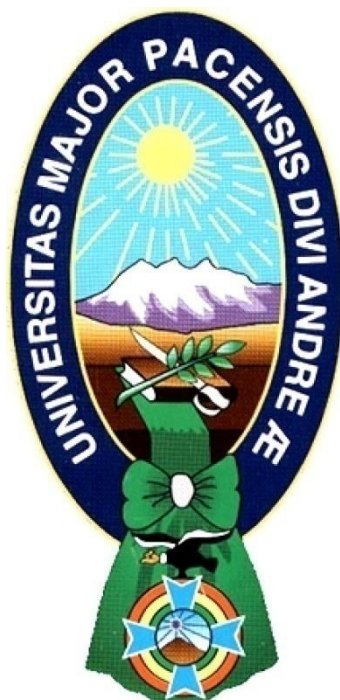


UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ECONOMIA



TESIS DE GRADO

**“ESTRATEGIAS ECONOMICAS ORIENTADAS A MEJORAR
EL INGRESO ECONOMICO PARA LA EMPRESA ITECSA”**

POSTULANTE : ANA WILLMA SOLIZ CHUQUIMIA
DOCENTE TUTOR : Mg. Sc. PASTOR YANGUAS NAVARRO
DOCENTE RELATOR : Lic. JULIO VELASQUEZ MALLEA

LA PAZ – BOLIVIA

2015

DEDICATORIA:

A mi familia

A Adolfo

A mi querida amiga y Tutora:

LIC. MGS

ELIZABETH VALDIVIA CHACON

AGRADECIMIENTOS:

Primero a Dios por la salud que me da para estudiar.

A mis amadas Adri, Kate y Mayita

Razón de mi vida.

A mi tutor Lic. PASTOR WANGMAS

Por su tiempo dedicado a mi tesis.

RESUMEN

El presente trabajo, se desarrolla desde el enfoque de lo que son los parámetros de economía dentro del ámbito empresarial tomando en cuenta que una empresa independientemente del índole al que pertenezca siempre presentara necesidades de consumo y servicio hacia la sociedad en su conjunto

El objetivo del presente trabajo es copar la mayor parte del mercado a la empresa ITECSA en función a sus limitaciones y competitividad, con el fin de mejorar sus ingresos económicos, así lograr un crecimiento sostenido y también mejorar la situación económica de sus dependientes tanto directos como indirectos.

Como propuesta se realiza el diseño de una estrategia productiva, mediante la capacitación especializada al personal de la empresa capaz de permitirle ocupar uno de los primeros sitios del mercado.

La finalidad en lograr esta capacitación es para que se alcance un máximo de rendimiento y productividad en sus puestos laborales, aspecto que muestra la ineludible relación entre la capacitación y la productividad de una organización.

Es por ello que después de la etapa investigativa del presente trabajo se realiza el diseño de la estrategia económica, misma que se basa en la realización y planificación de talleres mismos que se describen con especificidad en la caracterización de cada taller y al evaluación del mismo.

Y finalmente se realización las conclusiones y recomendaciones haciendo un contraste entre la etapa investigativa del trabajo y el diseño de la propuesta.

INDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTOS	III
RESUMEN	IV
TABLA DE CONTENIDO	VI

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
ANTECEDENTES	3
CAPITULO I.....	4
1. MARCO METODOLOGICO Y DE PROCEDIMIENTOS.....	4
1.1 JUSTIFICACION.....	4
1.1.1 SOCIAL.....	4
1.1.2 TEORICA	5
1.1.3 PRACTICA	5
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
1.2.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	6
1.2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	8
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	8
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	8
1.3.2 OBJETIVO ESPECIFICO.....	8
1.4 HIPOTESIS DE INVESTIGACION	9
1.5 DISEÑO METODOLOGICO	9
1.5.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	10
1.5.2 METODO DE INVESTIGACIÓN	10
1.5.3 TIPO DE ESTUDIO	11
1.5.4 DETERMINACION DE LA POBLACION Y MUESTRA.....	12
1.5.5 DISEÑO DE LA INVESTIGACION	13
1.5.6 TECNICA DE RECOLECCION DE DATOS	14
1.5.7 FUENTES DE INFORMACION	16
1.6 DETERMINACION DE VARIABLES	16
1.6.1 VARIABLE DEPENDIENTE	16
1.6.2 VARIABLES INDEPENDIENTES.....	16
1.6.3 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	17
1.7 ASPECTOS DELIMITATIVOS	17

1.7.1 DELIMITACIÓN ESPACIAL	17
1.7.2 DELIMITACIÓN TEMPORAL	17
CAPITULO II	18
2. MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL	18
2.1 TEORIAS.....	18
2.1.1 ECONOMÍA DEL DESARROLLO	18
2.1.2 PENSAMIENTO KEYNESIANO Y ECONOMÍA DEL DESARROLLO	19
2.1.3 KEYNES Y LA TEORIA DE LAS INVERSIONES	20
2.1.4 EL DESARROLLO DESDE LA TEORIA KEYNESIANA	21
2.1.5 LA MICROECONOMIA.....	23
2.1.6 TEORIA ECONÓMICA DE LA EMPRESA	24
2.1.7 ECONOMÍA EMPRESARIAL	25
2.2 CONCEPTOS	26
2.2.1 MICROEMPRESA	26
2.2.2 MICROEMPRESA EN BOLIVIA	27
2.2.3 LA EMPRESA Y LA UTILIDAD	29
2.2.4 INGRESOS DE LA EMPRESA	31
2.2.5 COMPETITIVIDAD	31
2.2.6 CAPACITACION DEL RECURSO HUMANO.....	32
2.2.7 CRECIMIENTO ECONOMICO	33
2.2.8 DESARROLLO ECONOMICO	33
CAPITULO III	34
3. MARCO NORMATIVO LEGAL	34
3.1 NORMATIVA DESDE LA CONSTITUCION POLITICA DEL ESTADO.....	34
3.2 NORMATIVA DESDE EL CODIGO DE COMERCIO	34
3.2.1 TIPOS DE EMPRESA	34
3.2.2 SOCIEDADES COMERCIALES.....	34
3.2.3 Decreto Ley N° 14379	36
3.2.4 Ley N° 164 LEY DE 8 DE AGOSTO DE 2011.....	37
CAPITULO IV.....	39
4. MARCO PRACTICO PRIMERA PARTE	39
4.1 PIB SECTOR COMUNICACIONES	39
4.2 RELACION DEL PIB CON LOS SECTORES DE LA ECONOMIA	40
4.3 INDICE DE CANTIDAD DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES.....	42

