarrollar de la estrategia 10. Ver anexo 10 y 11.

3.4. Costo, Inversión y año de Ejecución de Estrategia.

Tabla 37: Resumen de costo e inversión por estrategia

Costos, Inversión total por cada estrategia		
Estrategia	Costo	Año de Ejecución
E3	C\$24,202.27	2020
E4	C\$1,949,443.21	2020
E16	C\$1,943.00	2021
E7	C\$5,113.16	2021
E7	C\$32,553.75	2021
E13	C\$6,783.45	2022
E14	C\$60,144.34	2022
E2	C\$24,031.83	2023
E8	C\$6,817.54	2023
E8	C\$126,124.49	2023

E4	C\$1,867,064.00	2023
E1	C\$61,357.86	2024
E10	C\$75,496.07	2024
TOTAL	C\$4,241,074.97	

Fuente: Elaboración propia

3.5. Costo e inversión por año.

Tabla 38: Costo e inversión de implementación de estrategias por año

COSTO	2020	2021	2022	2023	2024
	C\$1,973,645.48	C\$1,989,053.12	C\$66,927.79	C\$2,024,037.86	C\$136,853.93

Fuente: Elaboración propia

3.6. Proyección de Ingresos.

En el siguiente apartado se proyectan los ingresos que obtendrá el negocio GET SOLUTIONS una vez que vaya transcurriendo la implementación de este plan estratégico. Se estima un incremento de ingresos en el primer año del 15% y el 20% anual después del año 2020, tomando como referencia ingresos del año 2018 y 2019 con una cantidad de C\$ 5,113,155.00 y C\$ 6,817,540.00 respectivamente.

Tabla 39: Incremento de ingresos anual

INCREMENTO ANUAL				
15%	20%	20%	20%	20%
PROYECCIÓN DE INGRESOS				
2020	2021	2022	2023	2024
C\$	C\$	C\$	C\$	C\$
6,860,149.63	8,232,179.55	9,878,615.46	11,854,338.55	14,225,206.26

Fuente: Elaboración propia

3.7. Proyección de utilidades.

En la tabla 40 se presenta los ingresos, costos y utilidades que generará la empresa a partir del 2020 hasta el 2024 que termina el período de implementación del plan. Cabe destacar que ya van integrado los costos de cada proyecto y los gastos comunes del negocio. Para validar mayor detalle ver anexos digitales en el archivo Excel, en la hoja proyección de ingresos.

Tabla 40: Utilidad proyectada

	UTILIDAD PROYECTADA				
	PROYECCIÓN DE UTILIDAD ANUAL				
CONCEPTO	2020	2021	2022	2023	2024
INGRESOS ADICIONALES PROYECTADA	C\$ 894,802.12	C\$ 1,968,564.68	C\$ 3,301,819.84	C\$ 4,948,703.15	C\$ 6,974,289.09
INGRESOS ACTUALES	C\$ 5,965,347.50	C\$ 6,263,614.88	C\$ 6,576,795.62	C\$ 6,905,635.40	C\$ 7,250,917.17
GASTOS DE PROYECTO	C\$ 29,315.42	C\$ 1,983,939.96	C\$ 1,980,919.79	C\$ 3,938,029.86	C\$ 3,917,909.93
GASTOS ACTUALES	C\$ 3,579,208.50	C\$ 3,758,168.93	C\$ 3,946,077.37	C\$ 4,143,381.24	C\$ 4,350,550.30
SALDO MENSUAL/UTILIDAD	C\$ 3,251,625.70	C\$ 2,490,070.66	C\$ 3,951,618.30	C\$ 3,772,927.45	C\$ 5,956,746.03

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se presenta las utilidades proyectadas de la empresa sin la implementación de los ingresos estimados y costos que generará el plan, para ello se consideró un índice de crecimiento que tenía la empresa del 5% anual.

Tabla 41: Utilidad actual de GET SOLUTIONS.

UTILIDAD ACTUAL					
	2020	2021	2022	2023	2024
UTILIDAD ACTUAL	C\$ 2,386,139.00	C\$ 2,505,445.95	C\$ 2,630,718.25	C\$ 2,762,254.16	C\$ 2,900,366.87

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 42: Diferencia de Utilidades.

DIFERENCIA DE UTILIDADES					
	2020	2021	2022	2023	2024
DIFERENCIA UTILIDAD A Y H	C\$ 865,486.70	-C\$ 15,375.29	C\$ 1,320,900.05	C\$ 1,010,673.29	C\$ 3,056,379.16

Fuente: Elaboración propia.

Una vez obtenidas las utilidades actuales de la empresa y las estimadas por cada estrategia, en la tabla 42, se obtuvieron las diferencias entre utilidades, a pesar que en el 2021 las utilidades son negativas debido a que los costos se excedieron con la aplicación de las estrategias, en los próximos años la posición de la empresa mejorará, haciendo a GET SOLUTIONS una empresa con mayor rentabilidad y mejores beneficios administrativos, organizacionales y comerciales gracias a la correcta implementación y seguimiento del plan estratégico.

VI. Conclusiones.

El diagnóstico del plan estratégico brinda como resultados de la presente investigación que la empresa Grupo Empresarial Tecnológico de Soluciones – GET SOLUTIONS no cuenta con un perfil correctamente definido, poseen una estructura organizacional informal, sobrecarga de fusiones sobre los trabajadores Administrativos y operativos, no poseen documentación relevante para la gestión empresarial, tienen poca participación en medios publicitarios y poca implementación estratégica para mantenerse en el mercado.

Las estrategias a desarrollar en dicho plan proporcionarán mecanismos y controles que la ubican en una mejor posición y estabilidad, permitiendo establecer planes de corto, mediano y largo plazo, que aseguren una óptima gestión administrativa y mayor rentabilidad. También contribuirá a realizar las actividades más eficiente, facilitando un mejor liderazgo en el mercado, contar con nuevas tecnologías innovadoras, sistemas informáticos y una página web para el reconocimiento y fortalecimiento de la imagen del negocio para una administración estratégica.

El plan estratégico es viable para su implementación en la empresa, ya que con su ejecución obtendrán múltiples beneficios que serán de gran contribución para el desarrollo del negocio, por lo que llevar a cabo todas las actividades tendrá un costo de C\$ 428,148.33 a lo largo de la implementación del plan correspondiente a 5 años.

Para incentivar la implementación de dicho plan, se realizaron varias propuestas para impulsar su desarrollo, dentro de las cuales se realizó un perfil estratégico para contar con lineamientos estratégicos y conocer su alcance. También se elaboró una propuesta de organigrama para el desarrollo de funciones, adicionalmente se presentaron fichas ocupacionales de lo propuesto y por último se diseñó una propuesta de una página web, con el fin de dar conocer la cartera de servicios y beneficios que obtendrán los usuarios mediante GET SOLUTIONS.

VII. Recomendaciones

GET SOLUTIONS debe de orientar sus esfuerzos para consolidarse en el mercado de forma competitiva y como una empresa líder de los servicios tercerizados, para ello deberá comenzar por establecer una organización formal, basada en principios de gestión y administración que se oriente a ampliar los segmentos de mercado, aumentar la cartera de servicios y obtener la fidelidad de los clientes, para mejorar la posición competitiva.

La empresa debe definir su organización, perfil estratégico, imagen corporativa, principios y valores que sustentaran la administración, permitiendo implementar el plan de manera efectiva y alcanzar una mejor posición en el mercado. Posteriormente debe ejecutarse durante el plazo del plan, las estrategias se han definido para que clientes y colaboradores se encuentren satisfechos con el servicio y atención y así disminuir tiempos de espera de atención.

Por lo que el negocio necesita realizar las inversiones propuestas, para mantener una amplia gama de servicios con calidad y poder satisfacer las necesidades del mercado, acercándose a sus clientes, para que este documento contribuya a generar mayor rentabilidad, tomar buenas decisiones y convertirse en un negocio de mayor prestigio.

Para que la empresa obtenga los beneficios planteados, es necesario mantener al personal informado de cada actividad en proceso de ejecución, de esta forma validar cada una de las actividades planteadas y brindar el seguimiento correspondiente según lo planificado, que permita comparar los resultados obtenidos con los propuestos en el documento.

La Junta Directiva en conjunto de Gerencia General deberán someter a revisión el plan estratégico, esperando su aprobación para la implementación. Se recomienda que, de ser aprobado dicho plan, la empresa debe de iniciar en cuanto antes la ejecución de las estrategias. Cabe destacar que se debe realizar un estudio de factibilidad para las estrategias que lo requieran, de esta manera garantizar la adecuada gestión de los recursos y la eficiencia sobre la actividad.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

Armstrong, G. & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing*. 11va Edición. México: Pearson Education.

Armstrong, G & Kotler, P. (2008). *Fundamentos de marketing*. 8va Edición. México: Pearson Educación.

Baca Urbina, G. (2004). *Evaluación de Proyectos*. 7ma. Edición. Mc Graw Hill, Pag.3

Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. 7ma. Edición. D. F, México: McGraw-Hill/INTERAMERICANA EDITORES, S.A

Behar Rivero, D. S. (2008). *Metodología de Investigación*. Sanabria: Editorial Shalom.

Burbano Ruiz, J. E. (2011). *Presupuestos*. Bogotá, Colombia: Mc, Graw-Hill INTERAMERICANA S, A.

Calvo, J. M. & Básamo, M. L. (2017). *Principios de administración y contabilidad: una perspectiva empresarial*, 1ª edición. Córdoba, Argentina: Universidad Católica de Córdoba.

Chiavenato, I. (2000). *Administración de Recursos Humanos*. 5ta Edición. Santafé de Bogotá, Colombia: McGraw-Hill INTERAMERICANA, S.A.

Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos*. 9na Edición. D.F, México: McGraw-Hill/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.

Fleitman, J. (2000). *Negocios Exitosos*. México: McGraw Hill Interamericana.

Llanes Chiquini, C. M., Aguilar Tello, L C., Muños Álvarez, H. Sarabia Alcocer, M. (2015). *Revista iberoamericana de producción académica y gestión educativa*. 1ra. México: Editorial CENID.

Fred. R, D. (2003). *Conceptos de Administración estratégica*. 9na Edición. México: PEARSON EDUCACIÓN.

Fred. R, D. (2013). *Conceptos de Administración Estratégica*. 14va Edición. México: PEARSON EDUCACIÓN.

Godet, M. (1993). *De la anticipación a la acción manual de Prospectiva estratégica*. Edición Original. Barcelona, España: MARCOMBO S, A, Pág. 90.

Hernández, A. Hernández, V. & Hernández, S. (2005). *Evaluación y Formulación de proyectos de inversión*. 5ta Edición. México: Edit. Thompson.

Hernández y Rodríguez, S. (2006). *Introducción a la Administración*. 4ta Edición. D.F, México: McGraw-Hill/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.

Lawrence J. Gitman. (2009). *Fundamentos de inversión décima*, 10.ma edición México: Pearson Education.

Polimeni. R. S. (1989). *Contabilidad de Costos*. 3ra Edición. Santafé de Bogotá, Colombia: McGraw-Hill INTERAMERICANA, S.A.

Reyes Echeagaray, D. A (2016). *Tecnología de información y comunicación en las organizaciones*. 1ra. Edición. D.F, México: Reyes Echeagaray, D. A (2016). Tecnología de información y comunicación.

Stanton, Etzel. & Walker. (2007). *Fundamentos de marketing*. 14va. Edición, México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Souza, A. (1968). Teobaldo. Diccionario profesional de Relaciones Públicas y comunicación y glosario de términos angloamericanos.

Thompson, A. y Strickland. A. (2012). *Administración Estratégica*. 4ta. Edición. Editorial Mc Graw Hill.

Vicuña, J. (2012). *El plan estratégico en la práctica*. ESIC Editorial.

Valdez, L. (2004). *Planeación estratégica con enfoque sistémico*. 2º Edición, Pág. 27

Web grafía

ALIÓ, V. (12 de septiembre de 2017). Audalianexia. Obtenido de <https://www.audalianexia.com/blog/por-que-es-importante-contar-con-un-asesor-juridico-en-la-empresa/>

Custódio, Mónica. (7 de diciembre de 2017). Rdstation. Obtenido de <https://www.rdstation.com/es/blog/mapa-de-empatia/>

Iglesias, D. (08 de marzo de 2016). The School of internet marketing. Obtenido de <https://www.labschool.es/que-es-el-territorio-de-marca-estrategia-de-contenidos/>

Julián Pérez Porto. (2012). SOPORTE TÉCNICO Obtenido de: <https://definicion.de/soporte-tecnico/>

Juan Carlos Mejía Llano. (13 de noviembre de 2018). Juan Carlos Mejía Llano. Obtenido de <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/que-es-el-marketing-digital-su-importancia-y-principales-estrategias/>

Keropyan, A. (18 de OCTUBRE de 2008). El blog de retos para ser directivos. Obtenido de El blog de retos para ser directivos: <https://retos-directivos.eae.es/empresas-de-servicios-tipos-y-caracteristicas/>

Lastra Fernández, E. (3 de mayo de 2018). ARTYCO. Obtenido de <https://artyco.com/buyer-persona-que-es-y-como-crearlo/>

Parada, P. (3 de septiembre de 2013). Pascual Parada – Consultor de economía digital y de crecimiento, mentor y formador para empresas y startups. Obtenido de <http://www.pascualparada.com/analisis-pestel-una-herramienta-de-estudio-del-entorno/>

Vogel, Mario Héctor (2018). Club Tablero de Comando. Obtenido de <https://www.tablerodecomando.com/que-es-un-diagnostico/>

Prado Espinoza, A. (23 de marzo de 2012). Slideshare.net. Obtenido de <https://es.slideshare.net/azu444/dx-situacional>

Tresjuncos J., (02 de agosto 2016). Qué es la Asesoría Jurídica y sus funciones Obtenido de <https://www.forocontunegocio.es/la-asesoria-juridica-funciones>

Funides (2020) Perspectivas Socioeconómicas 2020 recuperado de <https://funides.com/wp-content/uploads/2019/11/Perspectivas-2020.pdf>

La Prensa (2020). BCN revela que Nicaragua finalizó el 2019 con una inflación 6.13%, la más alta en cinco años Recuperado de <https://www.laprensa.com.ni/2020/01/21/economía/2631879-bcn-revela-que-nicaragua-finalizo-el-2019-con-una-inflacion-6-13-la-mas-alta-en-cinco-anos>.

Mildred Andrea Silva Bustos (2014). Propuesta de plan estratégico para la empresa Soluciones de empaque S.A en el periodo 2015 – 2017. Universidad Centroamericana UCA, Managua, Nicaragua.

Estrategia y Negocios (2018) Nicaragua: Ortega rompe relación con empresa privada, tras 11 años de consenso Recuperado de <https://www.estrategiaynegocios.net/lasclavesdeldia/1201600-330/nicaragua-ortega-rompe-relaci%C3%B3n-con-empresa-privada-tras-11-a%C3%B1os-de-consenso>

100% Noticias (2020) Confidencial: Se Mantiene 182economía empresario-Ortega Recuperado de <https://100noticias.com.ni/182economía/98893-confidencial-mantiene-ruptura-empresarios-ortega/>

EFE. (10 de febrero de 2019). Obtenido de <https://www.efe.com/efe/america/economia/nicaragua-se-encamina-a-su-peor-crisis-economica-de-los-ultimos-30-anos/20000011-3893157>

FUNIDES. (12 de noviembre de 2019). FUNIDES. Obtenido de <https://funides.com/wp-content/uploads/2019/11/Perspectivas-2020.pdf>

Álvarez, W. (21 de enero de 2020). La Prensa. Obtenido de <https://www.laprensa.com.ni/2020/01/21/economia/2631879-bcn-revela-que-nicaragua-finalizo-el-2019-con-una-inflacion-6-13-la-mas-alta-en-cinco-anos>.

Hosting Nicaragua. (09 de Marzo de 2020). Obtenido de Hosting Nicaragua: <http://www.hostingnicaragua.com/dominios.com>

IX. ANEXOS.

Anexo 1: Formatos de Entrevistas dirigida a personal administrativo.

CUESTIONARIO 1.

Entrevista dirigida al Gerente General y Administrador.

Objetivo: Recopilar información que permita conocer la situación actual de la empresa, de acuerdo a los procesos que realizan los empleados, para realizar un diagnóstico completo.

Preguntas

1. ¿Cuál es el giro de la empresa?
2. ¿Existen otras sucursales de la empresa?
3. ¿La empresa cuenta con un organigrama formal y tiene usted una misión, visión, valores u objetivos planteados para el desempeño de cada trabajador?
4. ¿En el desempeño laboral, los trabajadores se rigen bajo un manual de funciones?
5. ¿La empresa cuenta con un manual de procesos para el desempeño de sus labores?
6. ¿Cómo se establecen la toma de decisiones en la empresa?
7. ¿Cuáles son los servicios que ofertan y a quienes dirigen estos servicios?
8. ¿El personal con el que cuenta la empresa es suficiente para llevar a cabo todas sus funciones?
9. ¿Conocen sus empleados la documentación formal de la empresa tal como misión, visión, objetivos, manuales de procedimientos entre otros documentos institucionales?
10. ¿Cómo se mide el desempeño de los trabajadores?
11. ¿Cómo realiza el proceso de selección, reclutamiento y contratación de personal?
12. Al momento de ejecutar los servicios, ¿se lleva algún tipo de control y seguimiento de lo que realiza cada empleado?

13. Explique de forma general como se da la organización y distribución de trabajo en la empresa.
14. ¿Qué tipo de factores considera que afecten la capacidad de rendimiento de la empresa?
15. ¿La empresa ofrece programas de capacitación para mejorar en sus empleados las labores profesionales? ¿qué factores se toman en cuenta para realizarlas?
16. ¿Cuáles son los factores o elementos más importantes que considera que ayuden a alcanzar de manera exitosa las metas trazadas en el negocio?
17. ¿En qué aspectos considera usted que debería prestar atención para mejorar la calidad de la gestión de sus servicios? ¿Por qué?
18. ¿De qué forma realiza la administración de recursos tecnológicos?
19. ¿Cuenta con sistemas automatizados para la gestión de sus actividades?
20. ¿Establecen estrategias para la gestión de las actividades de la empresa? Si las establecen ¿de qué forma lo han realizado?

Anexo 2: Respuesta de entrevista dirigida al Gerente General y Administrador.

Gerente General: MSC. Roger Montenegro.

Objetivo: Recopilar información que permita conocer la situación actual de la empresa, de acuerdo a los procesos que realizan los empleados, para realizar un diagnóstico completo.

Preguntas

1. ¿Cuál es el giro de la empresa?

La empresa inicialmente empezó ofertando servicios informáticos a las empresas, dentro de estos servicios brindábamos capacitaciones en office, software de adobe, mantenimiento de equipos, instalación de redes y desarrollo de aplicaciones de escritorio; en la parte legal brindábamos asesorías, llevábamos juicios penales y elaboración de documentos legales como escrituras, poderes

entre otros. Ya luego con el tiempo integramos los servicios administrativos, donde elaborábamos estudios de prefactibilidad en algunas instituciones del estado, brindábamos asesorías a las empresas para mejorar sus actividades, elaboración de documentación de procesos y planes de mejora. Por último, ingresamos al marketing digital porque los muchachos de la empresa tuvieron la iniciativa de abrirse a ese rubro ya que se miraba buen movimiento entre las empresas, por lo que se inició bien con una persona encarga que dominaba más el tema y trató de capacitar al resto de colaboradores interesados, ya luego por razones ajenas dejamos de colaborar y nos quedamos brindando lo más básico del servicio de marketing que son las redes sociales. Enfocándonos en varias cosas lo que nos ayuda como empresa a desempeñar labores de cualquier actividad.

2. ¿Existen otras sucursales de la empresa?

No solamente esta empresa, lo que si tenemos es una red de profesionales que nos apoyan en brindar algunos de los servicios

3. ¿La empresa cuenta con un organigrama formal y tiene usted una misión, visión, valores u objetivos planteados para el desempeño de cada trabajador?

Si se elaboró un organigrama cuando se constituyó la empresa, pero no todos los cargos que se desempeñan actualmente están contemplados, ya que los demás muchachos son contratados mediante servicio profesional. No tenemos definida la misión y visión, solamente nos preocupamos por el resto de las empresas y en brindar una buena atención al cliente.

Respecto a los valores no se hay ninguna definición y objetivo son los que tenemos presentes en los volantes.

4. ¿En el desempeño laboral, los trabajadores se rigen bajo un manual de funciones?

Las actividades de cada uno de los empleados se desenvuelven mediante asignaciones que se van implementando por el administrador según los cargos asignados

5. ¿La empresa cuenta con un manual de procesos para el desempeño de sus labores?

No se tiene un manual, pero si se conoce las funciones que laboran cada uno y las capacidades de cada uno para desempeñar diversas actividades

6. ¿Cómo se establecen la toma de decisiones en la empresa?

Si son actividades breves y leve quien toma decisiones es el administrador, pero si son cosas administrativas de mayor importancia y que de eso depende la actividad en la empresa lo hago yo, por lo general siempre tomo las decisiones y se las hago conocer al administrador.

7. ¿Cuáles son los servicios que ofertan y a quienes dirigen estos servicios?

Servicios informáticos de reparación y mantenimiento de pc, reparación de celulares, levantamiento de redes, instalación de servidores, soporte técnico a empresas, servicios administrativos se desempeñan evaluaciones de proyectos, Gestionamiento de recursos humanos y consultorías en administración, organización y finanzas; De servicios de marketing realizamos gestiones de redes sociales y elaboración de diseños y en la parte legal realizamos documentos, llevamos casos y asesamos en temas tributarios a nivel de empresa y de familia para personas naturales.

8. ¿El personal con el que cuenta la empresa es suficiente para llevar a cabo todas sus funciones?

Va en dependencia de la demanda, muchas veces toca buscar contactos que puedan apoyarnos para satisfacer los servicios de todos los clientes

9. ¿Conocen sus empleados la documentación formal de la empresa tal como misión, visión, objetivos, manuales de procedimientos entre otros documentos institucionales?

No tienen conocimiento de ningún tipo de documento institucional ya que no existen en la empresa.

10. ¿Cómo se mide el desempeño de los trabajadores?

El desempeño se evalúa de acuerdo a las actividades elaboradas, se verifica el desempeño del trabajo realizado y se pregunta al cliente si obtuvo alguna inquietud u observación. En caso de haber observaciones se evalúa el trabajo realizado y el desempeño que realizó el colaborador.

11. ¿Cómo realiza el proceso de selección, reclutamiento y contratación de personal?

Al momento de necesitar una persona para algún servicio, se publica en periódicos para recepcionar curriculum de distintos candidatos. En caso que sea un cargo muy importante para un servicio exigente, quien evalúa los curriculum es el gerente general, sin embargo, si es un cargo para realizar funciones generales los curriculum los evalúa el administrador y una vez encontrado el personal seleccionado se agenda una reunión con el mismo; luego el gerente general realiza una última entrevista para validar el perfil de la persona y proceder a su contratación.

12. Al momento de ejecutar los servicios, ¿se lleva algún tipo de control y seguimiento de lo que realiza cada empleado?

Si se lleva control de las asignaciones que tiene cada uno de los empleados y se controla hasta que termina el empleado de ejercerlo para evaluar el trabajo realizado.

13. Explique de forma general como se da la organización y distribución de trabajo en la empresa.

La organización del trabajo lo realiza el administrador quien distribuye a cada uno de los colaboradores tareas de un servicio específico según su especialidad, mayormente el administrador y yo nos encontramos ligados en todos los servicios ya que de mi parte queda garantizarle al cliente un buen servicio.

Las tareas que asigna el administrador, van acorde al perfil y conocimiento del colaborador, lo que permite desempeñar con mayor calidad la tarea asignada.

Todos los trabajadores tienen horarios de entrada y salida los días laborales, sin embargo, el administrador se queda junto conmigo, para tratar de ordenar y organizar las actividades de la semana en horarios extraordinario hasta el momento de terminar lo que se está trabajando.

14. ¿Qué tipo de factores considera que afecten la capacidad de rendimiento de la empresa?

Actualmente tenemos debilidades en la parte comercial, ya que no mucha gente nos conoce como empresa que brinda múltiples servicios como nosotros. Visto desde otra perspectiva, los empleados desempeñan sus funciones y se limitan a eso, teniendo una gran debilidad para poder implementar una estrategia en la que pueda expandirse en el mercado

En ocasiones el poco conocimiento y experiencia de algunos trabajadores provoca lentitud en el servicio. Algunas sobrecargas de trabajo entre empleados, provoca agotamiento para la persona y baja el rendimiento al momento de desempeñar sus actividades.

15. ¿La empresa ofrece programas de capacitación para mejorar en sus empleados las labores profesionales? ¿qué factores se toman en cuenta para realizarlas?

No se realiza ningún tipo de capacitación continua, cada uno de los colaboradores es el encargado de continuar especializándose y enriqueciéndose de conocimiento.

16. ¿Cuáles son los factores o elementos más importantes que considera que ayuden a alcanzar de manera exitosa las metas trazadas en el negocio?

En primer lugar, tratar de darle solución a la brevedad a los clientes, tener varios contactos de personas capacitadas para realizar diferentes servicios, tener experiencia en cada rubro desempeñado

17. ¿En qué aspectos considera usted que debería prestar atención para mejorar la calidad de la gestión de sus servicios? ¿Por qué?

En la formalización de procesos y documentación al momento de prestar el servicio para que sea un proceso estándar propio de la empresa y así todos los colaboradores se guíen mediante este documento y mantener la calidad.

También en contribuir con los colaboradores a que lleven una capacitación continua para que puedan desempeñar diferentes funciones dentro de la empresa.

18. ¿De qué forma realiza la administración de recursos tecnológicos?

Los muchachos de soporte técnico son los que semestralmente les brindan mantenimiento a los equipos de la empresa. Cada uno de los equipos se encuentran asignados a algunos trabajadores para desempeñar las actividades. Al momento de dañarse un componente solamente se envía a comprar para proceder a instalarlo, pero no se cuenta con una administración completa y debidamente documentada.

19. ¿Cuenta con sistemas automatizados para la gestión de sus actividades?

El único sistema con el que contamos es el de contabilidad donde se van registrando todos los documentos como facturas, recibos, notas de crédito y débito y algunos comprobantes manuales, pero no se lleva un sistema de gestión de control de actividades que lleve el control y seguimiento del servicio.

20. ¿Establecen estrategias para la gestión de las actividades de la empresa? Si las establecen ¿de qué forma lo han realizado?

Nunca lo realizamos como se debe de realizar correctamente, más que todo por falta de tiempo, ya que nos enfocamos en atender a todos nuestros clientes, más que el administrador y yo llevamos seguimiento de lo que hacen los muchachos, por lo tanto, no lo elaboramos. Mas bien en su momento cuando hay baja demanda, lo que hacemos es hacer llamadas a clientes para ponernos a su disposición.

Anexo 3: Respuesta de la entrevista dirigida al Administrador.

Administrador: Ing. Luis Libby Velásquez.

Objetivo: Recopilar información que permita conocer la situación actual de la empresa, de acuerdo a los procesos que realizan los empleados, para realizar un diagnóstico completo.

Preguntas

1. ¿Cuál es el giro de la empresa?

El giro de la empresa es brindar servicios ligados a la informática tales como soporte y mantenimiento de pc y laptops, brindamos soportes tecnológicos a las empresas, levantamiento de redes y capacitaciones. En la parte administrativa se realizan evaluaciones de proyectos y estudios de gestiones de recursos humanos y procesos, en la parte legal se elaboran documentos legales, representaciones de empresas, juicios de familia y asesoría, en marketing solamente nos quedamos

con administración de redes sociales de algunas empresas y su diseño correspondiente.

2. ¿Existen otras sucursales de la empresa?

No solamente esta empresa, pero damos abasto a varias partes del país porque tenemos contactos que laboran para la empresa en el desempeño de sus servicios.

3. ¿La empresa cuenta con un organigrama formal y tiene usted una misión, visión, valores u objetivos planteados para el desempeño de cada trabajador?

Para cuando ingresé en la empresa siempre ha estado el mismo organigrama y no hay muchos cargos definidos, por lo que en la actualidad se desempeñan varios que no están contemplado, la mayoría de los trabajadores son contratados mediante servicio profesional para ejercer el servicio que necesitamos desempeñar. No hay misión y visión definida por la empresa, pero prácticamente le inculcamos al trabajador que tienen que brindar una buena solución a lo que el cliente les plantee y sean lo más profesional posible al resolverlo.

Respecto a los valores no se tienen formalmente, pero se encaminan a los muchachos a brindar el servicio lo más ético profesional posible y los objetivos están planteados en pro de los servicios para tener una referencia al momento de realizarlos

4. ¿En el desempeño laboral, los trabajadores se rigen bajo un manual de funciones?

Los empleados desenvuelven sus actividades mediante asignaciones que son asignadas del día a día según sus capacidades, para ello se lo que domina y se especializa cada uno.

5. ¿La empresa cuenta con un manual de procesos para el desempeño de sus labores?

No hay ningún tipo de manual de procesos, ni otro tipo de manual organizativo definido, solamente hay fichas ocupacionales mía y del gerente general.

6. ¿Cómo se establecen la toma de decisiones en la empresa?

Las tomas de decisiones siempre las tomo yo, pero tomando referencia la opinión del gerente general de tal manera que consulto de forma general, pero yo tomo la decisión, eso en cuanto a situaciones no graves, pero si ya es una decisión que afecte el rendimiento y operatividad de la empresa ya queda siempre en él tomar la mejor decisión, pero igual lo hacemos siempre validando los beneficios y desventajas que tendríamos.

7. ¿Cuáles son los servicios que ofertan y a quienes dirigen estos servicios?

Como te explicaba anteriormente los servicios informáticos de reparación y mantenimiento de pc, reparación de celulares, levantamiento de redes, instalación de servidores, soporte técnico a empresas. Los servicios administrativos que están: evaluaciones de proyectos, Gestionamiento de recursos humanos y consultorías en administración y organización. En servicios de marketing realizamos administración de redes sociales y elaboración de diseños y legalmente realizamos documentos, llevamos casos y asesoramos en temas de familia para personas naturales y tributarios a nivel de empresas.

8. ¿El personal con el que cuenta la empresa es suficiente para llevar a cabo todas sus funciones?

Con lo que tenemos actualmente sí, pero cuando demandan muchos servicios tenemos que acudir a varios contactos para que nos brinden el apoyo para lograr cumplir todas las solicitudes.

9. ¿Conocen sus empleados la documentación formal de la empresa tal como misión, visión, objetivos, manuales de procedimientos entre otros documentos institucionales?

No tienen conocimiento de ningún documento institucional que defina procesos o funciones ya que los tenemos contemplado en la empresa.

10. ¿Cómo se mide el desempeño de los trabajadores?

El desempeño se evalúa mediante actividades realizadas, se valida con el colaborador si tuvo algún tipo de dificultad y se pregunta al cliente que tal fue la atención que recibió y si fue efectiva a solución o asesoría.

11. ¿Cómo realiza el proceso de selección, reclutamiento y contratación de personal?

Cuando necesitamos una persona envío lo que necesitamos a periódicos para que sea publicados y quedamos a la espera de recepcionar curriculum. Cuando es un cargo de un muy exigente o estratégico, quien evalúa los curriculum es el gerente general, sino los realizo yo, una vez encontrado a la persona, agendo una reunión para entrevistarlo y validar si cumple con las expectativas requeridas y por último habla con el gerente general, quien realiza una última entrevista para validar el perfil de la persona y proceder a su contratación.

12. Al momento de ejecutar los servicios, ¿se lleva algún tipo de control y seguimiento de lo que realiza cada empleado?

Si se lleva control de las asignaciones de actividades que tiene cada uno de los empleados y se evalúa el trabajo terminado por parte del empleado.

13. Explique de forma general como se da la organización y distribución de trabajo en la empresa.

Yo me encargo de asignar las actividades de cada colaborador según sus capacidades, siempre el gerente general y yo llevamos seguimientos de todos los servicios que se van desempeñando para tener control de lo que realizan.

Las tareas asignadas siempre van en relación a sus conocimientos y capacidades del empleado, permitiendo tener mejores resultados al momento de brindar el servicio.

14. ¿Qué tipo de factores considera que afecten la capacidad de rendimiento de la empresa?

Una de las cosas puede ser la alta rotación de personal, ausencia de documentos formales de la empresa provoca colisión dentro de las actividades funcionales entre colaboradores. También se considera el desenfoco que tiene la empresa en los mercados a que va dirigido, como que no hay control suficiente para manipular diversos mercados a la vez, provocando inestabilidad comercial.

15. ¿La empresa ofrece programas de capacitación para mejorar en sus empleados las labores profesionales? ¿qué factores se toman en cuenta para realizarlas?

La empresa no ofrece ningún tipo de capacitación a los empleados, ya que cuando se contratan poseen un alto perfil y poseen diferentes habilidades que les permite desempeñar sus funciones.

16. ¿Cuáles son los factores o elementos más importantes que considera que ayuden a alcanzar de manera exitosa las metas trazadas en el negocio?

Tratar de atender de la mejor forma posible al cliente para causar una buena impresión, posteriormente encargarnos de brindar la mejor solución a los problemas que presenten. A fin de cultivar en cada uno de los clientes la necesidad de abocarse a la empresa para contratar nuestros servicios

17. ¿En qué aspectos considera usted que debería prestar atención para mejorar la calidad de la gestión de sus servicios? ¿Por qué?

Brindar el seguimiento continuo al desempeñar cada servicio para controlar que se realice un buen trabajo. Otra forma es tratar de contar con innovaciones

tecnológica que permitan diferenciar a la empresa de las demás, para facilitar y agilizar la atención de cada uno de los clientes.

18. ¿De qué forma realiza la administración de recursos tecnológicos?

El encargado de los servicios informáticos es quien brinda los mantenimientos de los equipos y asigna los equipos al personal de la empresa con la autorización de mi persona, de tal forma que se controle lo que tiene cada uno de los colaboradores para desempeñar las funciones. También me hago a cargo de llevar el control del inventario de los componentes y accesorios tecnológicos.

19. ¿Cuenta con sistemas automatizados para la gestión de sus actividades?

No, solamente poseemos un sistema que gestiona la parte contable, pero no se adapta a nuestras necesidades, donde permita llevar el control de los servicios desempeñados para brindarles el seguimiento correspondiente, se realicen el registro de las gestiones de compras e inventario, recursos humanos y otras funcionalidades que permitan dirigir de mejor manera la administración de la empresa.

20. ¿Establecen estrategias para la gestión de las actividades de la empresa? Si las establecen ¿de qué forma lo han realizado?

No se establecen ya que las actividades se implementan de forma previstas mediante reuniones en el momento, sin analizar formalmente un proceso que permita determinar el alcance de cada una de ellas.

Anexo 2: Formatos de encuesta dirigida a los trabajadores de la empresa.

ENCUESTA 1.

Encuesta dirigida a los trabajadores de la empresa.

Objetivo: Recopilar información de la situación de la empresa, según el entorno laboral y la perspectiva de cada uno de los trabajadores.

1. ¿Cuánto tiempo ha trabajado en GET SOLUTIONS?

Menos de 6 meses

6 meses – 1 año

12 años

3-5 años

Más de 5 años

2. Conoce la Misión y Visión de la empresa. En caso de no conocer alguna de ellas justifique su respuesta.

SI

NO

Justificación: _____

3. Tiene claros los objetivos de la empresa

SI

NO

4. ¿Considera que los objetivos van ligados con la misión de la empresa?

Justifique su respuesta

SI

NO

Justificación: _____

5. ¿Conoces la estructura y organización de la empresa?
- SI NO
6. Hace uso de manuales existentes en la empresa para el desarrollo de sus actividades
- SI NO
7. ¿En qué área de la empresa desempeña sus actividades laborales?
- Administración Tecnología Finanzas Legal
8. En general, ¿qué tan satisfecho está usted con su posición en esta empresa?
- Muy insatisfecho De alguna manera insatisfecho Insatisfecho
- De alguna manera satisfecho Muy satisfecho
9. Por favor, indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes declaraciones. ¿Siente que los empleados son reconocidos como individuos?
- Siempre A veces Raramente Nunca
10. La compañía comunica claramente sus objetivos y estrategias con usted.
- Siempre A veces Raramente Nunca

11. ¿Cómo calificaría el gestor en cada una de las siguientes áreas? Por favor, marque con un X lo que usted cree correspondiente.

	Pobre	Promedio	Bueno	Muy bien	Excelente
Comunicación					
Planeando y organizando					
Dirigir y coordinar					
Trabajo / Conocimiento técnico					
Relaciones interpersonales					

12. Seleccione con una "X" el nivel de aceptación de cada uno de los factores en las que se encuentra de acuerdo en base a su situación como empleado.