4.4 DISTRIBUCION DE LINEAS TELEFONICAS FIJAS	44
4.5 DISTRIBUCION DE LINEAS TELEFONICAS MOVILES	45
CAPITULO V.....	47
5. MARCO PRACTICO SEGUNDA PARTE	47
5.1 SITUACION ACTUAL DE LA EMPRESA DE SERVICIOS ITECSA.....	47
5.2 DIAGNOSTICO MEDIANTE ENCUESTA A LA EMPRESA	47
5.3 RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA AL PERSONAL	51
5.4 MERCADO DEL SERVICIO DE INTERNET	57
5.5 MERCADO EN BOLIVIA.....	57
5.6 ANALISIS DE LA DEMANDA DEL SERVICIO.....	62
5.7 ANALISIS DE LA OFERTA DEL SERVICIO	67
5.8 EQUILIBRIO DE MERCADO.....	68
5.9 ANALISIS DE LA OFERTA DEL SERVICIO POR OTROS OPERADORES.....	69
5.10 DESCRIPCION OPERATIVA DE LA PRODUCCION	70
CAPITULO VI.....	74
6. MARCO PROPOSITIVO	70
6.1 ANALISIS FINANCIERO DE LA EMPRESA DE SERVICIOS ITECSA	70
6.2 COSTOS DE LA EMPRESA.....	76
6.3 DEMOSTRACION DE LA HIPOTESIS	76
6.4 PROPUESTA DE CAPACITACIÓN	84
6.5 IDENTIFICACION DEL RUBRO LABORAL DE LA EMPRESA ITECSA.....	86
6.6 DISEÑO DEL CRONOGRAMA DE CAPACITACION ITECSA.....	79
6.7 DESCRIPCION DESARROLLO DE TALLERES	87
6.8 RELACION ENTRE CAPACIDAD Y PRODUCTIVIDAD.....	92
6.9 PARAMETROS PARA UNA ESTRATEGIA DE CAPACITACION.....	93
6.10 DESARROLLO DEL POAI.....	94
6.11 PROCEDIMIENTO DEL POAI.....	95

CAPITULO VII	99
7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	99
7.1 CONCLUSIONES.....	99
7.2 RECOMENDACIONES	100
BIBLIOGRAFIA.....	101
ANEXOS.....	103

INDICE DE TABLAS

TABLA 1	39
TABLA 2	41
TABLA 3	42
TABLA 4	44
TABLA 5	45
TABLA 6	63
TABLA 7	64
TABLA 8	74
TABLA 9	75
TABLA 10	76
TABLA 11	78
TABLA 12	80
TABLA 13	82
TABLA 14	87
TABLA 15	96
TABLA 16	97

INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO 1	30
GRAFICO 2	40
GRAFICO 3	41
GRAFICO 4	43
GRAFICO 5	44
GRAFICO 6	46
GRAFICO 7	66
GRAFICO 8	68
GRAFICO 9	68
GRAFICO 10	71
GRAFICO 11	73
GRAFICO 12	85
GRAFICO 13	82
GRAFICO 14	80
GRAFICO 15	93
GRAFICO 16	98

INTRODUCCIÓN

En los últimos años por el crecimiento de la población, las necesidades de consumo de bienes y servicios de la sociedad fueron aumentando paulatinamente y de manera progresiva, es así que para satisfacer estas necesidades, surgieron las organizaciones empresariales conocidas comúnmente como micro, pequeñas y medianas empresas, que están inmersas en varios rubros de trabajo en función a las necesidades y requerimientos del mercado.

Ante el desarrollo tecnológico de las comunicaciones y telecomunicaciones a nivel global, es que actualmente en el mercado de bienes y servicios se requiere de empresas de telecomunicación dedicadas a cubrir diversos ámbitos de este sector de la economía, que van desde la prestación del servicio de telefonía hasta la instalación de conexiones de internet mediante fibra óptica ADSL.

La tecnología de fibra óptica ADSL se refiere a una línea de comunicación digital de banda ancha con gran capacidad para la transmisión de datos a través de la red de telefonía básica o internet por cable, que es el caso de "ITECSA" (Ingeniería de Telecomunicaciones, Electricidad, Comercio, Servicio y Asesoramiento), empresa que se constituye en el estudio de caso de la presente investigación.

La empresa ITECSA se encuentra localizada en la ciudad de La Paz y tiene como radio de acción y desarrollo de sus actividades el área urbana del municipio de La Paz y el área aledaña hasta la localidad de Patacamaya para el servicio de instalación de internet y la ciudad de Santa Cruz en el servicio de mantenimiento de la red de fibra óptica de la empresa AXS BOLIVIA S.A.

El objetivo común que la empresa busca, es copar la mayor parte del mercado en función a sus limitaciones y competitividad, con el fin de mejorar sus ingresos económicos, así lograr un crecimiento sostenido y también mejorar la situación económica de sus dependientes tanto directos como indirectos. Para ello se precisa diseñar una estrategia económica, capaz de permitirle ocupar uno de los primeros sitios del mercado.

Por tanto en el presente trabajo se identificara el concepto de empresa desde la perspectiva económica, como una unidad económica-social integrada por tres factores productivos: **humanos, materiales y técnicos**, estableciendo también que por micro empresa “se entiende una unidad económica de producción a pequeña escala con un capital social mínimo, con baja inversión, pocas ventas y un número de empleados no mayor a quince en la que el dueño se involucra en todos los procesos de la empresa”¹.

Partiendo de todos los puntos mencionados anteriormente, desde la concepción económica empresarial, se ve la necesidad de plantear a nivel microeconómico estrategias económicas orientadas a mejorar el ingreso económico, para las micro empresas, en función a la capacitación especializada del personal como estrategia empresarial, que permita o facilite el trabajo de los tres componentes de una manera sistemática, equitativa.

¹ Meruvia José, Cano Gimena. “Guía de productos para el desarrollo microcrédito”. Pág. 15

ANTECEDENTES

Es importante realizar un análisis general del sector Telecomunicaciones en Bolivia, a partir de su contribución al PIB (Producto Interno Bruto), la misma que muestra de manera continua un crecimiento a partir del año 2003 hasta el 2014, por lo tanto se puede observar el crecimiento real del sector y su aporte real al PIB a partir del PIB a precios constantes.

El desarrollo de las Tecnologías de Información y Comunicación se ha expandido con el uso el uso de dispositivos como los celulares, computadores con acceso a internet, la comunicación inalámbrica, redes sociales, etc. Este desarrollo vertiginoso hace que existan innovaciones en todo eslabón de la cadena de valor del sector de las telecomunicaciones.

En la ciudad de La Paz, el crecimiento de los usuarios ha sido elevado, el número de clientes se ha incrementado en las empresas de teléfonos móviles, en este contexto se debe mencionar que, las empresas que están en el rubro brindando servicio de internet mediante los dispositivos móviles desde el año 2005 son: ENTEL, TIGO y VIVA. La prestación de servicios de instalación de internet en la ciudad de La Paz, está a cargo de las empresas de AXS BOLIVIA S.A, ENTEL y la cooperativa de teléfonos COTEL LA PAZ.

Hemos podido observar en las estadísticas del I.N.E que la cantidad de usuarios de cabinas fijas para llamadas internacionales está en constante crecimiento, por la necesidad de la comunicación hacia el exterior, por otro lado también es importante ver la cantidad de usuarios de la telefonía fija de COTEL, que cuanta con una red física.

La gente que tienen un móvil con acceso a internet en los horarios nocturnos también accede a la red, por lo que son consumidores potenciales del servicio de internet, vemos que en las ciudades de La Paz y Santa Cruz, el número de abonados es cada año mayor.

CAPITULO I

1. MARCO METODOLOGICO Y DE PROCEDIMIENTOS

1.1 JUSTIFICACION

La importancia del presente trabajo es determinar la mejor estrategia económica para mejorar el nivel de los ingresos de la empresa ITECSA, lograr la competitividad en el mercado, la cual lleva a crear nuevas alternativas económicas financieras, inclusive logísticas para estar entre las primeras empresas en nuestro rubro.

La necesidad que tiene la empresa es desarrollar la calidad de la mano de obra de los instaladores y técnicos especializados en el servicio. La relevancia del presente estudio también se justifica en el hecho de analizar desde el punto de vista microeconómico el mercado con relación a la empresa de servicios técnicos en instalación de internet.

1.1.1 JUSTIFICACION SOCIAL

La justificación social del presente trabajo de tesis se direcciona a fortalecer la imagen de la empresa beneficiando en primera instancia al crecimiento de la empresa, que con el tiempo se construirá como un referente, para motivar a las microempresas, pequeñas y medianas a que puedan obtener información que les sirva para tomar decisiones de inversión.

Considerando que la expansión de las inversiones trae consigo muchos beneficios, se puede lograr tomando como inicio de operaciones al mercado boliviano, con el objetivo inicial de lograr una competitividad interna, para luego hacer expansiones, por lo tanto el impacto social es grande pues la capacitación de los recursos humanos genera mejor nivel de empleo e ingresos para los trabajadores.

1.1.2 JUSTIFICACION TEORICA

En toda organización, sea de cualquier tipo, propósito o tamaño, existe un bien intangible que le da vida al funcionamiento de los procesos internos que en ella se dan. Este bien proviene de su personal, su recurso humano, el cual sin importar la complejidad ni la validez del programa de selección que se aplique, siempre necesitará procesos de capacitación.

Es decir para ser más eficientes dentro la unidad económica y alcanzar un máximo de rendimiento, es ineludible determinar la relación que existe entre la capacitación de sus recursos humanos, la eficacia del capital y la productividad de la organización.

En este sentido el presente estudio, pretende constituirse en un referente teórico que enlace la capacitación y la productividad como elemento de competitividad que mejore el ingreso de las microempresas dedicadas al rubro de las telecomunicaciones.

A partir de esta premisa, es que el estudio se justifica teóricamente, en la intención de poner de manifiesto la importancia de la capacitación del personal en todos los sectores pero fundamentalmente en el sector de las telecomunicaciones, como único argumento capaz de brindar competitividad a las microempresas respecto su imposibilidad de invertir en tecnología de punta.

1.1.3 JUSTIFICACION PRACTICA

La presente investigación pretende en la parte práctica identificar estrategias Económicas que nos permitan colocar a la empresa en un primer sitial con referencia a la competencia, también para alcanzar los objetivos que se plantea, es decir, el fortalecimiento de la empresa y por consecuencia mayor participación en el mercado y el incremento de las utilidades para la empresa.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Últimamente las telecomunicaciones entre ellos el servicio de internet se ha transformado en una necesidad importante, donde cualquier cambio en el precio del servicio sea grande o pequeño no afectara mucho a la demanda por lo que, se podrá sustituir algún bien por otro pero dejar de utilizar el servicio para los nativos y migrantes digitales no es una opción.

En este sentido el crecimiento de las micro, pequeña y mediana empresa en general, y en particular de la micro empresa ITECSA, dedicad al sector de la tecnologías de información y comunicación está condicionada por muchos factores, entre los que se encuentra, el stock de capital de inversiones, la disponibilidad de recursos humanos, una planificación estratégica de crecimiento en el mercado y otros.

Consideramos que uno de los factores determinantes para el crecimiento de estas empresas, son los recursos humanos, y en el caso particular de la empresa ITECSA, por la naturaleza del giro, el factor de producción mano de obra y su capacitación es fundamental para el logro de los objetivos de crecimiento y posicionamiento de la organización.

Por lo tanto se ha identificado que una de las variables de mayor incidencia es la calidad de sus recursos humanos que requiere una permanente capacitación mediante la implementación de una estrategia económica de crecimiento, que permita optimizar el uso de los factores de producción para incrementar los ingresos de manera sostenida.

1.2.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Producto del análisis de los datos históricos obtenidos de los estados financieros, principalmente del estado de resultados, se pudo identificar que los niveles de venta del servicio expresado en ingresos no satisfacen las expectativas

propuestas por la empresa, traduciéndose en bajos niveles de utilidad que no van en relación al crecimiento del sector de telecomunicaciones.

Además se ha identificado que los bajos niveles de ingreso provienen principalmente por las ventas del servicio a precios muy por debajo de los esperados y que tiene como política la empresa contratista, factor externo no controlable y en el tiempo consumido para realizar cada operación de instalación de la red de servicios de internet que constituye un factor interno controlable y susceptible de mejora.

Por lo tanto existe un retraso en las conexiones de los servicios de internet, y que esta genera a su vez, un efecto de insatisfacción al cliente final que consideramos es el resultado de la baja competitividad del recurso humano con el que cuenta la empresa ITECSA.

Además se ha identificado que los ingresos de la empresa pueden aumentar realizando un trabajo más eficiente de los técnicos, ya que la empresa contratista entrega instalaciones diarias que debemos realizarlas en el *menor tiempo posible*, lo que involucra optimizar nuestras operaciones duplicando la cantidad de ventas por periodo de entrega.

En el entorno competitivo de la empresa ITECSA, existen otras variables a considerar, como es la oferta de servicios de internet de otras compañías entre las que se encuentra TIGO, ENTEL, COTEL, AXS BOLIVIA y otros, muchas veces con mayor capacidad instalada, pero también la ampliación de red de fibra óptica ya que si no hay espacio en los pares no habrá un nuevo punto de usuario, el capital de inversión, la tecnología, la disponibilidad de materiales y equipos, etc.

En tal sentido un análisis situacional, permite determinar que uno de los factores que influye en la inadecuada apreciación del servicio realizado es la baja productividad del factor trabajo, se centra en la falta de actualización y capacitación del personal, lo que produce retraso en el servicio y la baja competitividad de la empresa en el rubro.

1.2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Actualmente las telecomunicaciones están en constante avance y permanente cambio tecnológico, lo que hace que las empresas dedicadas a este sector de la economía, capaciten y actualicen a sus recursos humanos en tecnología siendo esta una estrategia viable de crecimiento económico que incremente el nivel de ingresos y genere mayores utilidades.

Por todos lo mencionado anteriormente se hace la pregunta científica a defender la cual guiara el presente trabajo mediante la formulación de la interrogante de investigación de la siguiente manera:

¿La implementación de una estrategia económica, con énfasis en la capacitación del factor trabajo permitirá mejorar los ingresos económicos de la empresa ITECSA dedicada al rubro de las telecomunicaciones?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

Estudio de Caso: Empresa ITECSA

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar una estrategia económica basada en la capacitación especializada de sus Recursos Humanos, como factor de incremento de la productividad para mejorar los ingresos económicos de la microempresa ITECSA dedicada al rubro de las telecomunicaciones

1.3.2 OBJETIVO ESPECIFICO

Para el cumplimiento del objetivo general de estudio, se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Realizar un diagnóstico FODA de la microempresa
- Analizar los Estados Financieros de la empresa

- Establecer la relación capacitación y productividad
- Definir los parámetros para una estrategia de capacitación como elemento incidente en la productividad de una microempresa.
- Proyectar resultados obtenidos en relación a los ingresos y utilidades para validar o no la hipótesis

1.4 HIPOTESIS DE INVESTIGACION

El realizar un modelo de desarrollo económico estratégico, con un análisis de la información proporcionada por la microempresa ITECSA nos conducirá a realizar algunas proposiciones, para lo cual nos hemos planteado la siguiente hipótesis a demostrar:

Las Estrategias Económicas basadas en la capacitación especializada de recursos humanos, sería uno de los factores que inciden preponderantemente en los ingresos económicos de la microempresa ITECSA dedicada al sector de las telecomunicaciones.