	Muy en desacuerdo	Desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Me siento alentado a llegar a nuevas y mejores formas de hacer las cosas.					
Mi trabajo me da una sensación de realización personal.					
Tengo las herramientas y los recursos para hacer bien mi trabajo.					
Cuando un cliente no está satisfecho, por lo general puedo corregir					

PLAN ESTRATÉGICO PARA GET SOLUTIONS.

el problema a su satisfacción.					
Mi trabajo hace un buen uso de mis habilidades y capacidades.					
Los altos directivos demuestran claramente con un compromiso con la calidad.					
Estoy satisfecho con la información que recibo de la gestión de lo que está pasando en mi división y en la empresa.					
Estoy satisfecho con mi participación en las decisiones que afectan a mi trabajo.					
Estoy satisfecho con la oportunidad de conseguir un mejor trabajo en esta empresa.					

13. Cómo valora la comunicación en su ambiente laboral con el resto del personal

Excelente

Buena

Intermedia

Pésima

14. Se otorga reconocimiento por buen desempeño laboral. Enumere algunos reconocimientos que se recibe en la empresa

Siempre Casi Siempre Ocasionalmente Nunca

15. ¿Los empleados que realizan las mismas tareas que tú, se encuentran en tu mismo nivel jerárquico?

Siempre Casi Siempre Ocasionalmente Nunca

16. ¿Tienes oportunidades de ascender en el puesto que laboras?

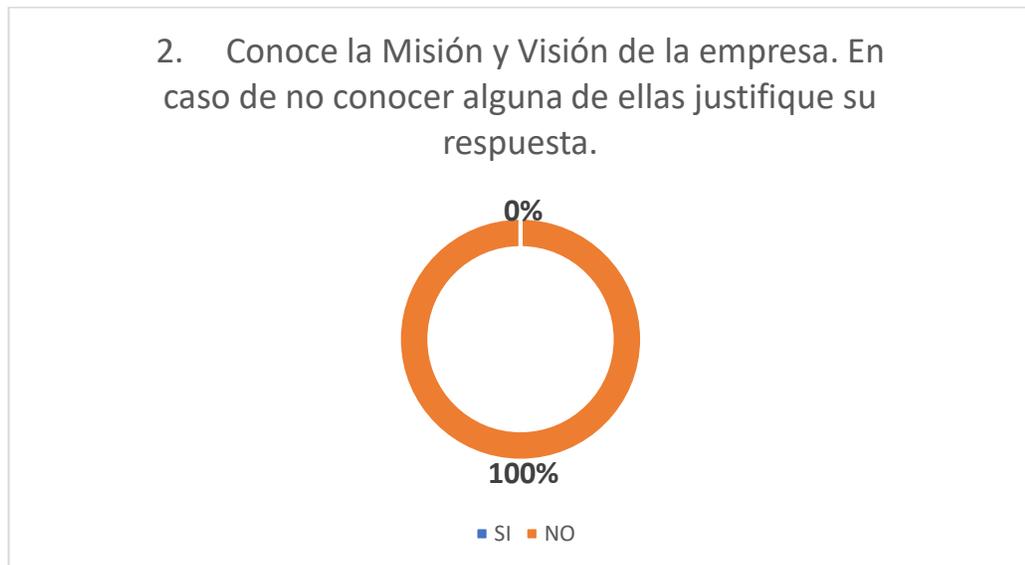
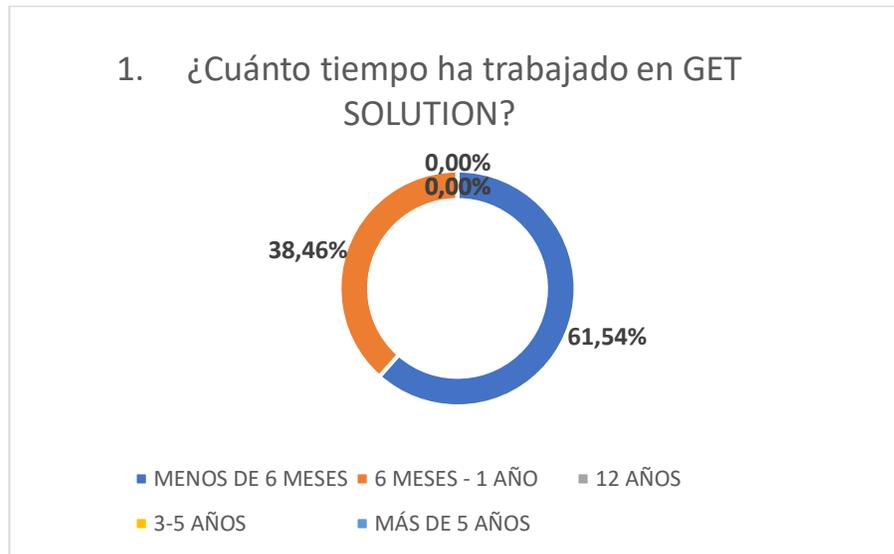
SI NO

17. ¿Considera que el equipo tecnológico que utilizan es el adecuado? Justifica tu respuesta

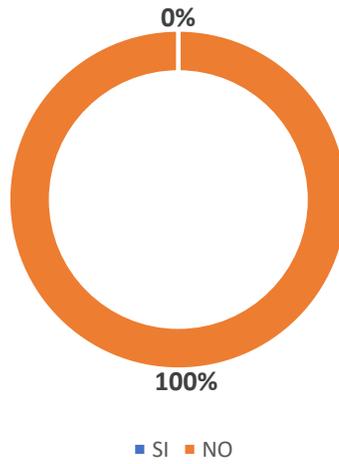
SI NO

Justificación:

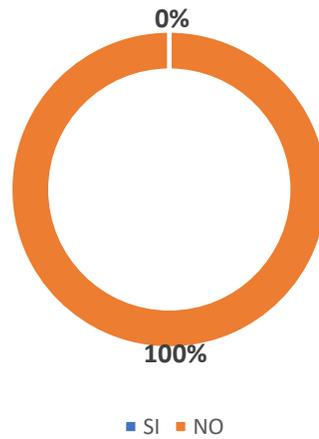
Anexo 3: Resultado de Encuesta de los empleados.



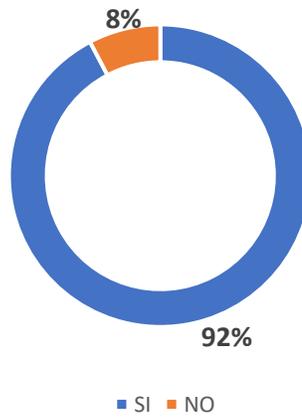
3. Tiene claros los objetivos de la empresa



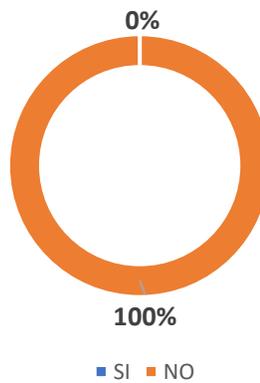
4. ¿Considera que los objetivos van ligados con la misión de la empresa? Justifique su respuesta



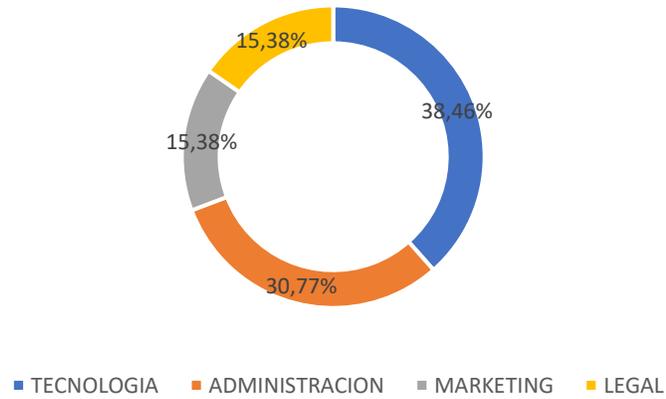
5. ¿Conoces la estructura y organización de la empresa?



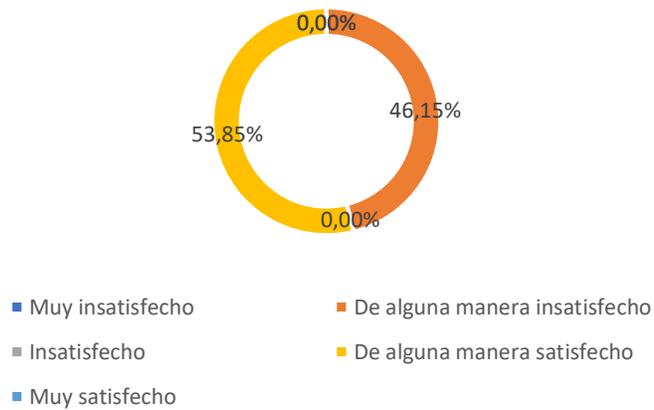
6. Hace uso de manuales existentes en la empresa para el desarrollo de sus actividades



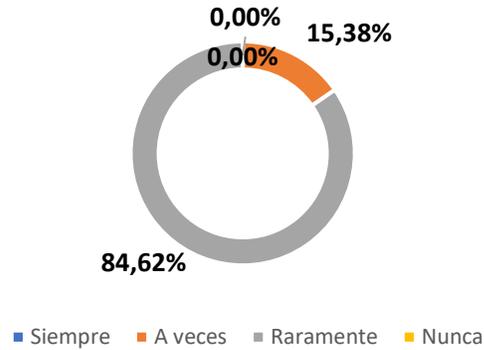
7. ¿En qué área de la empresa desempeña sus actividades laborales?



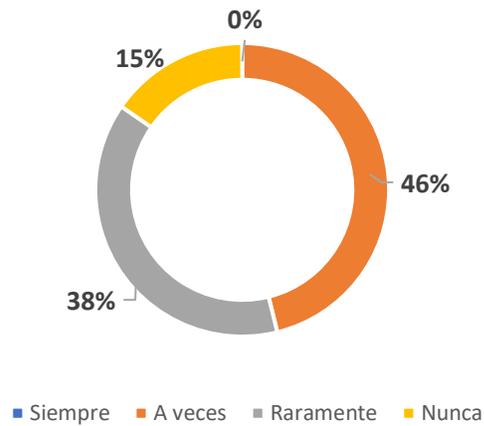
8. En general, ¿qué tan satisfecho está usted con su posición en esta empresa?



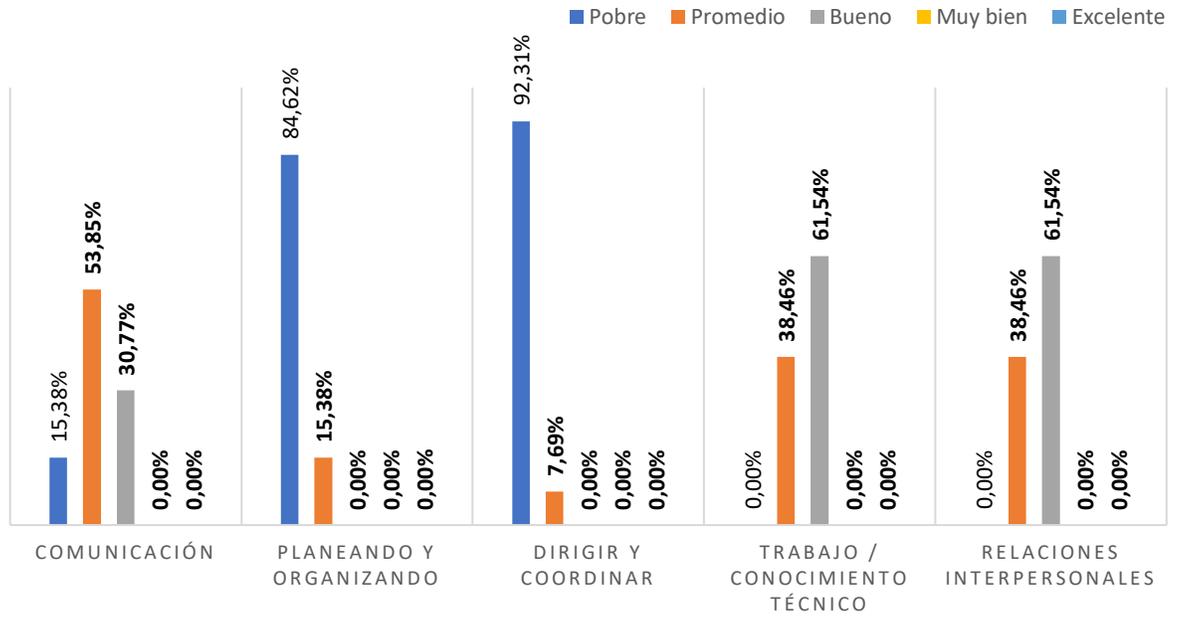
9. Por favor, indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes declaraciones. ¿Siente que los empleados son reconocidos como individuos?



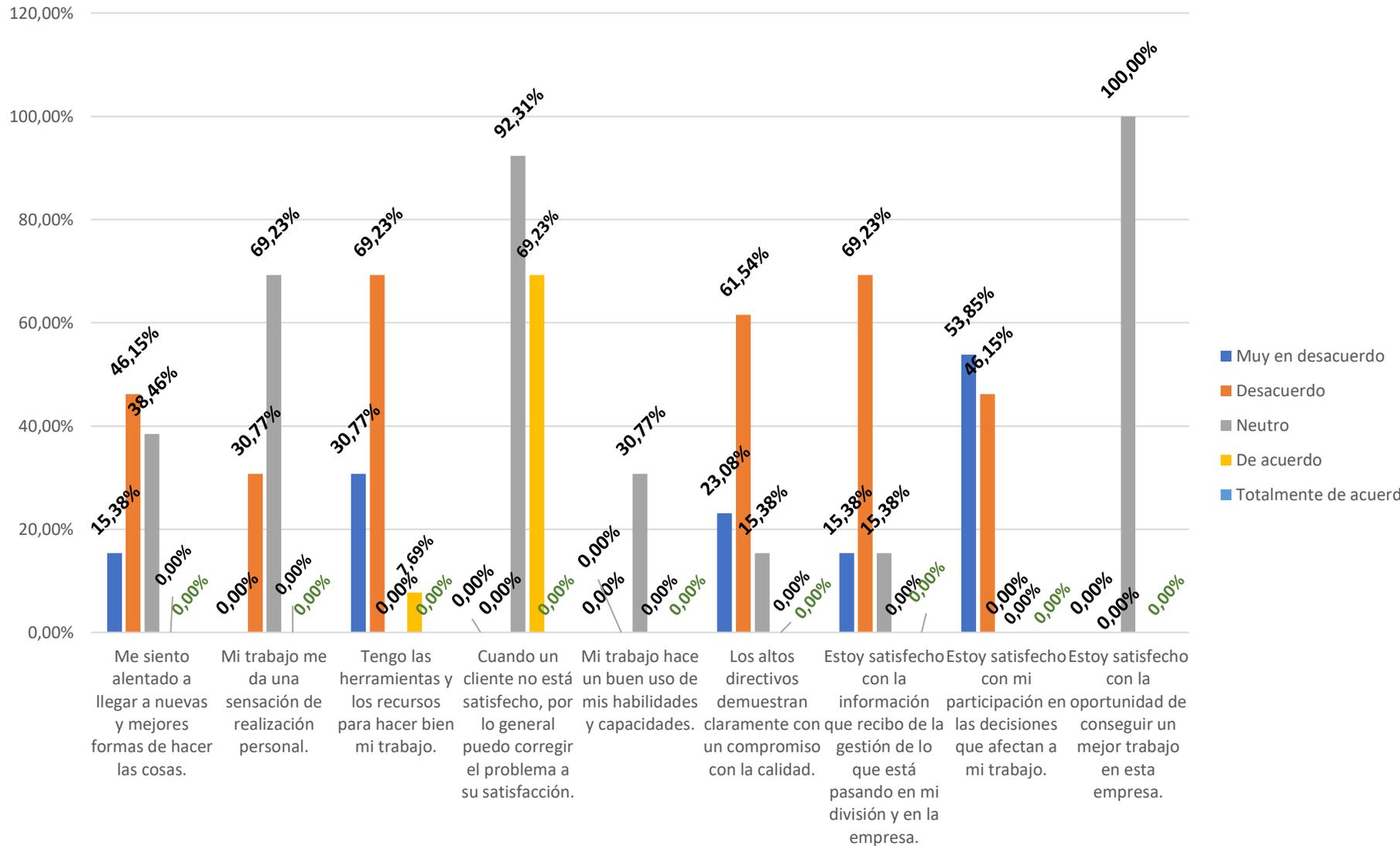
10. La compañía comunica claramente sus objetivos y estrategias con usted.



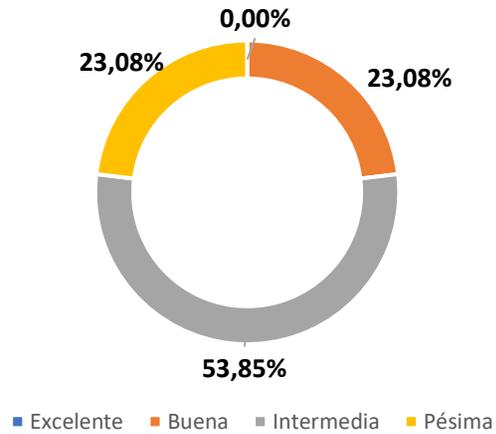
11. ¿Cómo calificaría el gestor en cada una de las siguientes áreas? por favor, marque con un x lo que usted cree correspondiente.



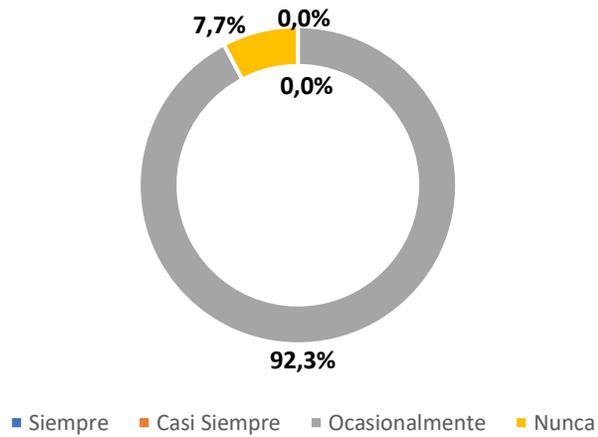
12. Seleccione con una "X" el nivel de aceptación de cada uno de los factores en las que se encuentra de acuerdo en base a su situación como empleado.