1.5 DISEÑO METODOLOGICO

El diseño metodológico de una investigación se constituye en la forma particular de cómo cada investigador organiza y orienta su propuesta de investigación. “Lo metodológico debe estar soportado por la postura epistemológica, conceptual; es decir, cada diseño metodológico debe de responder con coherencia interna a la concepción de la investigación”².

Desde esta perspectiva el diseño metodológico no es otra cosa que la forma de cómo estructurar la investigación, es saber cómo se investigará el problema las técnicas e instrumentos que se utilizaran para poder determinar los aspectos relevantes de la investigación.

La presente investigación utilizará entonces una serie de instrumentos que son expuestos en el presente capítulo de manera tal que exista la posibilidad de estudiar adecuadamente los procesos económicos y de estrategia definidos a fin

² TAYLOR, BOGDAN “Introducción a los Métodos de Investigación” Edit. Book Print, España 2009, pág. 31

de lograr el incremento de los ingresos de la empresa en función a la capacitación especializada de su personal.

1.5.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

Dentro de los enfoques del presente estudio se toma en cuenta tanto el enfoque cuantitativo por el estudio de los ingresos que vienen a ser datos numéricos y por otra parte se toma en cuenta el enfoque cualitativo ya que la descripción y planificación de la estrategia económica viene a ser más aspectos cualitativos.

Por lo tanto a continuación se describen teóricamente ambos enfoques para dar entendimiento a lo mencionado anteriormente:

➤ Enfoque cuantitativo

“Usa la recolección de datos para probar una hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.”³

➤ Enfoque cualitativo

“Tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad.”⁴

1.5.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

➤ Método Inductivo.-

La realización del estudio permite asumir el método inductivo como guía en el proceso investigativo.

“El método inductivo que se refiere al razonamiento mental que conduce de lo particular a lo general, y permite extender los conocimientos que se tienen sobre una clase determinada de fenómenos a otro cualquiera que pertenezca a esa misma clase”⁵.

³ Alvira Martín, F. (2002). Perspectiva cualitativa/perspectiva cuantitativa en la metodología sociológica. Mc Graw Hill. México, DF Pág. 30

⁴ Ídem

⁵ RODRIGUEZ Francisco, BARRIOS Irina y FUENTES María, “Introducción a la metodología de las investigaciones” Edit. Política, La Habana cuba 1994, Pág. 27

En la presente investigación se asume este método debido a que a partir del estudio particular de la microeconomía como sustento teórico del trabajo, se analizan los procesos más específicos que tienen que ver con la capacitación, la oferta y la demanda de la empresa que se evaluara como elementos influyentes en la mejora de ingresos de la empresa que tiene su grado de participación en la economía como un todo en su aspecto general.

1.5.3 TIPO DE ESTUDIO

La presente investigación tomo como tipo de estudio de acuerdo al grado de profundidad investigativa el tipo descriptivo.

El estudio descriptivo es entendido como aquella investigación que “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, es decir, miden evalúan o recolectan datos sobre diferentes conceptos (variables), aspectos, o dimensiones del fenómeno a investigar”⁶.

El tipo de estudio aplicado a la presente investigación permite desarrollar la descripción exacta de los procesos económicos que se desarrollan en la microempresa de servicios “ITECSA”, como estudio de caso, para así poder determinar y evaluar no solo el proceso necesario para incrementar sus ingresos, sino también determinar el grado de influencia que tiene la capacitación especializada de su personal.

⁶ HERNANDEZ Sampieri, FERNÁNDEZ Collado, BAPTISTA Lucio, Metodología de la investigación, Editorial McGraw-Hill, México, 1998, Segunda edición, Pág. 60

1.5.4 DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO O POBLACIÓN DE ESTUDIO LA MUESTRA Y LA UNIDAD DE ANÁLISIS

1.5.4.1 Universo

“Se denomina universo al conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones, mismas que pueden ser de contenido, lugar y tiempo”⁷

La elaboración del presente estudio considerará como universo de estudio a todos los procesos administrativos desarrollados dentro de la microempresa que es objeto de la investigación.

Adicionalmente y en virtud a conocer las particularidades y criterios referidos a la influencia de la capacitación dentro del sector micro empresarial y su desarrollo, también se considerara como parte del universo a los miembros de la Federación de Microempresas legalmente constituidas en la región, así como los trabajadores de la empresa ITECSA en sus diferentes áreas.

1.5.4.2 Muestra

“Se entiende como muestra al subconjunto del universo, del cual se recolectan los datos y debe ser representativo del mismo”⁸. Es decir, la muestra es una parte del universo que debe presentar los mismos fenómenos, o moverse en el mismo contexto que ocurren en el universo.

Por las particularidades de esta investigación y considerando que se tomaran todos los procesos administrativos, económicos y de capacitación que se desarrollan en la empresa objeto de estudio, como parte de la investigación, la muestra de la investigación se convierte en un censo, entendiendo por censo a una forma de muestreo en una investigación científica, este tipo de muestreo permite analizar a todos y cada uno de los miembros de la población seleccionada para el estudio.

⁷ HERNÁNDEZ Sampieri, Metodología de la Investigación, Editorial McGraw-Hil, México, 2007, Pág. 204

⁸ HERNÁNDEZ Sampieri, Metodología de la Investigación, Editorial McGraw-Hil, México, 2007, Pág. 204

El censo es utilizado como forma de muestreo investigativo cuando el universo de estudio disponible es pequeño y por tanto una muestra del mismo sería aún más reducido y poco significativo en términos de una correcta medición científica. Este tipo de muestreo también será utilizado en el Universo correspondiente a los trabajadores que forman parte de ITECSA.

1.5.4.3 Unidad de Análisis

Entendiendo que “la unidad de análisis es quien o que va a ser medido, la unidad de análisis corresponde a la entidad mayor o representativa de lo que va a ser objeto específico de estudio en una medición y se refiere al qué o quién es objeto de interés en una investigación”⁹.

En la presente investigación la unidad de análisis está determinada por el estudio de los procesos de capacitación específica del personal, en función del incremento de los ingresos de la microempresa.

1.5.5 DISEÑO DE LA INVESTIGACION

El presente estudio se desarrollará bajo un diseño investigativo que contemple la investigación no transeccional y no experimental que contempla las siguientes características:

“El estudio transeccional es aquel que se refiere a la recolección de datos en un solo momento de tiempo, en un momento único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado, es como tomar una fotografía de algo que sucede”¹⁰.

Por otro lado el estudio será también no experimental que es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente las variables de estudio, es decir, se trata de investigaciones donde no se hace manipular intencionalmente una variable. La

⁹ RODRIGUEZ Francisco, BARRIOS Irina y FUENTES María, “Introducción a la metodología de las investigaciones” Edit. Política, La Habana cuba 1994, Pág. 37

¹⁰ RODRIGUEZ Francisco, BARRIOS Irina y FUENTES María, “Introducción a la metodología de las investigaciones” Edit. Política, La Habana cuba 1994, Pág. 186

investigación no experimental es aquella que permite observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos”¹¹.

En el entendido que el presente estudio, determinara si se están cumpliendo o no los parámetros necesarios para conseguir el incremento de ingresos de la empresa, es que el estudio se basara en la recopilación de datos de oferta, demanda y costos de generación de servicio para poder determinar la influencia de la capacitación especializada en el proceso en un solo momento, sin someter estos datos a modificación alguna, como parámetro de garantía de la exactitud del análisis.

1.5.6 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Las técnicas de recolección de datos, “son un conjunto de reglas y procedimientos que permiten al investigador establecer la relación con el objeto o sujeto de la investigación, para ello se debe seleccionar un instrumento de medición fiable, aplicar ese instrumento a la investigación y a lo que se quiere medir y preparar las mediciones obtenidas”¹². En la presente investigación están definidas por:

Recopilación bibliográfica o documental, que “se entiende como la recopilación de datos mediante el análisis documental, recopilando la información contenida en documentos relacionados con el problema estudiado”¹³.

Esta técnica está orientada a la definición del marco teórico de la presente investigación y ha permitido establecer también la relación existente entre los procesos desarrollados al interior de la empresa ITECSA y su relación con la capacitación como factor de incremento de la productividad.

Observación. Que consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamiento o conducta manifiesta. Puede utilizarse como herramienta de medición en muy diversas circunstancias esta es una de las técnicas que arroja resultados más fiables para el investigador, nos ayudará a establecer las áreas

¹¹ HERNANDEZ Sampieri, FERNÁNDEZ Collado, BAPTISTA Lucio, Metodología de la investigación, Editorial McGraw-Hill, México, 1998, Primera edición Pág. 184

¹² HERNÁNDEZ Sampieri, Metodología de la Investigación, Editorial McGraw-Hill, México, 2007, Pág. 234

¹³ CARRASCO DÍAZ Sergio “Metodología de la Investigación Científica”, Editorial San Marcos, Lima- Perú 2005, Pág. 275 y 276.

críticas de los procesos administrativos, de servicio y evaluación correspondientes a las actividades de la Empresa ITECSA.

Encuesta de tipo Likert. La encuesta es un instrumento que permite recolectar datos a partir de la reestructuración de un formulario impreso que se aplica a la muestra de estudio y que se determina con anterioridad. El cuestionario de escala Likert es una escala para medir actitudes, es una investigación de tipo cualitativo, dado que las actitudes de las personas no pueden ser medidas sólo numéricamente, pero si es posible hacerlo aplicando un cuestionario con alternativas de respuesta.

En este instrumento se incluye la pregunta ¿Por qué?, para profundizar las respuestas en función de los objetivos que se quiere alcanzar con la presente investigación.

Esta técnica fue utilizada a partir del cuestionario dirigido a los empleados de la empresa ITECSA, los mismos que cumplen diversas funciones al interior de la misma. El objetivo de este cuestionario es conocer la relación que asumen los empleados entre productividad y capacitación, también ha permitido conocer las necesidades que estos tienen respecto de su desarrollo laboral dentro de la institución.

Entrevista. Es un instrumento que nos permite conocer las percepciones, ideas y sugerencias a partir de plantear preguntas que tienen el objetivo de recolectar la información necesaria, en el presente caso, la información recolectada es referente a la influencia que tiene la capacitación especializada en la mejora del ingresos de la microempresa.

Está dirigida tanto a los miembros de la federación de microempresarios así como a los directivos de la empresa, esto a fin de conocer las particularidades del estudio realizado a nivel particular de ITECSA como objeto de estudio específico y de la microempresa en general.

1.5.7 FUENTES DE INFORMACION

1.5.7.1 FUENTES PRIMARIAS

Nuestra fuente primaria y principal de información son el registro de operaciones y la encuesta que se aplicó a la empresa ITECSA, a los directivos de la empresa como también al personal, con el fin obtener información clave que te permita inferir en busca del objetivo general y la demostración de nuestra hipótesis.

1.5.7.2 FUENTES SECUNDARIAS

Se la realizara mediante la revisión de la documentación bibliográfica que existe en nuestro ámbito y brinden información para desarrollar la investigación, entre los que se encuentran Instituciones Públicas como el Banco Central de Bolivia (BCB), El Instituto Nacional de Estadísticas (INE), Unidad de Análisis de Políticas Sociales y Económicas (UDAPE).

1.6 DETERMINACION DE VARIABLES

En función de nuestra hipótesis de trabajo que textualmente indica que “Las Estrategias Económicas basadas en la capacitación especializada de recursos humanos, sería uno de los factores que inciden preponderantemente en los ingresos económicos de la microempresa ITECSA dedicada al sector de las telecomunicaciones, hemos determinado nuestras variables de la siguiente manera:

1.6.1 VARIABLE DEPENDIENTE

Ingreso.

1.6.2 VARIABLES INDEPENDIENTES

- Recursos Humanos.
- Stock de capital.
- Estrategias Económicas.

1.6.3 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLE	TIPO	DIMENSIÓN	TÉCNICA
INGRESO	Dependiente	Económica	Cuantitativa
RECURSOS HUMANOS	Independiente	Económica	Cuantitativa
STOCK DE CAPITAL	Independiente	Económica	Cuantitativa
ESTRATEGIAS ECONOMICAS	Independiente	Económica	Cuantitativa

1.7 ASPECTOS DELIMITATIVOS

1.7.1 DELIMITACIÓN ESPACIAL

El estudio se realizara en el área urbana del municipio de La Paz, debido a que el radio de acción y trabajo de la empresa seleccionada como parte del estudio de caso es justamente esta área geográfica.

1.7.2 DELIMITACIÓN TEMPORAL

El estudio se realizara considerando datos desde el año 2004 donde la empresa inicia actividades, de manera muy limitada y es el año 2010 que se dedica a la actividad de las instalaciones de manera agresiva donde los técnicos dedicados a la construcción de redes de fibra óptica, son los mismos que realizan trabajos de instalación en las viviendas y oficinas particulares.

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL

2.1 TEORIAS

2.1.1 ECONOMÍA DEL DESARROLLO

Se puede considerar a la Economía del Desarrollo como sub disciplina científica que aparece después de la Segunda Guerra Mundial. No obstante, la preocupación por el desarrollo, en sus distintas versiones (riqueza, prosperidad material, progreso, crecimiento, etc.), y el intento por comprender cómo se produce para poder alcanzarlo, no es patrimonio de los economistas de la segunda mitad del siglo XX.

Esta preocupación data del siglo XVII, es decir que, las razones del surgimiento de la economía del desarrollo, y los distintos planteamientos teóricos dados a partir de esta aparición, como una subdisciplina de la teoría o ciencia económica son diversas, entre ellas se destaca la aparición de la teoría keynesiana, que es una causa de tipo teórico asociada a la evolución de la economía durante los años treinta y cuarenta del siglo XX ¹⁴.

En tal sentido se puede mencionar que existen algunas relaciones principales entre la teoría keynesiana y la economía del desarrollo, el keynesianismo reintrodujo en el análisis económico una perspectiva dinámica y macroeconómica frente al análisis estático y microeconómico característico del pensamiento neoclásico.

La aparición del keynesianismo favoreció el surgimiento de las teorías del desarrollo por cuanto supuso el rompimiento de la visión mono económica del neoclasicismo respecto a la existencia de una única situación de pleno empleo. La visión keynesiana considera ésta como una situación excepcional y concibe otro escenario como el más frecuente, el desequilibrio y desempleo de los recursos de la economía.

¹⁴ BUSTELO Pablo, "Economía del desarrollo: Un Análisis histórico", Ed. Complutense, Madrid, 1992, pág. 30 y 31

La aparición de la teoría keynesiana favoreció el desarrollo de la contabilidad y la recolección de datos estadísticos, fortaleciendo el carácter empírico de la economía, es así que, la economía del desarrollo aparece con las contribuciones de los denominados “pioneros del desarrollo”¹⁵ entre los cuales se destacan autores como Smelser, Singer, Adelman, Prebisch, Rostow, Nurkse, Myint, Arthur Lewis y Myrdall, entre otros.