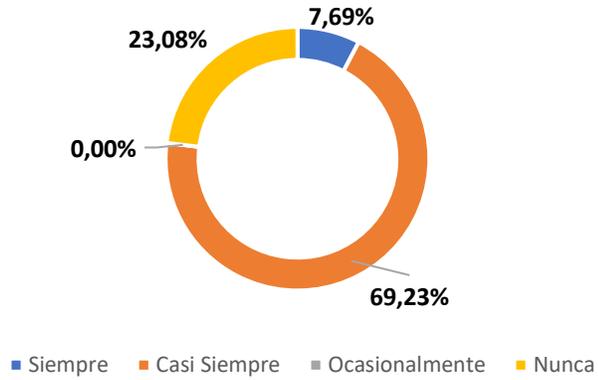
13. Cómo valora la comunicación en su ambiente laboral con el resto del personal



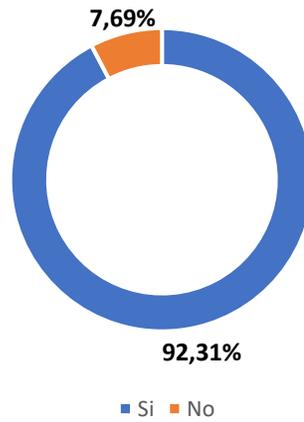
14. Se otorga reconocimiento por buen desempeño laboral. Enumere algunos reconocimientos que se recibe en la empresa

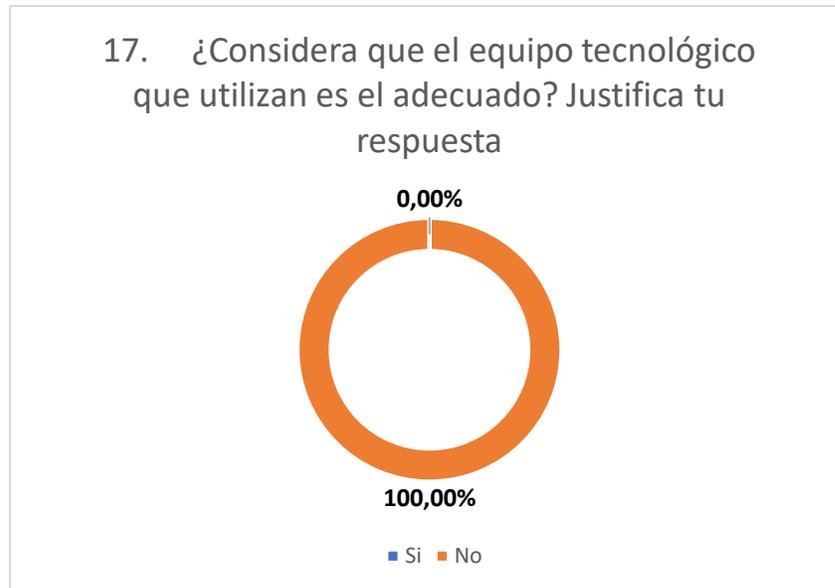


15. ¿Los empleados que realizan las mismas tareas que tú, se encuentran en tu mismo nivel jerárquico?



16. ¿Tienes oportunidades de ascender en el puesto que laboras?





Anexo 4: Formatos de encuesta dirigido a clientes de GET SOLUTIONS en relación a la atención y entorno de la empresa.

ENCUESTA 3.

Encuesta dirigida a los clientes activos que tiene la empresa.

Objetivo: Conocer la perspectiva que tiene cada cliente de GET SOLUTIONS en relación a la gestión de sus servicios y forma de atención al cliente.

Encuesta de clientes

1. ¿Cuál es la frecuencia con la que adquiere un servicio?

- Cinco Veces al Mes Tres Veces al Mes Una vez al mes
- Nunca

2. Cómo considera que es la atención al cliente.

- Muy buena Buena Normal
- Mala Muy Mala

3. Conoce todos los servicios que ofrece nuestra empresa.

- Muy buena Buena Normal
- Mala Muy Mala

4. Cuál fue su experiencia en el proceso de asesoramiento por parte del personal.

- Muy buena Buena Normal
- Mala Muy Mala

5. Según el servicio que adquiere en la empresa, resuelve algún problema y cumplió con sus expectativas.

- Siempre Casi Siempre Casi Nunca
- Nunca

6. Nuestro plazo de respuesta a la resolución de sus demandas le parece el adecuado.

- Muy buena Buena Normal
- Mala Muy Mala

7. En general, ¿cómo calificaría a GET SOLUTIONS?

- Excelente Bueno Promedio Pobre
- Terrible No es seguro

8. Para su **próxima** adquisición de servicio ¿qué probabilidades hay de compra en GET SOLUTIONS?

- Muy probable Algo probable Puede o puede que no
 Algo poco probable Muy poco probable N / A

9. ¿Cuál de los siguientes modos usó para poner conocer sobre nuestras ofertas?

- Volantes Internet Sobre el teléfono
 Recomendación

14. ¿Qué tan satisfecho está usted con en base a los siguientes criterios?

	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Neutral	Satisfecho	Muy Satisfecho
En general la calidad					
la experiencia de compra del servicio					
La instalación o el uso de la primera experiencia					
Después de la compra de servicios					

PLAN ESTRATÉGICO PARA GET SOLUTIONS.

(garantía, reparación, servicio de asistencia)					
Los representantes de servicio están bien entrenados.					
Cumplen con normas de conducta profesional.					
En general, estoy satisfecho con los representantes de servicio al cliente.					
El empleado está haciendo una contribución positiva a mi negocio					
El empleado responde a mis preguntas de manera oportuna					

15. Teniendo en cuenta el valor global del proyecto que pagó, considera que fue:

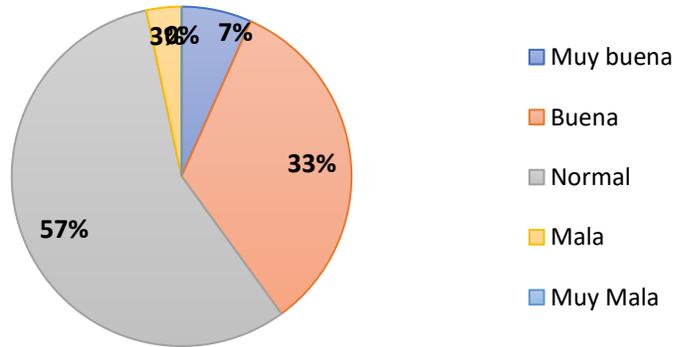
- Un valor excepcional, vale más de lo que pagó por ella
- Un buen valor, un valor aproximado de lo que pagó por ella
- Un valor pobre, vale menos de lo que pagó por ella
- No es seguro

16. En un párrafo corto, escriba algún comentario que tenga para GET SOLUTIONS.

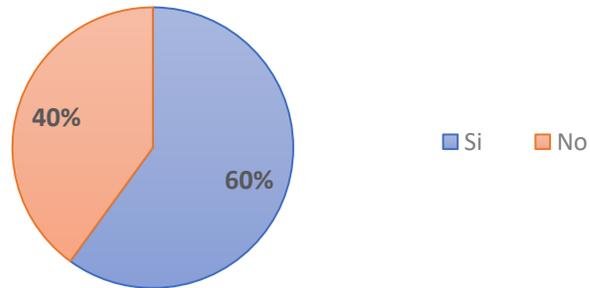
Anexo 5: Análisis de encuesta de Clientes



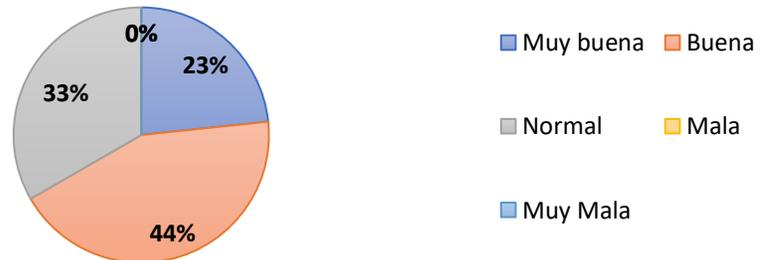
2. Cómo considera que es la atención al cliente



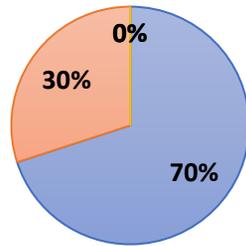
3. Conoce todos los servicios que ofrece nuestra empresa.



4.Cuál fue su experiencia en el proceso de asesoramiento por parte del personal.

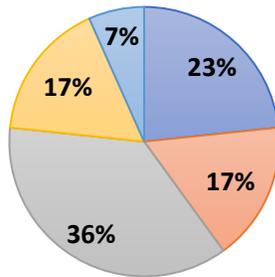


5. Según el servicio que adquiere en la empresa, resuelve algún problema y cumple con sus expectativas.



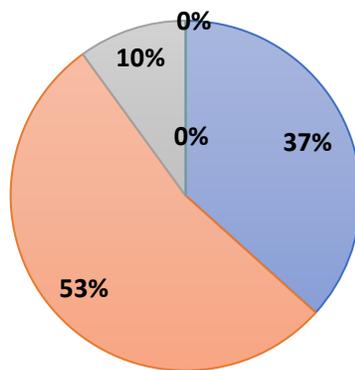
- Siempre
- Casi Siempre
- Casi nunca
- Nunca

6. Nuestro plazo de respuesta a la resolución de sus demandas le parece el adecuado.



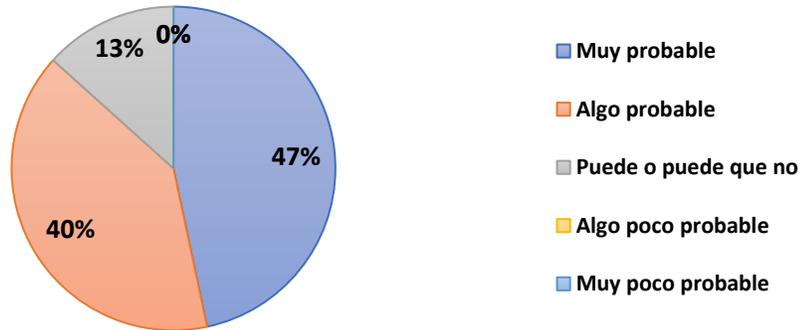
- Muy buena
- Buena
- Normal
- Mala
- Muy Mala

7. En general, ¿cómo calificaría a GET SOLUTION?

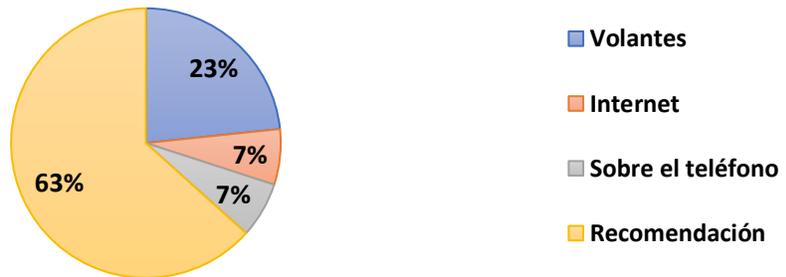


- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo
- Muy malo

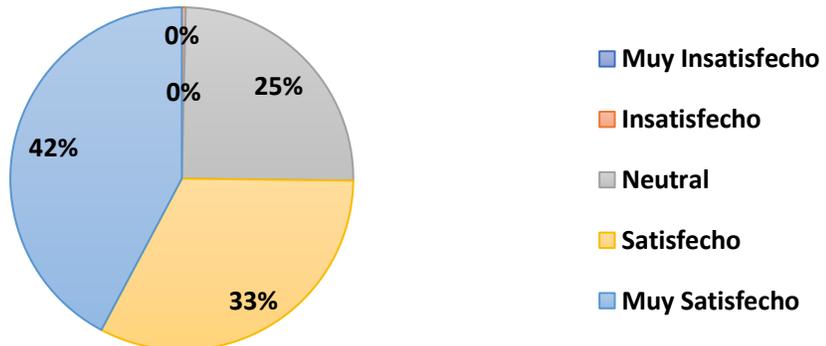
8. Para su próxima adquisición de un servicio ¿qué probabilidades hay de compra en GET SOLUTION?



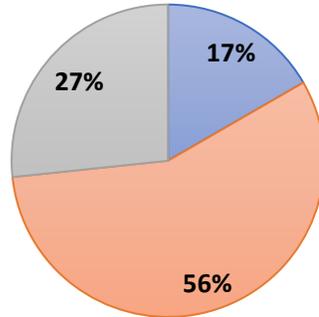
9. ¿Cuál de los siguientes modos usó para poner conocer sobre nuestras ofertas?



10. ¿Qué tan satisfecho está usted con en base a los siguientes criterios?



11. Teniendo en cuenta el valor global del proyecto que pagó, considera que fue:



- Un valor excepcional, vale más de lo que pagó por ella
- Un buen valor, un valor aproximado de lo que pagó por ella
- Un valor pobre, vale menos de lo que pagó por ella

Anexo 6: Fichas ocupacionales actuales de GET SOLUTIONS.

	Manual de Funciones “GET SOLUTIONS”	
	Versión: 1.0	Fecha: 04/07/2004
<p>Nombre del Puesto: Gerente General</p> <p>Responsable inmediato Superior: N/A</p> <p>Puestos Bajo Responsabilidad: Administrador, contador, responsables de servicios, cajero y conserje.</p> <p>Contacto Interno: personal de la empresa.</p> <p>Contacto Externo: Proveedores, Instituciones educativas, universidades y empresas en general.</p> <p>Aprobador por: Ing. Antonio Manuel Pérez Soza</p>		
<p>Descripción del Puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gerenciar de manera integral las diversas líneas de negocio y áreas de la compañía en pro del crecimiento y mantenimiento de la misma en el mercado bajo el concepto de Sostenibilidad, lo que permite la satisfacción de los accionistas y el logro del direccionamiento estratégico de acuerdo con los horizontes trazado 		
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación, organización y supervisión general de las actividades desempeñadas por la empresa. • Elabora el plan de negocio y presupuesto de la empresa • Administración de los recursos de la entidad y coordinación entre las partes que la componen. • Diseña estrategias para el funcionamiento de la empresa. • Coordina el seguimiento y evaluación para el mejoramiento constante de la calidad del servicio. • Dirige y asesora al personal a cargo para lograr el crecimiento y desarrollo de la empresa. 		

- Define mecanismos de control y seguimiento del personal para el logro de las metas
- establecidas.
- Analiza los estados financieros de la empresa.
- Toma decisiones en relación a los planes de inversión de la empresa.
- Tomar decisiones críticas, especialmente cuando se trata de asuntos centrales o vitales para la organización.
- Conducción estratégica de la organización y hacer las veces tanto de líder a lo interno de la empresa, como de portavoz a lo externo de la misma.

Requisitos:

- Ingeniero, Administrador de Empresas o Carreras afines.
- Posgrado en administración de empresa o proyectos
- Cinco años de experiencia mínima en puestos similares
- Disponibilidad y flexibilidad de horarios
- Facilidad de planificar, dirigir y gestionar procesos.

Habilidades personales:

- Capacidad de liderazgo
- Estratega
- Creativo
- Comunicativo
- Trabajo en equipo
- Proactivo
- Sigiloso
- Facilidad de comunicación oral y escrita

Riesgo laboral:

- Riesgo mínimo por desempeñarse en trabajo de oficina (golpes, tropiezos, etc.).
- Disminución de la capacidad visual, debido al uso prolongado de PC.
- Stress por presión de trabajo

	Manual de Funciones “GET SOLUTIONS”	
	Versión: 1.0	Fecha: 04/07/2004
<p>Nombre del Puesto: Administrador</p> <p>Responsable inmediato Superior: Gerente General</p> <p>Puestos Bajo Responsabilidad: Contador, responsables de servicios, cajero y conserje.</p> <p>Contacto Interno: Junta Directiva, Gerencia General, clientes y personal del centro.</p> <p>Contacto Externo: Proveedores, Instituciones educativas, INATEC, empresas en general.</p> <p>Aprobador por: Ing. Antonio Manuel Pérez Soza</p>		
<p>Descripción del Puesto:</p> <ul style="list-style-type: none">• Cargo gerencial responsable de administrar la ejecución de las funciones comerciales de servicio al cliente y operaciones internas, con el fin de mejorar los ingresos y organización de la institución.		
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none">• Orientar, supervisar y controlar el trabajo realizado por todos los empleados del negocio, previa orientación del gerente general. Supervisar el correcto desempeño de las tareas de los trabajadores.• Cumplir con los planes definidos por el Gerente General• Llevar el control de entradas, salidas, llegadas tardes y fallas, así como elaborar los informes, memorándum y otros trabajos asignados por la gerencia.• Control de asistencia de estudiantes.• Control de cobros y elaboración de órdenes de cobros.• Administración eficiente del inventario de maquinaria, equipos, mobiliarios y productos.• Establecer y supervisar los planes de mantenimiento de los equipos.		

- Supervisar el adecuado desarrollo del control de caja e informar sobre el faltante o sobrante que ocurra en sus operaciones, así como llevar el control de pagos, cuentas por cobrar y morosos.
- Programar la necesidad de recursos materiales y su asignación a cada área. Todo esto en conjunto con el Gerente General.
- Llevar registros y control de salida de vehículos, consumo de combustible, lubricantes y otros.
- Gestionar el catálogo de proveedores de bienes y servicios.
- Supervisar la limpieza y orden de oficinas, laboratorios e instalaciones en general; así como controlar el buen funcionamiento del personal de vigilancia y limpieza.
- Revisar, ordenar y registrar la documentación que se maneja en caja y/o Recepción
- Cuidar de expedir en estricto orden numérico y cronológico tanto los recibos oficiales de caja como cualquier otro documento de ingresos y egresos.
- Rendir informes periódicos al Gerente General.
- Impartir los cursos que le asigne el Gerente General.
- Realizar otras funciones orientadas por el Gerente General.

Requisitos:

- Ingeniero, Administrador de Empresas o Carreras afines.
- Posgrado en administración de empresa o proyectos
- Tres años de experiencia mínima en puestos similares
- Disponibilidad y flexibilidad de horarios
- Facilidad de planificar, coordinar y gestionar procesos y equipos de trabajo.

Habilidades personales:

- Capacidad de liderazgo
- Estratega
- Creativo
- Comunicativo

- Trabajo en equipo
- Proactivo
- Facilidad de comunicación oral y escrita

Riesgo laboral:

- Riesgo mínimo por desempeñarse en trabajo de oficina (golpes, tropiezos, etc.).
- Disminución de la capacidad visual, debido al uso prolongado de PC.
- Stress por presión de trabajo

Anexo 7: Fichas Ocupacionales propuestas

	Manual de Funciones “GET SOLUTIONS”	
	Versión: 2.0	Fecha: 03/04/2020
<p>Nombre del Puesto: Gerente General</p> <p>Responsable inmediato Superior: N/A</p> <p>Puestos Bajo Responsabilidad: Administrador, contador y responsables de servicios.</p> <p>Contacto Externo: Proveedores, Instituciones educativas, universidades y empresas en general.</p> <p>Aprobador por: pendiente.</p>		
<p>Descripción del Puesto:</p> <ul style="list-style-type: none">• Es el responsable de planificar, proponer, organizar, dirigir y controlar todos los procesos de la empresa en lo administrativo, comercial, ingeniería, calidad, gestión del talento humano, legal y finanzas, así también todo lo relacionado a aspectos que tengan vinculación con el perfil institucional.		
<p>Funciones:</p>		

PLAN ESTRATÉGICO PARA GET SOLUTIONS.

1. Realizar la administración global de las actividades de la empresa buscando su mejoramiento organizacional, técnico y financiero.
2. Garantizar el cumplimiento de las normas, reglamentos, políticas e instructivos internos y los establecidos por las entidades de regulación y control.
3. Participar en reuniones con los gerentes, para analizar y coordinar las actividades de la empresa en general.
4. Coordinar y controlar la ejecución y seguimiento al cumplimiento del plan estratégico.
5. Participar en reuniones con asociaciones, ministerios y demás instituciones públicas y privadas que se relacionen al giro del negocio.
6. Controlar y supervisar los reportes financieros, comparando resultados reales con los presupuestados.
7. Controlar la administración de los recursos monetarios y el cumplimiento de regulaciones en materia tributaria, arancelaria y demás obligaciones legales.
8. Controlar los costos y rentabilidad de la empresa.
9. Administrar los cargos operacionales y las inversiones de la empresa de acuerdo a lo resuelto por la junta de accionistas.
10. Gestión financiera estratégica.
11. Controlar el cumplimiento de los planes de actividades de manera general de cada uno de los colaboradores.
12. Examinar que los índices y costos sean los adecuados.
13. Manejo de proyectos de inversión.
14. Dirige y asesora al personal a cargo para lograr el crecimiento y desarrollo de la empresa.
15. Diseñar y desarrollar estrategias tendientes a incrementar la rentabilidad y participación en el mercado nacional.
16. Definir las políticas de la forma de comercializar los servicios.

17. Supervisar la planificación y ejecución de las estrategias y acciones de comercialización de la empresa.
18. Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
19. Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; manuales de funciones y cargos que desempeñan cada uno de los subordinados.
20. Elabora el plan de negocio de la empresa
21. Define mecanismos de control y seguimiento del personal para el logro de las metas establecidas.
22. Tomar decisiones críticas, especialmente cuando se trata de asuntos centrales o vitales para la organización.
23. Evaluar el análisis y evaluación de los resultados de los planes de mercadeo de la empresa.
24. Controlar los niveles de cartera.

Requisitos mínimo:

- Título universitario en ingeniería en Sistemas, Administración o carreras afines.
- Posgrado en administración de empresa o proyectos.
- Diez años de experiencia mínima en puestos similares.
- Directivo en áreas administrativas financieras y tecnológica, también con conocimientos de procesos legales y de mercadeo.
- Disponibilidad y flexibilidad de horarios
- Facilidad de planificar, dirigir y gestionar procesos.

Habilidades personales:

- Capacidad de liderazgo.
- Estratega.
- Integridad.
- Confiabilidad.
- Creativo.

- Iniciativo.
- Comunicativo.
- Cooperación.
- Trabajo en equipo.
- Auto control.
- Proactivo.
- Independencia.
- Innovación.
- Facilidad de comunicación oral y escrita.
- Visión empresarial.
- Compromiso con el negocio.

Condiciones Generales del Puesto:

- Experiencia de 10 años, dirigiendo empresas que se relacionen con el giro del negocio, cumpliendo con los estándares

Ambiente laboral:

- Las condiciones de trabajo son normales para un ejecutivo, oficina equipada con todas las herramientas dispuestas para el desempeño de sus labores, ambiente 100% climatizado.

Ficha Ocupacional – Administrador

	Manual de Funciones “GET SOLUTIONS”	
	Versión: 2.0	Fecha: 04/07/2004
Nombre del Puesto: Administrador		
Responsable inmediato Superior: Gerente General		
Puestos Bajo Responsabilidad: Contador, responsables de servicios, cajero y conserje.		
Contacto Interno: Junta Directiva, Gerencia General, clientes y personal del centro.		

Contacto Externo: Proveedores, Instituciones educativas, INATEC, empresas en general.

Aprobador por: Ing. Antonio Manuel Pérez Soza

Descripción del Puesto:

- Cargo gerencial responsable de administrar la ejecución de las funciones comerciales de servicio al cliente y operaciones internas, con el fin de mejorar los ingresos y organización de la institución.

Funciones:

- Orientar, supervisar y controlar el trabajo realizado por todos los empleados del negocio, previa orientación del gerente general. Supervisar el correcto desempeño de las tareas de los trabajadores.
- Cumplir con los planes definidos por el Gerente General
- Llevar el control de entradas, salidas, llegadas tardes y fallas, así como elaborar los informes, memorándum y otros trabajos asignados por la gerencia.
- Control de cobros y elaboración de órdenes de cobros.
- Administración eficiente del inventario de maquinaria, equipos, mobiliarios y productos.
- Establecer y supervisar los planes de mantenimiento de los equipos.
- Supervisar el adecuado desarrollo del control de caja e informar sobre el faltante o sobrante que ocurra en sus operaciones, así como llevar el control de pagos, cuentas por cobrar y morosos.
- Programar la necesidad de recursos materiales y su asignación a cada área. Todo esto en conjunto con el Gerente General.
- Llevar registros y control de salida de vehículos, consumo de combustible, lubricantes y otros.
- Gestionar el catálogo de proveedores de bienes y servicios.
- Coordinar, difundir y realizar las gestiones para llevar a cabo los cursos de capacitación, formación y desarrollo para el personal de la entidad.

- Administrar los recursos humanos a través de los procesos de reclutamiento, selección de altas, bajas y evaluación del desempeño para mantener servidores públicos competentes.
- Supervisar la limpieza y orden de oficinas, laboratorios e instalaciones en general; así como controlar el buen funcionamiento del personal de vigilancia y limpieza.
- Revisar, ordenar y registrar la documentación que se maneja en caja y/o Recepción
- Cuidar de expedir en estricto orden numérico y cronológico tanto los recibos oficiales de caja como cualquier otro documento de ingresos y egresos.
- Rendir informes periódicos al Gerente General.
- Impartir los cursos que le asigne el Gerente General.
- Realizar otras funciones orientadas por el Gerente General.

Requisitos:

- Ingeniero, Administrador de Empresas o Carreras afines.
- Posgrado en administración de empresa o proyectos
- Tres años de experiencia mínima en puestos similares
- Disponibilidad y flexibilidad de horarios
- Facilidad de planificar, coordinar y gestionar procesos y equipos de trabajo.

Habilidades personales:

- Capacidad de liderazgo
- Estratega
- Creativo
- Comunicativo
- Trabajo en equipo
- Proactivo
- Facilidad de comunicación oral y escrita

Riesgo laboral:

- Riesgo mínimo por desempeñarse en trabajo de oficina (golpes, tropiezos, etc.).
- Disminución de la capacidad visual, debido al uso prolongado de PC.
- Stress por presión de trabajo

Ficha Ocupacional – Responsable de Servicios Legales

	Manual de Funciones “GET SOLUTIONS”	
	Versión: 2.0	Fecha:
Nombre del Puesto: Responsable de Servicios Legales Responsable inmediato Superior: Administrador. Puestos Bajo Responsabilidad: Notario Contacto Interno: Personal de la empresa. Contacto Externo: Proveedores, Instituciones educativas, universidades, empresas en general, ONG e instituciones gubernamentales. Aprobador por: Ing. Antonio Manuel Pérez Soza		
Descripción del Puesto: <ul style="list-style-type: none">• Encargado/a de estudiar, analizar, comprender y proponer soluciones a problemas jurídicos dentro de la empresa o a empresas que ocupen los servicios.		
Funciones: <ul style="list-style-type: none">• Asesora en la constitución, gestión y disolución de cualquier tipo de sociedad mercantil o civil, y al igual, en la elaboración de actas de asamblea.• Defiende los intereses de la compañía en todo tipo de procedimientos judiciales.• Estudia y resuelve los problemas legales relacionados con la empresa, sus contratos, convenios y normas.		

- Emite informes sobre las distintas áreas de la organización y las asesora en temas de su competencia.
- Negocia y redacta contratos.
- Orienta en materia fiscal y administrativa, dando contestación a requerimientos de autoridades en participación con otras áreas.
- Instruye en torno a la gestión de derechos en materia de propiedad intelectual e industrial.
- Interviene en todo tipo de negociaciones laborales.
- Aconseja en materia de derecho empresarial.

Requisitos:

- Licenciado en Derecho
- Posgrado en Derecho internacional
- Cinco años de experiencia mínima en puestos similares
- Disponibilidad y flexibilidad de horarios
- Facilidad de planificar, dirigir y gestionar procesos.
- Aptitudes comerciales

Habilidades personales:

- Discreción
- Pensamiento conceptual
- Pensamiento analítico
- Comprensión oral
- Adaptabilidad y Flexibilidad
- Iniciativa
- Puntualidad
- Responsabilidad
- Cooperación
- Buen criterio
- Facilidad de comunicación oral y escrita
- Sinceridad

Riesgo laboral:

- Riesgo mínimo por desempeñarse en trabajo de oficina (golpes, tropiezos, etc.).
- Disminución de la capacidad visual, debido al uso prolongado de PC.
- Stress por presión de trabajo

Ficha Ocupacional – Notario

	Manual de Funciones “GET SOLUTIONS”	
	Versión: 2.0	Fecha:
Nombre del Puesto: Notario Responsable inmediato Superior: Encargado de Servicios Legales Puestos Bajo Responsabilidad: N / A Contacto Interno: Personal de la empresa. Contacto Externo: Proveedores, Instituciones educativas, universidades, empresas en general, ONG e instituciones gubernamentales. Aprobador por: Ing. Antonio Manuel Pérez Soza		
Descripción del Puesto: <ul style="list-style-type: none">• Asesoramiento legal y ejecución de labores varias de nivel profesional que requiera el abogado principal.		
Funciones: <ul style="list-style-type: none">• Asistencia legal al equipo administrativo.• Participa en la elaboración de contratos, pliegos y proyectos de reformas a leyes, ordenanzas, decretos, reglamentos, acuerdos y resoluciones.• Analiza y organiza trámites administrativos, notificaciones judiciales y documentos de los diferentes procesos y juicios institucionales.• Concorre a las diferentes instituciones y juzgados, entrega documentos, agiliza y revisa el estado en que se encuentran los procesos.		

- Recopila y analiza información para los diferentes procesos administrativos y jurídicos que requiere la institución.
- Actualiza el archivo de procesos administrativos y judiciales

Requisitos:

- Licenciado en Derecho
- Dos a tres años de experiencia en puestos similares
- Disponibilidad y flexibilidad de horarios
- Facilidad de planificar, dirigir y gestionar procesos.
- Aptitudes comerciales

Habilidades personales:

- Discreción
- Adaptabilidad y Flexibilidad
- Pensamiento conceptual
- Pensamiento analítico
- Comprensión oral
- Iniciativa
- Puntualidad
- Responsabilidad
- Cooperación
- Buen criterio
- Facilidad de comunicación oral y escrita
- Sinceridad

Riesgo laboral:

- Riesgo mínimo por desempeñarse en trabajo de oficina (golpes, tropiezos, etc.).
- Disminución de la capacidad visual, debido al uso prolongado de PC.
- Stress por presión de trabajo

Ficha Ocupacional – Responsable de Finanzas

	Manual de Funciones “GET SOLUTIONS”	
	Versión: 2.0	Fecha:
<p>Nombre del Puesto: Responsable de Finanzas</p> <p>Responsable inmediato Superior: Administrador.</p> <p>Puestos Bajo Responsabilidad: Contador general y encargado de cuentas por cobrar</p> <p>Contacto Interno: Personal de la empresa.</p> <p>Contacto Externo: Instituciones gubernamentales, socios, otras empresas</p> <p>Aprobador por: Ing. Antonio Manuel Pérez Soza</p>		
<p>Descripción del Puesto:</p> <ul style="list-style-type: none">• Gestionar y supervisar los recursos económicos y financieros de la compañía para poder trabajar con las mejores condiciones de coste, liquidez, rentabilidad y seguridad.		
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none">• Diseñar, instaurar y controlar las estrategias financieras de la empresa.• Coordinar las tareas de contabilidad, tesorería, auditora interna y análisis financiero.• Realizar y mantener negociaciones con las entidades financieras y otros proveedores.• Optimizar los recursos económicos y financieros necesarios para conseguir los objetivos planteados.• Analizar, definir y dirigir las inversiones de la empresa.• Elaboración y Autorización de nómina del negocio.		
<p>Requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Titulación universitaria Superior preferentemente Económicas o Administración de Empresas.		

- Estudios de especialización en Dirección Financiera.
- Conocimientos de contabilidad, matemáticas financieras, legislación mercantil y fiscal, análisis de inversiones, mercados de capitales.
- Cinco años de experiencia mínima en puestos similares
- Disponibilidad y flexibilidad de horarios
- Facilidad de planificar, dirigir y gestionar el efectivo de la empresa

Habilidades personales:

- Capacidad de liderazgo
- Estratega
- Creativo
- Comunicativo
- Trabajo en equipo
- Proactivo
- Sigiloso
- Facilidad de comunicación oral y escrita

Riesgo laboral:

- Riesgo mínimo por desempeñarse en trabajo de oficina (golpes, tropiezos, etc.).
- Disminución de la capacidad visual, debido al uso prolongado de PC.
- Estrés por presión de trabajo

Ficha Ocupacional – Contador General

	Manual de Funciones “GET SOLUTIONS”	
	Versión: 2.0	Fecha: 04/07/2004
Nombre del Puesto: Contador General		
Responsable inmediato Superior: Responsable de Finanzas		
Puestos Bajo Responsabilidad: N/A		
Contacto Interno: Personal de la empresa		

Contacto Externo: Instituciones gubernamentales, socios, otras empresas
Aprobador por: Ing. Antonio Manuel Pérez Soza

Descripción del Puesto:

- Medir los recursos económicos y materiales tangibles o intangibles que poseen la empresa.

Funciones:

- Entregar estados financieros e informes mensuales.
- Suministrar las informaciones fiables y oportunas para la toma de decisiones.
- Analizar y evaluar la política fiscal y sus implicaciones contables, financieras, económicas y sociales.

Requisitos:

- Titulación universitaria Superior preferentemente Licenciatura en Contabilidad, Finanzas, Administración de Empresas o a fines.
- Postgrado en Dirección financiera / Indispensable
- Conocimientos de contabilidad, matemáticas financieras, legislación mercantil y fiscal, análisis de inversiones, mercados de capitales.
- Tres años de experiencia mínima en puestos similares
- Disponibilidad y flexibilidad de horarios
- Facilidad de planificar, dirigir y gestionar el efectivo de la empresa

Habilidades personales:

- Capacidad de liderazgo
- Estratega
- Creativo
- Comunicativo
- Trabajo en equipo
- Proactivo
- Sigiloso
- Facilidad de comunicación oral y escrita

Riesgo laboral:

- Riesgo mínimo por desempeñarse en trabajo de oficina (golpes, tropiezos, etc.).
- Disminución de la capacidad visual, debido al uso prolongado de PC.
- Stress por presión de trabajo

Ficha Ocupacional – Responsable de cuentas por cobrar

	Manual de Funciones “GET SOLUTIONS”	
	Versión: 2.0	Fecha:
Nombre del Puesto: Responsable de Cuentas por Cobrar Responsable inmediato Superior: responsable financiero Puestos Bajo Responsabilidad: - Contacto Interno: personal de la empresa. Contacto Externo: Proveedores, Instituciones educativas, universidades, entidades gubernamentales y empresas en general. Aprobador por: Ing. Antonio Manuel Pérez Soza		
Descripción del Puesto: <ul style="list-style-type: none">• Diseñar y planificar la implementación de controles administrativos que con su desarrollo permitan la disminución de cartera vencida.		
Funciones: <ul style="list-style-type: none">• Procesar cuentas y pagos entrantes de conformidad con las políticas y procedimientos financieros• Realizar transacciones financieras diarias, incluidas la verificación, clasificación, cálculo, contabilización y registro de datos de cuentas por cobrar• Preparar facturas y depósitos bancarios• Conciliar depósitos de cuentas por cobrar para garantizar que todos los pagos se contabilicen y registren correctamente.		

- Verificar las discrepancias y resolver los problemas de facturación de los clientes
- Facilitar el pago de las facturas vencidas enviando recordatorios de facturas y poniéndose en contacto con los clientes
- Generar informes y estado financieros que detallen el estado de las cuentas por cobrar

Requisitos:

- Licenciado en contabilidad, Administrador de Empresas o Carreras afines.
- Tres a cinco años de experiencia mínima en puestos similares
- Disponibilidad y flexibilidad de horarios
- Experiencia cobros y cuentas por cobrar
- Facilidad de planificar, dirigir y atender a clientes.

Habilidades personales:

- Creativo
- Disciplinado
- Comunicativo
- Trabajo en equipo
- Proactivo
- Sigiloso
- Facilidad de comunicación oral y escrita

Riesgo laboral:

- Riesgo mínimo por desempeñarse en trabajo de oficina (golpes, tropiezos, etc.).
- Disminución de la capacidad visual, debido al uso prolongado de PC.
- Stress por presión de trabajo

Ficha Ocupacional – Gestor de Mantenimiento y Soporte Técnico.

	Manual de Funciones “GET SOLUTIONS”	
	Versión: 2.0	Fecha: 03/04/2020
Nombre del Cargo: Gestor de Mantenimiento y Soporte Técnico. Responsable Superior Inmediato: Responsable de Servicios Informáticos. Puestos Bajo Responsabilidad: N/A Aprobador por: Pendiente		
Descripción del Cargo: Es el responsable de administrar y brindar mantenimiento a software, equipos de cómputo, redes y servidores de la empresa, así como brindar soporte a los sistemas implantados y a los usuarios que lo utilizan.		
Funciones: <ul style="list-style-type: none">▪ Elaborar y ejecutar planes de mantenimiento preventivo y correctivo a los equipos informáticos y redes.▪ Administrar, evaluar, planificar, diseñar y configurar la arquitectura de comunicaciones de los computadores centrales, servidores, redes de voz, telefonía y datos.▪ Planificar el crecimiento o expansión de la infraestructura de comunicaciones.▪ Desarrollar la planeación requerida para la instalación y puesta en marcha del software específico, que se apegue a la arquitectura diseñada para la red, así como el software específico para el control y acceso de bases de datos.▪ Dirigir, controlar y supervisar el buen funcionamiento de la red informática y analizar e investigar causas u orígenes de fallas de los sistemas.▪ Establecer los derechos y políticas de acceso por usuario o grupo de usuarios facilitando el acceso a los recursos compartidos.▪ Llevar inventario y control del hardware y software instalado en cada equipo de la institución.▪ Llevar bitácora del mantenimiento aplicado al software instalado en cada equipo, así como de las fallas y actualizaciones en la plataforma tecnológica.		