Estos pioneros construyeron un conjunto de conceptos sobre el desarrollo conocidos normalmente en la literatura económica como la “Teoría de la modernización” cuya característica fundamental consiste es la concepción del desarrollo económico como equivalente al crecimiento económico.

2.1.2 EL PENSAMIENTO KEYNESIANO Y LA ECONOMÍA DEL DESARROLLO

El texto la teoría general de la ocupación, el interés y el dinero marca un hito en la historia del pensamiento económico, al desencadenar una nueva teoría sobre el pleno empleo, en la cual Keynes argumenta que el nivel de empleo en la economía moderna estaba determinado por tres factores: la propensión marginal al consumo, la eficiencia marginal del capital y la tasa de interés.

El argumento clave en el pensamiento keynesiano es que ante una economía debilitada por la baja demanda con depresión, donde hay un problema desencadenante, el gobierno puede incrementar la demanda agregada incrementando sus gastos (aunque se incurra en déficit público), sin que el sector público incremente la tasa de interés lo suficiente como para minar la eficacia de esta política.

Keynes creía que los países que hubiesen alcanzado un cierto nivel de ingreso tendrían que dejar de preocuparse tanto por el crecimiento económico, y todo aumento de la productividad desde ese momento debiera transformarse en aumento del ocio, aumento de los servicios sociales o dar lugar a ocupaciones más artísticas y civilizadas, mediante una mejor distribución de la renta.

¹⁵ MEIER, Gerald y SEERS, D., “Pioneros del desarrollo” Oxford University, New York - EEUU, 1984.

2.1.3 KEYNES Y LA TEORÍA DE LAS INVERSIONES.

Keynes rompe con el paradigma clásico donde la oferta crea su propia demanda, por lo que pone énfasis en lo que considera la clave del funcionamiento del sistema económico, la demanda agregada.

La oferta agregada no presenta problemas: los empresarios conocen sus curvas de costes, hacen sus expectativas sobre la demanda del mercado y establecen su plan de producción, sin embargo puede suceder que la demanda real no coincida con la estimada por los empresarios, surgiendo así un desajuste que afectará a los precios y habrán de modificarse los planes de producción.

En la concepción keynesiana es la demanda la que determina su propia oferta, por lo tanto la demanda efectiva puede descomponerse en consumo e inversión y será esta última la que juegue un papel clave en el funcionamiento del sistema. No obstante, aunque el consumo tiene un carácter residual, también puede tener su influencia en el desplazamiento de la curva de demanda agregada.

Ante una reducción en los salarios monetarios, se producirá una disminución de la demanda monetaria, así los salarios monetarios representan la cantidad de billetes que se tienen y no el valor que en si representaría en forma real. Por lo tanto, “baja de los precios; si ambas reducciones, salarios monetarios y precios, son proporcionales, el salario real no se altera, por lo que el empleo se mantiene constante; pero si por el contrario, la disminución de los precios no es proporcional, se producirá una redistribución de la renta, se reducirá el consumo real y aumentará el desempleo”¹⁶.

Para salvar este problema, Keynes introduce en su teoría el supuesto de la rigidez de los salarios monetarios, con lo cual desplaza todo el peso de la variación de la demanda agregada al otro componente, la inversión. La parte de renta que no se consume será ahorrada, dependiendo dicho ahorro más del nivel de renta que del tipo de interés. Este ahorro puede convertirse o no en inversión, en función de la eficiencia marginal del capital y del tipo de interés.

¹⁶ HIDALGO, Antonio, “El Pensamiento Económico Sobre el Desarrollo” Edit. DEUSTO, España, 2008.

Es decir, “el nivel de la inversión está determinado por el tipo de interés y la eficiencia marginal del capital. Sin embargo, al ir aumentando la acumulación de capital se van agotando las nuevas oportunidades de inversión, y como el tipo de interés no podría seguir bajando, acabarían por detenerse la acumulación de capital y el progreso”¹⁷.

Para Keynes el crecimiento económico se enfrentaba a ciertas barreras, donde existe una tendencia del sistema a un equilibrio con bajo consumo, bajo ahorro, baja inversión, alto desempleo, abundantes recursos ociosos y progreso lento, que podría salvarse aumentando la demanda agregada vía inversión, que conducir a la economía al pleno empleo.

No obstante, el incentivo vía la inversión pronto iría perdiendo eficacia debido a la decreciente eficiencia marginal del capital, que tendería a cero a medida que nos acercamos a la situación de pleno empleo.

2.1.4 EL DESARROLLO DESDE LA TEORÍA KEYNESIANA

Las principales contribuciones de la teoría keynesiana a la economía del desarrollo son fundamentalmente tres. Por un lado, la elaboración de una teoría de la inversión autónoma que incluye la consideración a largo plazo, el reconocimiento de la posibilidad de divergencias entre el PNB potencial y real, el descubrimiento de nuevos factores, el progreso técnico y la tasa de crecimiento de la población.

Por otro lado, se plantea también que, el cierre de la frontera, es decir, el fin de la colonización de nuevos territorios, supone, por un lado, la paralización de la tasa de descubrimiento de recursos, y el debilitamiento del espíritu de aventura en el campo económico. Al desaparecer las posibilidades de establecer empresas en las nuevas comunidades de la frontera, el joven empresario se va haciendo más prudente en su actitud ante el riesgo.

¹⁷ HIDALGO, Antonio, “El Pensamiento Económico Sobre el Desarrollo” Edit. DEUSTO, España, 2008.

Para Keynes, “el progreso técnico incide en la inversión de dos maneras. La primera, ahorrando capital con la incorporación de innovaciones, lo que reduce la respuesta de la inversión al progreso técnico. La segunda, generando una tasa de obsolescencia elevada en el campo de los bienes de capital, con lo cual el empresario sólo invertirá cuando estime unos porcentajes de rendimientos elevados.”¹⁸

De esa misma manera, el crecimiento demográfico desde la teoría keynesiana, afecta a la inversión de dos maneras distintas. En primer lugar, “...una población creciente hace aumentar la demanda de bienes y servicios, por tanto, una disminución del ritmo de crecimiento demográfico supondría una disminución del ritmo de crecimiento del consumo, que por medio del principio de aceleración se convierte en un decrecimiento de la inversión...”¹⁹.

En segundo lugar, “...el crecimiento demográfico supone un aumento de la mano de obra, que ha de traducirse en un incremento de la acumulación de capital para que la productividad de este factor pueda permanecer constante. De esta manera el aumento de la población fuerza el incremento de la inversión autónoma”²⁰.

Ante esta tendencia a la disminución de la inversión privada, el gobierno cuenta con tres medidas de política económica: “el incremento de la inversión pública, la reducción de los impuestos o la redistribución de los ingresos entre ahorradores y consumidores. Una adecuada combinación de las mismas podría llevar a una economía por la senda del crecimiento sostenido.”²¹

Es así que se puede afirmar que Keynes no tiene una teoría específica para determinar el desarrollo, pero su aportación a la economía en general es tan importante que influyó decisivamente en posteriores enfoques de la Economía del Desarrollo, de manera tal que el aporte de Keynes se centra fundamentalmente en su teoría de la inversión.

¹⁸ HANSEN, A., Política fiscal y ciclo económico, Fondo de Cultura Económica, México, 1963

¹⁹ HIDALGO, Antonio, “El Pensamiento Económico Sobre el Desarrollo” Edit. DEUSTO, España, 2008.

²⁰ Ídem

²¹ Ídem.

Consiguientemente la teoría de la inversión ésta en el centro de su análisis, la inversión total es siempre igual al ahorro total que es una condición de equilibrio independientemente del nivel de empleo que pueda haber, esta igualdad es una consecuencia de las variaciones del nivel de la renta.

Si la inversión aumenta, aumentará la renta hasta que el ahorro procedente del aumento de la renta sea igual al aumento de la inversión, y si la inversión disminuye, la renta disminuirá hasta que el ahorro procedente de la renta inferior sea igual a la inversión reducida.

2.1.5 LA MICROECONOMÍA

La microeconomía está constituida por la serie de hipótesis teóricas que explican el funcionamiento de los mercados individuales que está conformada por cuatro partes principales:

1. La teoría del mercado.
2. La teoría de la demanda y el consumidor.
3. La teoría de la oferta, la empresa y la producción.
4. La teoría acerca de las estructuras de los mercados.

La microeconomía se dedica al estudio de la empresa, entendida como la iniciativa, las leyes que rigen o explican su conducta deben ser concebidas desde dos sentidos: desde dentro lo que toca a la eficiencia, y desde fuera que corresponde a su eficacia o competitividad en su entorno más conocido como el mercado”²².

La Microeconomía toma como base a la Utilidad para su desarrollo, entendiendo por utilidad como la capacidad de un bien de satisfacer una necesidad específica, en tal sentido, se puede afirmar que el análisis microeconómico parte del individuo como unidad de estudio, donde se le concibe como homo economicus²³, que le confiere conciencia, saber, racionalidad, moral y capacidad de libre albedrío.

²² RIONDA Ramírez, Jorge, “Microeconomía”, Biblioteca Virtual de Derecho, Economía y Cs. Sociales, Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006a/jirr-mic/0a.htm#>, Visitado el 2 de Mayo de 2015

²³ Persona racional, capaz de decidir y actuar, con conocimiento que persigue lograr beneficios personales siguiendo principios de menor esfuerzo y mayor logro.

Por otra parte, el análisis microeconómico en función de la empresa concibe al ser humano como homo fáber²⁴ que es el hombre que transforma su entorno, "el hombre que hace o fabrica". "Se trata de representar en un modelo la conducta del productor, la manera en que se eligen entre varias alternativas aquella que se considera óptima en el sentido que logra el máximo nivel de producción con el mínimo de costos"²⁵.

Es a partir de estos dos postulados fundamentales que la microeconomía aborda las teorías de la oferta y la demanda, y con ello se tiene el caso de la comprensión del mercado, al cual se lo concibe en condiciones ideales de competencia perfecta, y las reales o de competencia imperfecta, en la búsqueda de la máxima ganancia.

Así, la microeconomía se vale del desarrollo de modelos que expliquen la conducta a nivel individual del consumidor como del productor para de ahí partir a una expresión más agregada de lo que es la teoría de la demanda y de la oferta y con ello el principio de la teoría de mercados.

2.1.6 TEORÍA ECONÓMICA DE LA EMPRESA

Se entiende por teoría económica de la empresa la descripción, la interpretación, la aclaración y el pronóstico de los elementos que definen la estructura económica de la institución empresarial, las relaciones entre ellos y sus comportamientos.

Lo que se busca es el diseño de cómo debe construirse el cálculo económico en las instituciones y en los procesos en los que se realizan las combinaciones de factores. Ello implica siempre la disposición de recursos económicos, financieros y humanos con el fin de lograr prestaciones en forma de productos y servicios.

De acuerdo con el concepto de empresa anteriormente desarrollado se trata de interpretar a la institución empresarial como un sistema en el que se realiza la combinación de factores para lo que se dispone de insumos, o factores productivos, para lograr unos determinados productos y/o servicios.

²⁴ Homo faber "el hombre que hace o fabrica".

²⁵ RIONDA Ramírez, Jorge, "Microeconomía", Biblioteca Virtual de Derecho, Economía y Cs. Sociales, Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006a/jirr-mic/0a.htm#>, Visitado el 2 de Mayo de 2015

La teoría económica de la empresa busca, por tanto, una respuesta a la eficiente asignación de los recursos escasos, para satisfacer múltiples necesidades, es decir, eficiencia económica, técnica, financiera, organizativa así como humana, por lo tanto, la teoría económica de la empresa asume la fijación de las bases para el análisis empresarial desde la perspectiva económica e interpreta a la empresa como un conjunto de sistemas abiertos, interdependientes y altamente complejos.

Estos sistemas contienen elementos económicos que ejercen repercusión económica en los costes de la actividad empresarial, entendiendo por costes todo aquello que significa disposición de recursos, y sobre las utilidades que se logran como consecuencia de esa actividad empresarial.

2.1.7 ECONOMÍA EMPRESARIAL

La economía de la empresa es la rama de la ciencia económica que “tiene por objeto el estudio de los hechos de naturaleza económica que acontecen en la empresa y que trata de explicar de una forma científica sus actividades, sus funciones y los criterios de decisión de la misma.”²⁶

El contenido de la economía de la empresa puede entenderse desde un enfoque de carácter positivo que se dedique a la descripción de la realidad en que se mueve la empresa y a su forma de funcionamiento y desde un enfoque normativo en el que la economía de la empresa tenga como contenido las decisiones que se deben adoptar para alcanzar los objetivos de la empresa.

En la economía de la empresa, las actividades económicas que realizan los individuos, familias, o unidades económicas son realizadas sobre la base de sus planes autónomos, dado que existe la propiedad privada. “La coordinación de estas actividades diversas se realiza, en buena medida, gracias al funcionamiento del sistema de precios que existe en los mercados”.²⁷

²⁶ Gil Estallo, María de los Ángeles, “Cómo crear y hacer funcionar una empresa: Conceptos e instrumentos”, Edit. SNM, España, 2000.

²⁷ RESICO, Marcelo, “La organización económica”, Edit. Kas, EE.UU., 2012

El sistema de precios provee una parte importante de la información a los consumidores sobre qué bienes o servicios conviene comprar, mientras que provee a los productores la información sobre qué bienes producir y con qué tecnología. Si un bien se torna más escaso, su precio tenderá a aumentar y, por lo tanto, los consumidores reducirán la cantidad demandada del mismo, mientras que los productores serán incentivados para producirlo en mayores cantidades.

La economía empresarial requiere de un marco institucional para su correcto funcionamiento, que corrija posibles fallas de los mercados, sostenga un entorno estable de crecimiento y permita difundir, de un modo conforme con sus principios, los resultados positivos de este sistema a la sociedad²⁸.

2.2 CONCEPTOS

Este capítulo está enfocado a la fundamentación teórica de todos aquellos conceptos relacionados con la elaboración de la estrategia económica, sus base teóricas, supuestos teóricos de micro y macroeconomía, mercado, las fuerzas de este tendiendo a un equilibrio, desarrollo y crecimiento económico.

2.2.1 MICROEMPRESA

El término microempresa se refiere genéricamente a las unidades productivas de baja capitalización, que operan bajo riesgo propio en el mercado y que surgen, por lo general de la necesidad de sobrevivencia de sus propietarios donde se incluye al autoempleo. Las microempresas forman parte importante de la estructura económica de los países, con actividades económicas en las áreas de producción manufacturera, agrícola o de servicios.