- Establecer los controles necesarios para evitar caídas de servicios por errores en la instalación y mantenimiento de software.
- Elaborar informes de compromiso adquiridos, avances, logros, requerimientos y cualquier dato de importancia para los jefes superiores.
- Establecer calendarios de capacitación para los usuarios, solicitando al jefe su aprobación.
- Custodiar por el cuidado, mantenimiento y uso de los recursos tecnológicos y equipos a cargo de su área.
- Realiza actualizaciones pertinentes de software como ofimática, antivirus, etc.
- Evalúa la factibilidad de compra de nuevos softwares junto con sus licencias como antivirus, ofimáticas, programas de diseño gráfico, gestores de red, etc.
- Brindar asesoría y capacitación a los usuarios en cuanto a la operación de los equipos informáticos, sistemas, aplicaciones, entre otros.
- Realizar otras funciones afines que le sean asignadas por el jefe superior.

Requisitos del Mínimos:

- **Educación:** Ser ingeniero o egresado de las carreras de Computación, Sistemas, o rama a fin de la informática.
- **Experiencia:** 3 años a más.
- **Periodo de Prueba requerido (meses o días):** 3 meses.

Habilidades, Cualidades o Aptitudes necesarias:

Dinámico, con Iniciativa y Creatividad. Espíritu de Cooperación, Capacidad Técnica para dar soluciones. Innovador y Emprendedor. Así como tener mucha concentración para realizar la formulación, evaluación y entrega de cada uno de los informes a su jefe superior.

Condiciones Generales del Puesto:

Requisitos documentales/expediente: Currículum Vitae, Copia de Títulos y Diplomas, Constancias Laborales, Copia de Cédula, Record Policial Reciente, Certificado de salud reciente.

Ambiente de Trabajo: Se desempeñará en un ambiente de trabajo bajo presión, ya que debe entregar los reportes en tiempo y forma, trabajará en equipo y debe tener una excelente actitud con su equipo de trabajo.

Fuente: Elaboración Propia.

Ficha Ocupacional – Analista Programador.

	Manual de Funciones “GET SOLUTIONS”	
	Versión: 2.0	Fecha: 03/04/2020
Nombre del Cargo: Analista Programador. Responsable Superior Inmediato: Responsable de Servicios Informáticos. Puestos Bajo Responsabilidad: N/A Aprobador por: Pendiente		
Descripción del Cargo: Es el responsable de administrar y brindar mantenimiento a software, equipos de cómputo, redes y servidores de la empresa, así como brindar soporte a los sistemas implantados y a los usuarios que lo utilizan.		
Funciones: <ul style="list-style-type: none">• Planificar la actividad o trabajo de análisis y diseño de sistemas.• Organizar a todos los elementos que intervienen en el proyecto (técnicos, programadores, usuarios, equipamiento, etc.)• Controlar el trabajo del equipo de diseño para garantizar el cumplimiento de los planes elaborados.• Escoger (o diseñar) y utilizar los métodos, técnicas y herramientas más adecuadas para el desarrollo del trabajo colectivo.• Estudiar el sistema de dirección y organización e información de la entidad.• Diseñar el nuevo sistema informativo, desde un punto de vista funcional, en primera instancia.		

- Representar algorítmicamente los procesos que se realizan en cada tarea de la estación de trabajo.
- Diseñar el sistema, segmentando el mismo en todos los niveles previstos y con todos los enfoques necesarios.
- Crear la Base de Datos que utilizará el sistema. Optimizar la misma por medio de técnicas requeridas.
- Elaborar las soluciones a los procedimientos y manuales que requiera el sistema.
- Diseñar los flujos informativos a través de los diferentes elementos que integran el sistema.
- Estudiar las necesidades y proponer soluciones necesarias para la adquisición de los medios de transmisión de datos, proponiendo las características de equipo a adquirir.
- Debe ser capaz de realizar mantenimiento de los sistemas ya existentes y de las actualizaciones de los mismos.
- Diseñar cada programa ajustándolo de acuerdo a las especificaciones recomendadas.
- Es el encargado de hacer las pruebas de los programas que ha desarrollado para que este funcione debidamente.
- Comprender el requerimiento de software.
- Modelizar y refinar especificaciones a fin de determinar un diseño detallado para implantar la funcionalidad requerida.
- Documentar los programas de acuerdo a estándares. Tanto con documentos funcionales y de arquitectura, como con comentarios en el propio código.
- Entregar a través de la totalidad del ciclo de vida de aplicaciones concepto, diseño, desarrollo, implementación, prueba y soporte.
- Mantener las aplicaciones productivas, corregir errores e implementar nuevas funcionalidades.
- Construir prototipos en fase de alcance técnico de los proyectos.
- Optimizar el rendimiento de las aplicaciones.
- Trabajar para construir aplicaciones con foco en la funcionalidad.

- Crear interfaces de usuario atractivas.
- Detectar oportunidades de mejora o conformidades y observaciones para incluirlas en el sistema de mejora continua.
- Participar en la definición y revisión de estándares y normas aplicables al diseño y construcción.
- Estudiar las necesidades y proponer soluciones necesarias para la adquisición del equipamiento computacional requerido, proponiendo la configuración necesaria.
- Calcular los gastos y beneficios del sistema de información, determinando el plazo de recuperación de cartera.
- Elaborar la documentación técnica y de utilización del sistema.
- Evaluar y llevar un control del software creado por los programadores.
- Determinar los métodos más adecuados para implantar y probar el sistema diseñado, en la práctica.
- Capacitar a los usuarios finales la forma de operar el sistema.
- Implantar el sistema.

Requisitos del Mínimos:

- **Educación:** Ser ingeniero o egresado de las carreras de Computación, Sistemas, o rama a fin de la informática.
- **Experiencia:** 2 años a más como analista programador.

Periodo de Prueba requerido (meses o días): 2 meses.

Habilidades, Cualidades o Aptitudes necesarias:

Dinámico, con Iniciativa y Creatividad. Espíritu de Cooperación, Innovador. Así como tener mucha concentración para realizar la formulación, evaluación y entrega de cada uno de los informes o productos a su jefe superior.

Condiciones Generales del Puesto:

- **Requisitos documentales/expediente:** Currículum Vitae, Copia de Títulos y Diplomas, Constancias Laborales, Copia de Cédula, Record Policial Reciente, Certificado de salud reciente.

Ambiente de Trabajo: Se desempeñará en un ambiente de trabajo bajo presión, ya que debe entregar los reportes en tiempo y forma, trabajará en equipo y debe tener una excelente actitud con su equipo de trabajo.

Fuente: Elaboración Propia.

Ficha Ocupacional – Encargado de Red e Infraestructura

	Manual de Funciones “GET SOLUTIONS”	
	Versión: 2.0	Fecha: 03/04/2020
Nombre del Cargo: Encargado de Red e Infraestructura. Responsable Superior Inmediato: Responsable de Servicios Informáticos. Puestos Bajo Responsabilidad: N/A Aprobador por: Pendiente		
Descripción del Cargo: Administrar los sistemas informáticos y servidores, bajo los procedimientos establecidos, con el fin de garantizar la disponibilidad y confiabilidad de la infraestructura requerida para el procesamiento de información en la organización		
Funciones: <ul style="list-style-type: none">• Diseñar o participar en el diseño de redes internas y conexiones con redes externas.• Instalar o participar en la instalación de redes internas y conexiones con redes externas.• Coordinar tareas con proveedores, instaladores y personal interno, de acuerdo con la naturaleza de las actividades.• Configurar redes internas de acuerdo a los requerimientos operativos y de seguridad que se establezcan (enrutamientos, conmutaciones, accesos de usuarios locales y remotos, privilegios, niveles de seguridad, entre otros).		

- Mantener permanente coordinación con el área de IT, en relación con los servicios de la red, para asegurar la implementación, operación y niveles de servicio, de acuerdo a los requerimientos que se establezcan de las aplicaciones.
- Monitorear el funcionamiento de la/las redes internas y las conexiones con redes externas.
- Diagnosticar problemas y ejecutar las acciones correctivas que correspondan de acuerdo a la naturaleza del problema (reconfiguraciones, cambios de equipos, componentes, software de red, entre otros).
- Identificar, recomendar e implementar actualizaciones relativas a la configuración, equipos y software de red, de redes internas y conexiones con redes externas.
- Mantener registro de estadísticas y situaciones de funcionamiento, mantenimiento, reparaciones, problemas de usuario, actualizaciones, de la/las redes de la organización y conexiones con redes externas.
- Establecer y mantener stock de equipos, componentes y accesorios, o asegurar su obtención en tiempo y forma, necesarios para asegurar el funcionamiento de la/las redes de acuerdo con los niveles de servicio que se establezcan.
- Mantener contacto e interactuar coordinadamente con proveedores y personal interno de la organización, para asegurar eficacia y eficiencia en procesos de compra, mantenimiento, entrenamiento y soporte en general, toda vez que sea necesario.
- Identificar y mantenerse actualizada la información de novedades tecnológicas y de gestión, relacionada con redes y de ICT en general.

Requisitos del Mínimos:

- **Educación:** Ser ingeniero o egresado de las carreras de Computación, Sistemas, o rama a fin de la informática.
- **Experiencia:** 2 años como Coordinador de Redes y Servicios o Administrador de Sistemas en el área de Tecnología e Información.
- **Periodo de Prueba requerido (meses o días):** 2 meses.

Habilidades, Cualidades o Aptitudes necesarias:

- Pensamiento Analítico.
- Pensamiento Crítico.
- Conocimientos de Telecomunicaciones.
- Conocimiento y/o Destreza en Trasmisión de Datos y Voz
- Conocimiento y/o Destreza en Redes LAN/WAN
- Conocimiento de Infraestructura y administración de las plataformas tecnológicas.
- Conocimiento y/o Destreza en Técnicas y Herramientas para el monitoreo y control de operaciones.
- Conocimiento de Conceptos de Seguridad de la Información.
- Conocimiento de las buenas prácticas del mercado relacionadas con Procedimientos, Normas, métodos, estándares, herramientas y gobierno de TI.
- Manejo de Herramientas de oficina y gestión (Ms-Office, Project u otras herramientas).
- Manejo de Tecnología de Software libre en general.

Condiciones Generales del Puesto:

Requisitos documentales/expediente: Currículum Vitae, Copia de Títulos y Diplomas, Constancias Laborales, Copia de Cédula, Record Policial Reciente, Certificado de salud reciente.

Ambiente de Trabajo: Se desempeñará en un ambiente de trabajo bajo presión, ya que debe entregar los reportes en tiempo y forma, trabajará en equipo y debe tener una excelente actitud con su equipo de trabajo.

Fuente: Elaboración Propia.

	Manual de Funciones “GET SOLUTIONS”	
	Versión: 2.0	Fecha: 03/04/2020
Nombre del Cargo: Diseñador gráfico.		
Responsable Superior Inmediato: Responsable de Servicios de Marketing.		
Puestos Bajo Responsabilidad: N/A		
Aprobador por: Pendiente		
Descripción del Cargo: Desarrollar para las diferentes publicaciones de las empresas, aplicando las técnicas requeridas en el diseño y dibujo de las mismas, a fin de satisfacer las necesidades de los clientes.		
Funciones: <ul style="list-style-type: none">• Diseñar conceptos e imágenes para desarrollo de campañas de difusión y promoción de la cultura de la transparencia.• Diseñar imágenes y desarrollar aplicaciones para eventos institucionales.• Elaborar carteles, gafetes, folletos, portadas, credenciales, trípticos e invitaciones, conforme a las solicitudes de las diversas áreas de la Asamblea, para la difusión, identificación y promoción de actividades y eventos institucionales.• Capacidad para transformar estrategias de proyecto y dinámicas territoriales en diagramas gráficos.• Trabajar de manera metódica y atenta a los detalles.• Ser proactivo/a y adaptarse a entregas con plazos cortos.• Manejar de una forma experimentada las herramientas de diseño y edición para la aplicación de procesos técnicos y artísticos.• Tener habilidades sociales para relacionarse con sus clientes y poder comprender y hacerse entender en las explicaciones pertinentes sobre los pedidos y poder relacionarse y entenderse con su equipo de trabajo.• Tener habilidad para aplicar con creatividad sus conocimientos a la comunicación gráfica editorial, publicitaria e inclusive audiovisual.		

Requisitos del Mínimos:

- **Educación:** Licenciad@ en diseño gráfico.
- **Experiencia:** 2 años a más.
- **Periodo de Prueba requerido (meses o días):** 2 meses.

Habilidades, Cualidades o Aptitudes necesarias:

- Iniciativa, proactividad y creatividad.
- Flexibilidad en sus enfoques de las situaciones y búsqueda permanente de la calidad.
- Actuar ateniéndose a un orden propio que le facilite el acceso a lo que pueda necesitar.
- Conocimientos, metodologías y modelos de calidad para la industria del software.
- Capacidad de trabajar en equipo, estando dispuesto a preguntar, a compartir información y conocimientos.

Condiciones Generales del Puesto:

- **Requisitos documentales/expediente:** Currículum Vitae, Copia de Títulos y Diplomas, Constancias Laborales, Copia de Cédula, Record Policial Reciente, Certificado de salud reciente.

Ambiente de Trabajo: Se desempeñará en un ambiente de trabajo bajo presión, ya que debe entregar los reportes en tiempo y forma, trabajará en equipo y debe tener una excelente actitud con su equipo de trabajo.

Fuente: Elaboración Propia.

Ficha Ocupacional – Encargado de Gestión Redes Sociales.

	Manual de Funciones “GET SOLUTIONS”	
	Versión: 2.0	Fecha: 03/04/2020
<p>Nombre del Cargo: Encargado de Gestión Redes Sociales.</p> <p>Responsable Superior Inmediato: Responsable de Servicios de Marketing.</p> <p>Puestos Bajo Responsabilidad: N/A</p> <p>Aprobador por: Pendiente</p>		
<p>Descripción del Cargo: Responsable de la gestión de redes sociales y de las comunidades digitales, promoviendo a su vez una imagen positiva de la organización de acuerdo a la estrategia global en social media. Será la figura encargada de dinamizar las redes y/o comunidades, mostrándose como el enlace entre la organización, sus proyectos y la comunidad online.</p>		
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ejecución de la estrategia social media y comunicación digital. • Dinamizar el contenido digital de acuerdo a la estrategia general de la organización/proyecto en las diferentes Redes Sociales. Creación de planes de comunicación específicos para cada canal o red y proyecto. • Escuchar y responder conversaciones online.; derivarlas a las personas responsables de cada área de trabajo de la organización. • Monitorizar y analizar las redes sociales con el fin de detectar áreas de mejora para la organización, sus proyectos e integrarlas a las distintas estrategias. • Establecer relación y comunicación con las distintas áreas de trabajo de la organización para identificar los objetivos de la cada una y los datos más relevantes que deberá investigar en la red en función de estos objetivos. • Creación de contenido creativo adecuado a cada red social en relación con los diferentes proyectos y actividades. • Sistematizar y redactar los procesos y protocolos de funcionamiento de su área de trabajo. 		

- Ejecutar, o proponer, el plan de actuación ante una crisis de imagen de la organización en el ámbito digital.

Requisitos del Mínimos:

- **Educación:** Licenciad@ en administración de empresa o carreras afines.
- **Experiencia:** 2 años a más en administrar Redes Sociales.
- **Periodo de Prueba requerido (meses o días):** 2 meses.

Habilidades, Cualidades o Aptitudes necesarias:

- Identificación con los valores de la organización
- Amabilidad.
- Aptitudes para gestionar el tiempo.
- Aptitudes para la escucha.
- Aptitudes para la planificación.
- Capacidad de análisis.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidades organizativas.
- Capaz de dar información compleja de un modo directo.
- Capaz de identificar problemas.
- Capaz de interpretar situaciones.
- Capaz de plantear preguntas con claridad.
- Capaz de plantear preguntas de manera objetiva.
- Capaz de respetar a personas de todos los orígenes.
- Capaz de tratar con personas difíciles o demandantes.

Condiciones Generales del Puesto:

- **Requisitos documentales/expediente:** Currículum Vitae, Copia de Títulos y Diplomas, Constancias Laborales, Copia de Cédula, Record Policial Reciente, Certificado de salud reciente.

Ambiente de Trabajo: Se desempeñará en un ambiente de trabajo bajo presión, ya que debe entregar los reportes en tiempo y forma, trabajará en equipo y debe tener una excelente actitud con su equipo de trabajo.

Fuente: Elaboración Propia.

Ficha Ocupacional – Community Manager.

	Manual de Funciones “GET SOLUTIONS”	
	Versión: 2.0	Fecha: 03/04/2020
Nombre del Cargo: Community Manager. Responsable Superior Inmediato: Responsable de Servicios de Marketing. Puestos Bajo Responsabilidad: N/A Aprobador por: Pendiente		
Descripción del Cargo: es una persona que investiga, determina, examina y evalúa la demanda de un servicio, a los fines de desarrollar campañas y estrategias de publicidad orientado al segmento digital atendiendo a las particularidades del público objetivo. En tal sentido, están a cargo de establecer y conservar su imagen, manteniendo la visión y valores de la empresa.		
Funciones: <ul style="list-style-type: none">• Planificar, crear y administrar las campañas, además de acompañar su desarrollo a través de las métricas.• Hacer un análisis profundo de las métricas para mejorar los resultados constantemente.• Crear un plan de <i>inbound marketing</i> para alcanzar al público de cada una de las etapas del embudo de ventas y mejorar la captación de <i>leads</i>.• Crear la <i>buyer</i> persona y actualizarla cada vez que sea necesario.• Hacer los contactos para las posibles alianzas comerciales y realizar promociones conjuntas.		

- Analizar el mercado y la competencia, para identificar oportunidades y prevenir posibles riesgos.
- Optimizar los canales digitales de la empresa: sitio *web*, *blog*, redes sociales, etc., para conquistar un público mayor.
- Gerenciar y acompañar las redes sociales de la empresa para construir una relación sólida con los usuarios.
- Atender demandas de otros sectores dentro de la empresa. Como por ejemplo el trabajo en conjunto con el departamento de ventas para aumentar la concretización de los negocios.
- Hacer el trabajo de branding, fortaleciendo la imagen de la marca fuera y dentro de la empresa.

Requisitos del Mínimos:

- **Educación:** Licenciatura en administración de empresas, con post grado en Marketing Digital o carreras a fines.
- **Experiencia:** 2 años o más como analista de Marketing Digital.

Periodo de Prueba requerido (meses o días): 2 meses.

Habilidades, Cualidades o Aptitudes necesarias:

- Pensamiento analítico.
- Organización de la información.
- Dinamismo.
- Iniciativa e independencia.
- Expresión oral.
- Trabajo en equipo.
- Empatía.
- Creatividad.
- Organización.
- Dominio de las principales estrategias de marketing digital.
- Técnicas de comunicación y de atención al público.

Condiciones Generales del Puesto:

▪ **Requisitos documentales/expediente:** Currículum Vitae, Copia de Títulos y Diplomas, Constancias Laborales, Copia de Cédula, Record Policial Reciente, Certificado de salud reciente.

Ambiente de Trabajo: Se desempeñará en un ambiente de trabajo bajo presión, ya que debe entregar los reportes en tiempo y forma, trabajará en equipo y debe tener una excelente actitud con su equipo de trabajo.

Fuente: Elaboración Propia.

Ficha Ocupacional – Responsable de servicios Administrativo

	Manual de Funciones “GET SOLUTIONS”	
	Versión: 2.0	Fecha: 03/04/2020
<p>Nombre del Cargo: Responsable de servicios Administrativo.</p> <p>Responsable Superior Inmediato: Administrador.</p> <p>Puestos Bajo Responsabilidad: N/A</p> <p>Aprobador por: Pendiente</p>		
<p>Descripción del Cargo: es la persona encargada de la planeación, organización, dirección y control de actividades en una institución, maneja óptimamente los recursos materiales, humanos financieros y tecnológicos que le son confiados, con la finalidad de conseguir los objetivos que la entidad previamente se ha fijado.</p>		
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planear, diseñar y coordinar el plan anual de formación y desarrollo de personal, con base a competencias. • Coordinar, difundir y realizar las gestiones para llevar a cabo los cursos de capacitación, formación y desarrollo para el personal de la entidad. • Administrar los recursos humanos a través de los procesos de reclutamiento, selección de altas, bajas y evaluación del desempeño para mantener servidores públicos competentes. 		

- Coordinar el proceso de reclutamiento y selección de personal, conforme a los requerimientos de recursos humanos y perfiles de los puestos establecidos en la estructura organizacional.
- Coordinar los movimientos administrativos de los servidores públicos, de conformidad con la normatividad vigente en materia de ingreso, permanencia, registro, control y prestaciones, así como ejecutar las resoluciones del Consejo sobre los movimientos del personal.
- Coordinar y supervisar la elaboración y actualización de los nombramientos relativos al personal seleccionado y contratado para la integración de la plantilla de la empresa.
- Supervisar los trámites que se realizan de movimientos de personal, derivados de la administración de recursos humanos.
- Asesorar, orientar y atender al personal de la empresa sobre necesidades y requerimientos particulares.
- Llevar el control de las incidencias del personal.
- Coordina y da seguimiento a la elaboración del presupuesto de personal, reflejado en la reorganización de ley de salarios, jornal diario y contrato de personal de la empresa y demás gestiones ante el Ministerio de Hacienda.
- Administra sueldo, salarios, prestaciones y beneficios del personal y dicta normas, directrices y lineamientos.
- Monitorea el control de asistencia y supervisa la aplicación de descuentos y multas por incumplimiento de los mismos para personal, previa aprobación del jefe inmediato.

Requisitos del Mínimos:

Educación: Licenciatura en recursos humanos, psicología, administración de empresas, contaduría, de preferencia con estudios de postgrado o cursos especializados en Administración de Recursos Humanos.

▪ **Experiencia:** 5 año o más como Administrador general.

Periodo de Prueba requerido (meses o días): 2 meses.

Habilidades, Cualidades o Aptitudes necesarias:

- Capacidad para analizar y mejorar el entorno donde lleve a cabo su desempeño profesional.
- Habilidad para trabajar en equipo.
- Espíritu de liderazgo, capacidad para gestar el cambio y transmitir fuerte sentido de pertenencia.
- Emprendedor.
- Creatividad y actitud innovadora.
- Conciencia crítica e investigativa.
- Resolución de problemas.
- Capacidad para motivar.
- Capacidad para comunicarse.
- Capacidad de autoaprendizaje y actualización permanente.

Condiciones Generales del Puesto:

▪ **Requisitos documentales/expediente:** Currículum Vitae, Copia de Títulos y Diplomas, Constancias Laborales, Copia de Cédula, Record Policial Reciente, Certificado de salud reciente.

Ambiente de Trabajo: Se desempeñará en un ambiente de trabajo bajo presión, ya que debe entregar los reportes en tiempo y forma, trabajará en equipo y debe tener una excelente actitud con su equipo de trabajo.

Fuente: Elaboración Propia.

Ficha Ocupacional – Responsable de servicios informáticos.

	Manual de Funciones “GET SOLUTIONS”
	Fecha: 03/04/2020

	Versión: 2.0	
<p>Nombre del Cargo: Responsable de servicios informáticos.</p> <p>Responsable Superior Inmediato: Administrador.</p> <p>Puestos Bajo Responsabilidad: Soporte Técnico y Mantenimiento, Analista Programador y Encargado de Redes e Infraestructuras.</p> <p>Aprobador por: Pendiente</p>		
<p>Descripción del Cargo: Coordinar las acciones que las áreas del departamento realizan para proveer soluciones de tecnologías de información, a través de la planeación e integración de las actividades requeridas, con el objetivo de suministrar herramientas tecnológicas que faciliten el logro de los objetivos institucionales.</p>		
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none">• Formular estrategias, planes, políticas y procedimientos para el área informática.• Dirigir, y ejecutar personalmente cuando se requiera, la prestación de los servicios informáticos y uso de los recursos tecnológicos asignados.• Administrar sistemas de información, bases de datos y data center.• Formular y controlar la ejecución de proyectos informáticos.• Formular y controlar el presupuesto operacional del área.• Gestionar y controlar contratos por servicios externalizados.• Controlar la gestión global del área.		
<p>Requisitos del Mínimos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Educación: Ingeniero de Sistemas, computacional o carreras a fines.▪ Experiencia: 5 año o más como responsable de informática.▪ Periodo de Prueba requerido (meses o días): 2 meses.		
<p>Habilidades, Cualidades o Aptitudes necesarias:</p> <ul style="list-style-type: none">• Coordinación efectiva.• Dirección de equipos de trabajo.• Comunicación efectiva.		

- Compromiso institucional.
- Manejo de conflictos.
- Toma de decisiones.
- Capacidad para analizar y mejorar el entorno donde lleve a cabo su desempeño profesional.
- Espíritu de liderazgo, capacidad para gestar el cambio y transmitir fuerte sentido de pertenencia.
- Creatividad y actitud innovadora.
- Conciencia crítica e investigativa.
- Resolución de problemas.
- Capacidad para motivar.
- Capacidad para comunicarse.

Condiciones Generales del Puesto:

- **Requisitos documentales/expediente:** Currículum Vitae, Copia de Títulos y Diplomas, Constancias Laborales, Copia de Cédula, Record Policial Reciente, Certificado de salud reciente.

Ambiente de Trabajo: Se desempeñará en un ambiente de trabajo bajo presión, ya que debe entregar los reportes en tiempo y forma, trabajará en equipo y debe tener una excelente actitud con su equipo de trabajo.

Fuente: Elaboración Propia.

	Manual de Funciones “GET SOLUTIONS”	
	Versión: 2.0	Fecha: 03/04/2020
<p>Nombre del Cargo: Responsable de servicios Marketing.</p> <p>Responsable Superior Inmediato: Administrador.</p> <p>Puestos Bajo Responsabilidad: Diseñador Gráfico, Analista de Marketing Digital y Encargado de Gestión de Redes Sociales.</p> <p>Aprobador por: Pendiente</p>		
<p>Descripción del Cargo: Generar y desarrollar estrategias que posicionen y mantengan la presencia de la empresa a nivel nacional.</p>		
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none">• Supervisión de los servicios de marketing.• Evaluación y desarrollo de la estrategia de marketing y el plan de marketing.• Planificación, dirección y coordinación de esfuerzos de marketing.• Comunicación del plan de marketing.• Investigación de la demanda de los productos y servicios de la empresa.• Investigación de la competencia.• Desarrollo de estrategias de precios con el objetivo de maximizar los beneficios y la participación en el mercado, mientras mantiene la satisfacción del cliente.• Identificación de clientes potenciales.• Desarrollo de promociones con gestores publicitarios.• Comprensión y desarrollo de presupuestos y finanzas, incluidos gastos, créditos para investigación y desarrollo, retornos de inversión y proyecciones de pérdidas y ganancias.• Desarrollo y gestión de campañas publicitarias.• Creación de conciencia de marca y posicionamiento.• Apoyo a las ventas y los esfuerzos de generación de leads.• Coordinación de proyectos de marketing de principio a fin.		

- Organización de eventos.
- Supervisión de la estrategia de marketing en redes sociales y marketing de contenidos.

Requisitos del Mínimos:

- **Educación:** Licenciatura en administración de empresas, con post grado en Marketing Digital o carreras a fines.
- **Experiencia:** 5 año o más como Responsable de Marketing.
- **Periodo de Prueba requerido (meses o días):** 2 meses.

Habilidades, Cualidades o Aptitudes necesarias:

- Capacidad de análisis de información.
- Liderazgo
- Pensamiento estratégico
- Negociación
- Comunicación efectiva
- Trabajo en equipo
- Innovación/creatividad
- Calidad en el servicio
- Relaciones públicas.

Condiciones Generales del Puesto:

- **Requisitos documentales/expediente:** Currículum Vitae, Copia de Títulos y Diplomas, Constancias Laborales, Copia de Cédula, Record Policial Reciente, Certificado de salud reciente.

Ambiente de Trabajo: Se desempeñará en un ambiente de trabajo bajo presión, ya que debe entregar los reportes en tiempo y forma, trabajará en equipo y debe tener una excelente actitud con su equipo de trabajo.

Fuente: Elaboración Propia.

Anexo 8: Planilla de cargos permanentes.

Cargo	Salario mensual	INSS	IR	Salario Neto	INSS	INSS Patronal	Vacaciones	Aguinaldo	Total en pago de salarios mensual	Total en pago de salarios anual
Responsable de Finanzas	C\$ 48,000.00	C\$ 3,360.00	C\$ 7,767.00	C\$ 36,873.00	C\$ 960.00	C\$ 10,080.00	C\$ 4,000.00	C\$ 48,000.00	C\$ 63,040.00	C\$ 804,480.00
Responsable de servicios de marketing	C\$ 30,000.00	C\$ 2,100.00	C\$ 3,496.67	C\$ 24,403.33	C\$ 600.00	C\$ 6,300.00	C\$ 2,500.00	C\$ 30,000.00	C\$ 39,400.00	C\$ 502,800.00
Guarda de seguridad	C\$ 7,500.00	C\$ 525.00	C\$ 0.00	C\$ 6,975.00	C\$ 150.00	C\$ 1,575.00	C\$ 625.00	C\$ 7,500.00	C\$ 9,850.00	C\$ 125,700.00
Contador	C\$ 14,700.00	C\$ 1,029.00	C\$ 800.65	C\$ 12,870.35	C\$ 294.00	C\$ 3,087.00	C\$ 1,225.00	C\$ 14,700.00	C\$ 19,306.00	C\$ 246,372.00
Responsables de cartera y cobro	C\$ 14,000.00	C\$ 980.00	C\$ 703.00	C\$ 12,317.00	C\$ 280.00	C\$ 2,940.00	C\$ 1,166.67	C\$ 14,000.00	C\$ 18,386.67	C\$ 234,640.00
Total									C\$ 291,494.33	C\$ 3,719,882.00

Fuente: Elaboración Propia.

Anexo 9: Planilla de cargos permanentes.

Cargo	Salario mensual	INSS	IR	Salario Neto	Inatec	INSS Patronal	Vacaciones	Aguinaldo	Total en pago mensual	Total en pago de salarios anual
Soporte técnico y Mantenimiento	C\$ 11,000.00	C\$ 770.00	C\$ 284.50	C\$ 9,945.50	C\$ 220.00	C\$ 2,310.00	C\$ 916.67	C\$ 11,000.00	C\$ 14,446.67	C\$ 184,360.00
Analista programador	C\$ 17,000.00	C\$ 1,190.00	C\$ 1,121.50	C\$ 14,688.50	C\$ 340.00	C\$ 3,570.00	C\$ 1,416.67	C\$ 17,000.00	C\$ 22,326.67	C\$ 284,920.00
Redes e infraestructura	C\$ 12,400.00	C\$ 868.00	C\$ 479.80	C\$ 11,052.20	C\$ 248.00	C\$ 2,604.00	C\$ 1,033.33	C\$ 12,400.00	C\$ 16,285.33	C\$ 207,824.00
Diseñador grafico	C\$ 10,000.00	C\$ 700.00	C\$ 145.00	C\$ 9,155.00	C\$ 200.00	C\$ 2,100.00	C\$ 833.33	C\$ 10,000.00	C\$ 13,133.33	C\$ 167,600.00
Community Manager	C\$ 9,500.00	C\$ 665.00	C\$ 75.25	C\$ 8,759.75	C\$ 190.00	C\$ 1,995.00	C\$ 791.67	C\$ 9,500.00	C\$ 12,476.67	C\$ 159,220.00
Encargado de gestión de redes sociales	C\$ 7,500.00	C\$ 525.00	C\$ 0.00	C\$ 6,975.00	C\$ 150.00	C\$ 1,575.00	C\$ 625.00	C\$ 7,500.00	C\$ 9,850.00	C\$ 125,700.00
Notario	C\$ 8,000.00	C\$ 560.00	C\$ 0.00	C\$ 7,440.00	C\$ 160.00	C\$ 1,680.00	C\$ 666.67	C\$ 8,000.00	C\$ 10,506.67	C\$ 134,080.00
Formulador y evaluador de proyectos	C\$ 18,000.00	C\$ 1,260.00	C\$ 1,264.67	C\$ 15,475.33	C\$ 360.00	C\$ 3,780.00	C\$ 1,500.00	C\$ 18,000.00	C\$ 23,640.00	C\$ 301,680.00
Encargado de gestión de redes sociales	C\$ 18,000.00	C\$ 1,260.00	C\$ 1,264.67	C\$ 15,475.33	C\$ 360.00	C\$ 3,780.00	C\$ 1,500.00	C\$ 18,000.00	C\$ 23,640.00	C\$ 301,680.00
Total									C\$ 146,305.33	C\$ 1,867,064.00

Fuente: Elaboración propia

Anexo 10: Propuesta De Análisis Y Diseño Del Sitio Web

El sitio web de GET SOLUTIONS, debe ser una plataforma donde se presentará la imagen corporativa y el perfil estratégico de la empresa. La idea es relatar la trayectoria de la empresa en el mercado, ofertar toda la cartera de servicios de todas las ramas en la que se desempeñan y brindar una mejor atención personalizada a la demanda de los clientes. Haciendo que la empresa tenga presencia en el mundo digital, para que pueda brindar el debido compromiso y responsabilidad con sus clientes.

El sitio web obtendrá las siguientes características:

- El sitio web se realizará con el CSM WordPress y el diseño será a través de la personalización de un tema.
- La contratación del hosting será con un plan de bajo coste con 50 Gb de almacenamiento para el sitio.
- La web a realizar constará de las páginas de inicio, Quienes somos, servicios, Experiencia y contacto.
- La optimización de SEO se implementará a través de un plugin. También se configurará una cuenta de Google Analytics para el seguimiento del tráfico.

Recursos de software

- Sublime Text: Editor de texto para la programación.
- WordPress 5.2. Gestor de contenidos web.
- Google drive y Microsoft office. Redacción de documentos.

Arquitectura general

En cuanto a su construcción, esta se llevará a cabo con unos de los CMS más conocidos, WordPress. Está basado en PHP en el lado del servidor, utiliza bases de datos MySQL, dispone de licencia GPL y pone especial atención a la estética, estándares web y usabilidad. En la siguiente imagen se muestra la relación entre cada uno de los elementos que conforman el CMS WordPress.

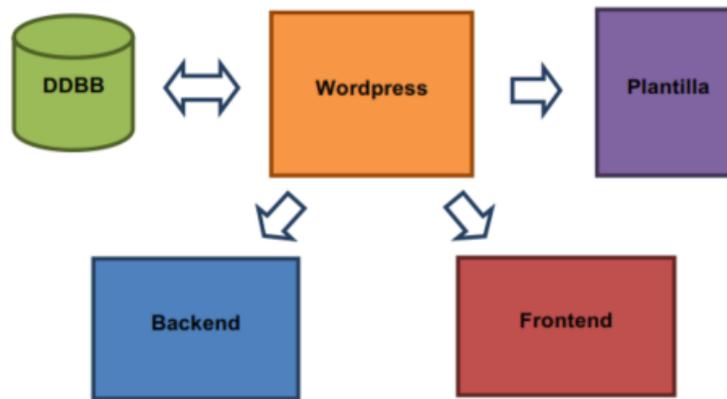


Ilustración 23: Flujo de información. Sitio Web

Estructura del menú del sitio web.

El diseño de la página web de GET SOLUTIONS, se caracteriza por una estructura común, sencilla, pero con estilo moderno donde se localice toda la información relativa a la empresa intuitivamente.

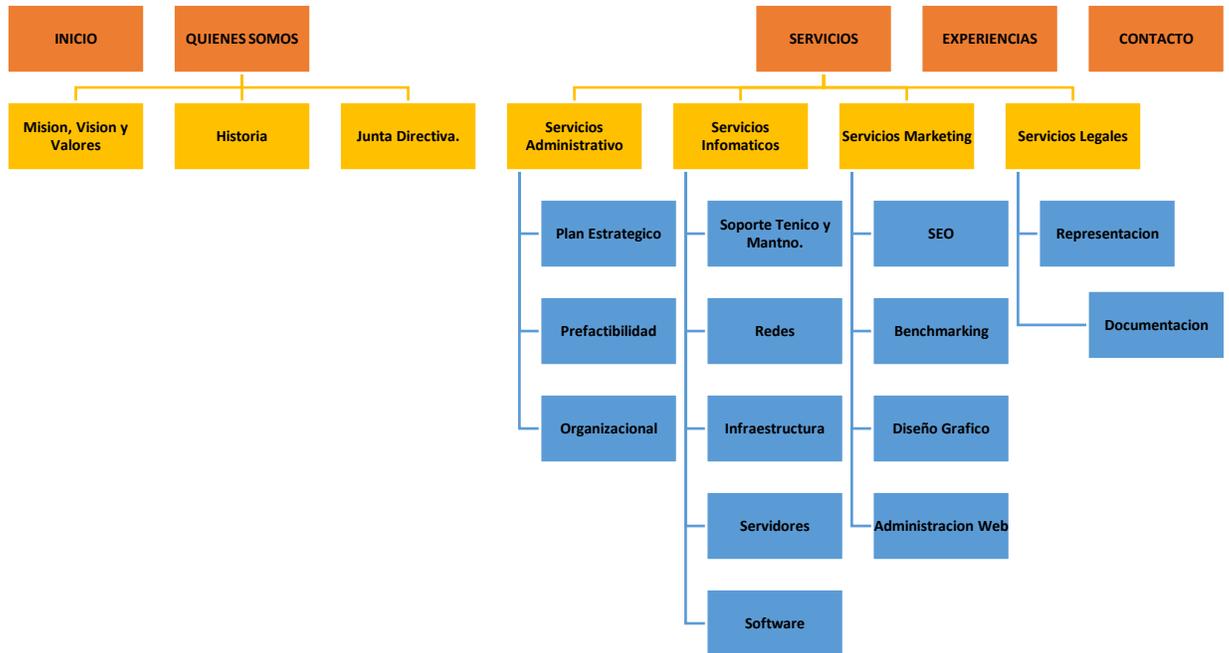


Ilustración 24: Distribución de menú para web GET SOLUTIONS.

Fuente: Elaboración propia.

Estructura de las páginas.

La estructura de las páginas tiene rasgos comunes por la estandarización del diseño. **En el anexo 6: Maquetado web**, se presentan las ilustraciones del maquetado de todas las páginas según el requerimiento de cómo se desea obtener la distribución de las páginas.

Paleta de Colores.

Una vez ingresando al sitio, se quiere conseguir una visión clara con colores contrastados para que se identifique los definidos en la empresa mediante su logo institucional. Para ello se necesita consultar el manual de marca de la institución para validar esa información y ponerse en marcha el sitio web con la colorimetría adecuada.

Diagrama de navegación de la página web.

El diagrama de navegación proporciona una representación esquemática de la estructura principal de una página web. A continuación, se presenta el diagrama de navegación de la propuesta de la página web de GET SOLUTIONS.

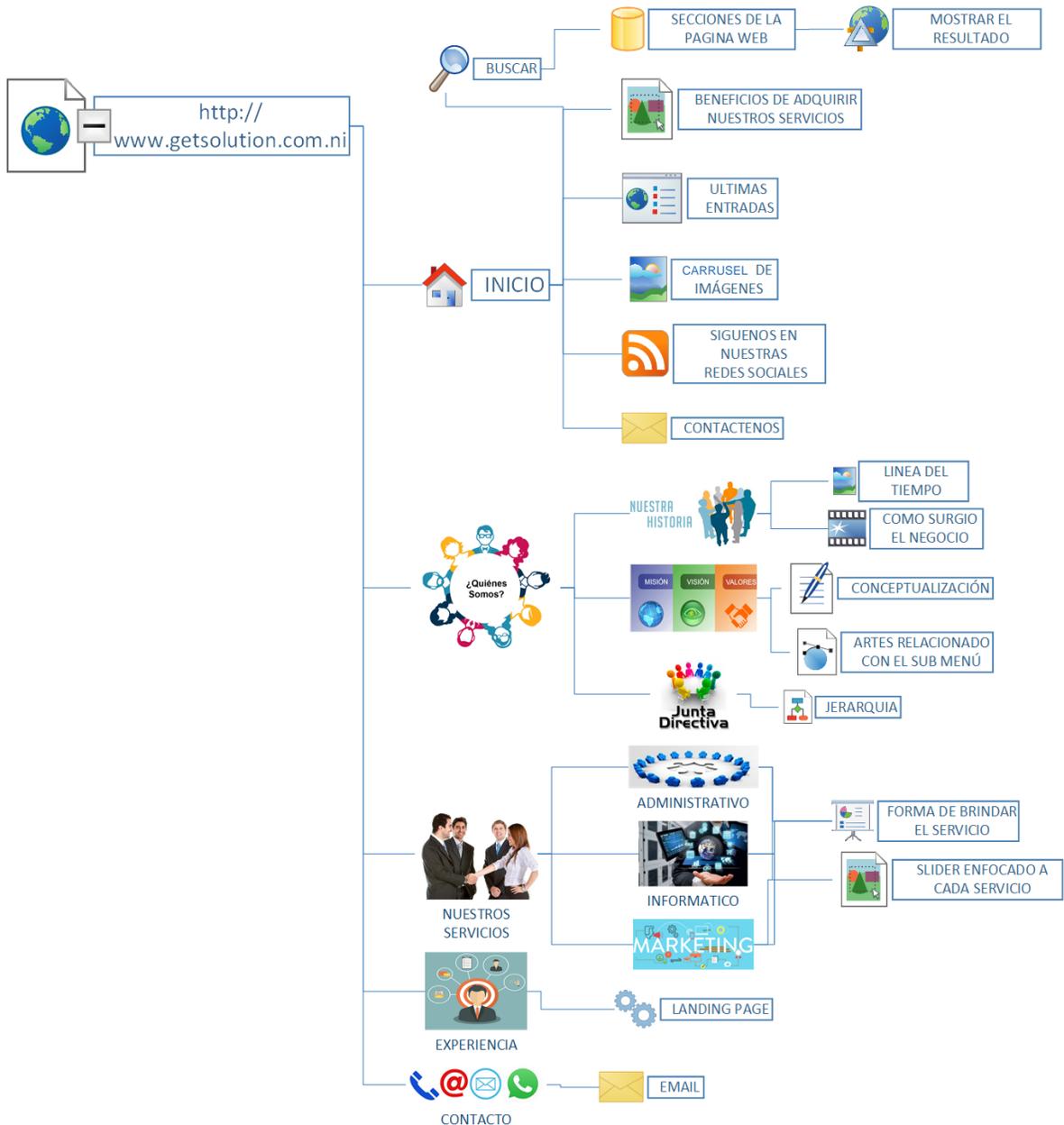


Ilustración 25: Diagrama de Navegación web

. Fuente: Elaboración propia.

Requerimientos

- Req 1. La página web debe ser optimizada en la visualización del contenido de una sección predeterminada.
- Req 2. Solamente contará con una plantilla base para ingresar la información del usuario.
- Req 3. Debe estar bien estructurada, en el sentido de que todo deberá de estar relacionado con el título de la sección. Además, los párrafos deben estar bien redactado y justificado.
- Req 4. Debe de llevar un diseño ejecutivo al mostrar a cada uno de los socios de la empresa y la organización de la empresa.
- Req 5. La página web deberá ser amigable con el usuario.
- Req 6. Debe de haber una landing para generar contenido que genere tráfico web con contenido relacionado a cada uno de los servicios que oferta la empresa
- Req 7. La página web debe tener una vinculación con las redes sociales para que se muestren comentarios positivos y post realizados.
- Req 8. La página web debe ser responsivo para adaptarse en Smartphone y Tablet.
- Req 9. La página web deberá de contar con un asistente interno (Robot), capaz de comunicarse de manera eficiente con el cliente.
- Req 10. La página web debe de estar con dominio propio.
- Req 11. La página web debe de tener la misma mezcla de colores del logo de la empresa.

Anexo 11: Maquetado web

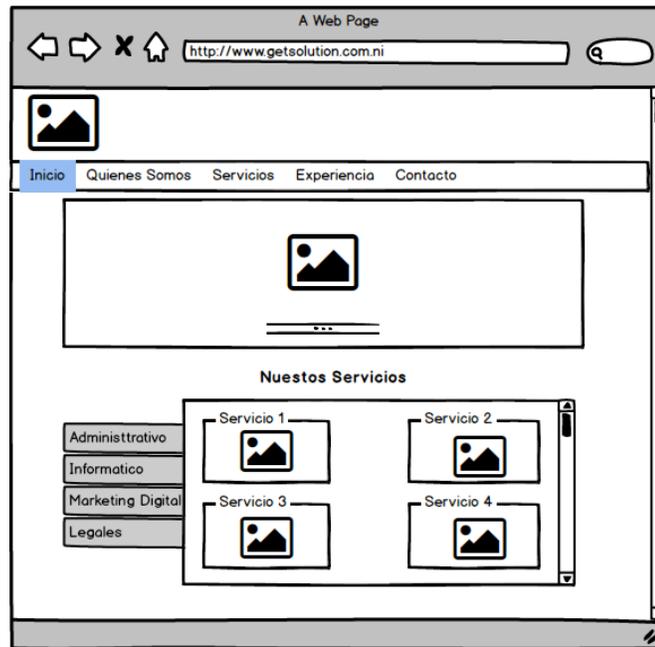


Ilustración 26: Index página web GET SOLUTIONS

Fuente: Elaboración propia.

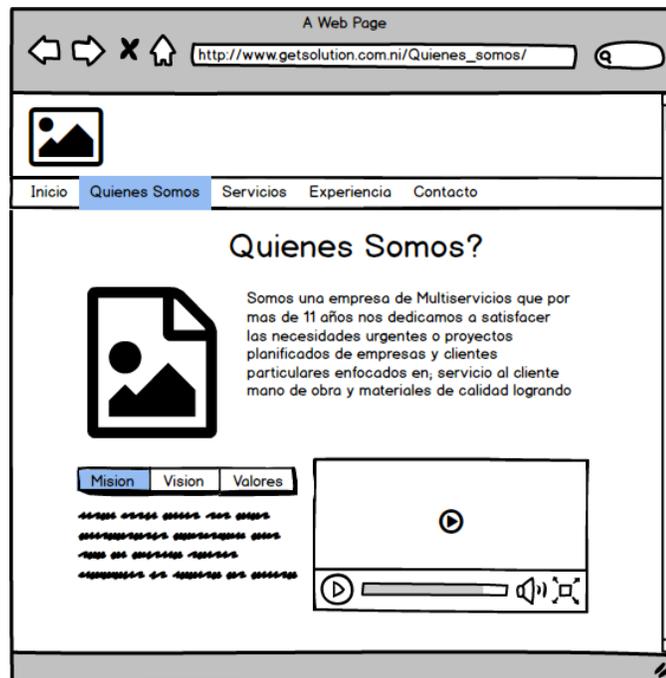


Ilustración 27: Quienes somos, página web GET SOLUTIONS

Fuente: Elaboración propia.

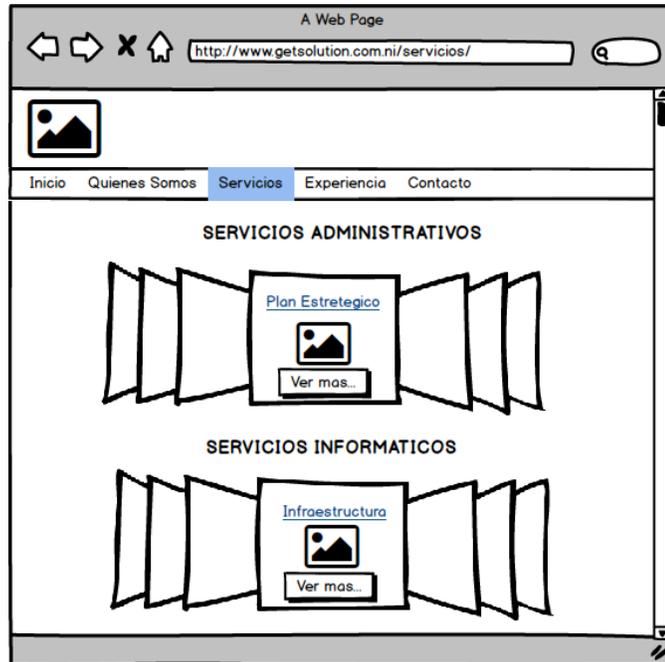


Ilustración 28: Servicios, página web GET SOLUTIONS

Fuente: Elaboración propia.

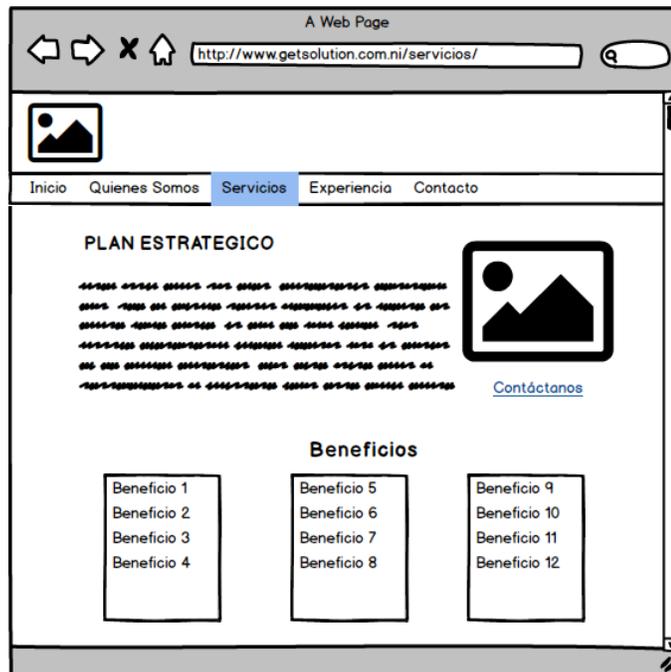


Ilustración 29: Servicio seleccionado, página web GET SOLUTIONS

Fuente: Elaboración propia.

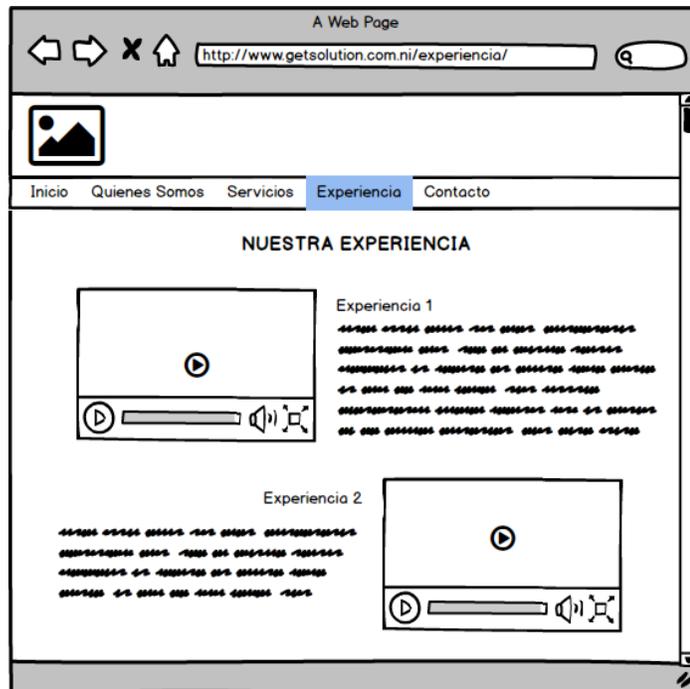


Ilustración 30: Experiencia, página web GET SOLUTIONS

Fuente: Elaboración propia.



Ilustración 31: Contacto, página web GET SOLUTIONS

Fuente: Elaboración propia

Anexo 12: Cotización de servicios.



Cotización

Cliente: GET SOLUTIONS

Dirección: Km 3 1/2. carretera norte, barrio San Luis. Número de Cotización: **52148**
RUC: J0000000891542 Fecha: 02/05/2020

N	Descripción	Precio	Cantidad	Total
1	Elaboración del plan de Negocio	\$ 150	1	\$ 150
2	Diseño del plan metodológico AIDA	\$ 1750	1	\$ 1750
3	Creación Buyer Persona	\$ 40	4	\$ 160
4	Realizar benchmarking digital	\$ 500	1	\$ 500

Gracias por preferirnos

Terminos y condiciones
Promociones aplican.

Información de pago

#Cuenta: 365110527
Nombre del Banco: Banco LaFise.

Sub Total: \$ 2,560
IVA: 15%

Total: \$ 2,944

8762-7358 | <https://tecnotool.com/>

Realizado por:
Carlos Paladino



Cotización

Cliente: GET SOLUTIONS

Dirección: Km 3 1/2. carretera norte, barrio San Luis. Número de Cotización: 52158
RUC: J0000000891542 Fecha: 02/05/2020

N	Descripción	Precio	Cantidad	Total
1	Creación de Plan Marketing	\$ 250	1	\$ 250
2	Diseño estrategia SEO	\$ 75	1	\$ 75
3	Establecer objetivo SMART	\$ 80	1	\$ 80
4	Implementar KPI	\$ 80	1	\$ 80

Gracias por preferirnos

Terminos y condiciones
Promociones aplican.

Información de pago

#Cuenta: 365110527
Nombre del Banco: Banco LaFise.

Sub Total: \$ 485

IVA: 15%

Total: \$ 557.75

8762-7358 | <https://tecnotool.com/>

Realizado por:
Carlos Paladino



Cotización

Cliente: GET SOLUTIONS

Dirección: Km 3 1/2. carretera norte, barrio San Luis. **Número de Cotización:** 52170

RUC: J0000000891542

Fecha: 02/05/2020

N	Descripción	Precio	Cantidad	Total
1	Elaborar Manual de Marca	\$ 100	1	\$ 100
2	Elaborar Plan de Contenido	\$ 345	1	\$ 345
3	Crear Landing page	\$ 30	1	\$ 30
4	Capacitación del personal	\$ 210	1	\$ 210

Gracias por preferirnos

Terminos y condiciones
Promociones aplican.

Información de pago

#Cuenta: 365110527

Nombre del Banco: Banco LaFise.

Sub Total: \$ 685

IVA: 15%

Total: \$ 787.75

8762-7358 | <https://tecnotool.com/>

Realizado por:
Carlos Paladino

Proforma



PROFORMA A: GET SOLUTION

Nº DE PROFORMA: N° 0001720

Domicilio: KM 3 ½. carretera norte,
barrio San Luis
(NI)

Fecha emitida:
29/06/2020

Precios válidos por 6 meses

Pos.	Concepto/Descripción	Cantidad	P. unitario	Monto
1	Diseño de página web	1	\$500	\$500
2	Diseño de sistema de fact y cont.	1	\$1300	\$1300

Método de pago: N/A

Importe neto	\$1,800
+ IVA de 15 %	\$270
Monto Total	\$18,270

Gracias por su confianza.

Atentamente,

Dominio y Hosting

Launch - Business Hosting - 2 years Bundle	\$479.76 33% off
24 Months ▾	
Renews at \$29.99/mo	🗑️
Office 365 Starter Email Free for 12 months	\$0.00 12 months
	🗑️

[View offer disclaimers](#) 🗑️ [Empty Cart](#)

Subtotal (USD) **\$479.76**

Subtotal does not include applicable taxes

Check Out

DOMINIOS .COM.NI

Son dominios territoriales, creados específicamente para identificar sitios webs de Nicaragua . Existen dominios para las terminaciones .com.ni , net.ni y .org.ni y otras terminaciones. Este tipo de dominios se registra anualmente y el costo anual es de 50 dolares

Contratar