“Por microempresa se entiende una unidad económica de producción a pequeña escala con un capital social mínimo, con baja inversión, pocas ventas y un número de empleados no mayor a quince en la que el dueño se involucra en todos los procesos de la empresa”²⁹

²⁸ RESICO, Marcelo, “La organización económica”, Edit. Kas, EE.UU., 2012

²⁹ Meruvia José, Cano Gimena. “Guía de productos para el desarrollo microcrédito”. Pág. 15

Estas iniciativas llamadas microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes en su mayoría se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos económicos percibidos, por lo tanto la micro y pequeña empresa se define ya no en términos de marginalidad sino como una alternativa productiva que permite la generación de procesos de desarrollo local que garantice efectivamente la equidad en el desarrollo económico.

Microempresas son unidades productivas de menor escala en un sector industrial determinado. Se caracterizan por tener tecnologías que van de convencionales o artesanales a las más avanzadas o modernas. Su rentabilidad es la del sector industrial al que pertenecen y sus niveles de productividad en la mayoría de las veces son inferiores a las de su sector.

La creación de una microempresa puede ser el primer paso a la hora de realizar un proyecto y llevarlo adelante. Al forzar su actividad a través de una empresa, el emprendedor cuenta con la posibilidad de acceder al crédito, contar con aportes jubilatorios y disponer de una obra social. Este tipo de empresas tiene una gran importancia en la vida económica de un país, por generar oportunidades de empleo.

Las microempresas pueden ser una salida laboral para un desempleado, por ejemplo la confección de artesanías, gastronomía, a pequeña escala y otros, la planificación de una microempresa significa pensar y descubrir qué hacer en el futuro, comenzar y mejorar su capacidad de generación de ingresos, implica entre otras cosas, previsión de costos; aportaciones, resultados, ventas, beneficios y flujos de dinero .

2.2.2 MICROEMPRESA EN BOLIVIA

En Bolivia no ha sido accidental la coincidencia en el tiempo del crecimiento del sector informal (sector micro empresarial) con el éxito de las microfinanzas. El origen de la historia de las microfinanzas en nuestro país hay que situarlo en la década de los 80, en la que el país vivía uno de los peores momentos económicos de su historia reciente.

La tasa de inflación anual alcanzó récords históricos, la deuda exterior pública o con garantía pública suponía un 540 por 100 de las exportaciones anuales, el diferencial entre el tipo de cambio oficial y el no oficial superó el 1.300 por 100, y el PIB del país sufrió tasas de crecimiento negativas de un 10 por 100 en el período 1980-85.

Las medidas de ajuste puestas en vigor para frenar esta desastrosa situación consistieron entre otras en un drástico ajuste fiscal impuesto mediante una despedida masiva de empleados públicos. El Estado abandonaba entonces su papel de protagonista en la actividad económica y de primer empleador nacional, generando una enorme masa de desocupados.

Simultáneamente, y como consecuencia de la crisis, se produjo un fuerte incremento en el sector informal, destino natural del alto paro registrado que surgió y creció espectacularmente en aquella época de fuerte crisis y contracción económica y que estuvo liderado por la microempresa comercial, tradicionalmente al cargo de la mujer de cada unidad familiar.

Si se analiza la estructura empresarial en términos de tamaño de empresa, rápidamente se puede ver la importancia que tiene el segmento de empresas de pequeña escala. Por otra parte, si la estrategia de desarrollo considera la iniciativa privada, el conjunto de temas y áreas priorizados para elaborar la matriz de competitividad, hacen o deberían hacer parte de un conjunto de políticas de carácter integral con una orientación principal hacia el fortalecimiento de las empresas, con énfasis en las de pequeña escala, como estrategia nacional.

Aquí se puede advertir el origen de las microfinanzas y la microempresa de manera conjunta constituyendo su principal agente el microempresario, con necesidad de un mayor apoyo y como medio para aliviar situaciones de crisis e incluso de generar riqueza y empleo, la evidencia demuestra la importante contribución del sector informal a la economía nacional; que genera empleo, productividad de forma constante, y sin contar con apoyo público.

Si bien en la actualidad se atraviesa por algunas dificultades, principalmente debido a un entorno económico negativo para el desarrollo de cualquier actividad económica, indudablemente las micro finanzas han sido y siguen siendo un éxito en Bolivia, a tal punto que se ha convertido en un ejemplo a nivel mundial para gobiernos e instituciones de muchos países.

El énfasis está dado, entonces, por aspectos como el acceso a servicios empresariales, la asociatividad micro empresarial y otros relacionados con el desarrollo empresarial y la creación de un entorno favorable al mismo, por lo tanto el objetivo de lograr que el país incremente sus niveles de competitividad y las metas asociadas a este objetivo, parten del supuesto de la existencia de una base empresarial de pequeña, mediana y gran escala suficiente.

2.2.3 LA EMPRESA Y LA UTILIDAD

La utilidad es la aptitud de un bien o servicio para satisfacer una necesidad humana, la utilidad es una propiedad que tienen los objetos, no es una propiedad de los objetos, sino una cualidad que depende del particular uso que el hombre haga de ellos. El concepto de utilidad es básico en teoría del consumo, una de las tres partes fundamentales de microeconomía (consumo, producción y precios).

La utilidad es una magnitud variable que aumenta al aumentar la cantidad consumida del bien hasta alcanzar un máximo, a partir del cual la curva de utilidad se vuelve decreciente. La utilidad que se espera es la “utilidad esperada”, es la utilidad media esperada de una situación riesgosa. Si hay n resultados $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$ con probabilidades $p_1, p_2, p_3, \dots, p_n$.

Por lo tanto “...la utilidad marginal es la utilidad adicional que recibe un individuo al consumir una unidad más de un bien particular.”³⁰ La utilidad marginal es el incremento de utilidad debido a un incremento infinitesimal de la cantidad consumida del bien, o el incremento de utilidad ocasionado por el consumo de una unidad adicional del bien, como se suele decir en la práctica.

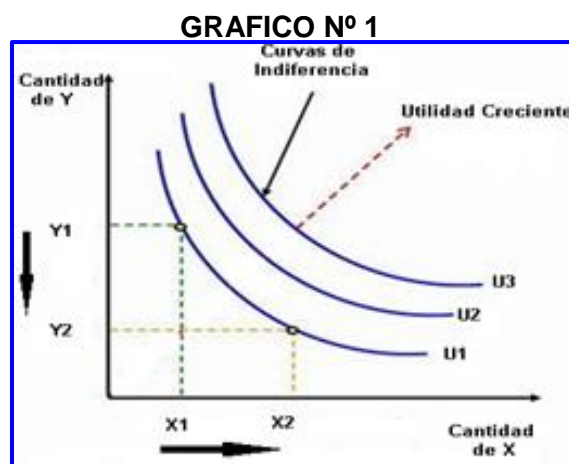
³⁰ Walter Nicholson. “Teoría Microeconómica” 11ª edición Cengage Learning.

Economistas como Walras, Jevons, Marshall, Edgeworth, entre otros, consideraron la utilidad como una magnitud susceptible de ser medida (utilidad cardinal). Otros economistas, como Pareto y posteriormente Hicks y Alien, estimaron que la utilidad de un bien depende de la cantidad consumida del mismo y que puede compararse, pero no medirse (utilidad ordinal).

En economía, es la cualidad o capacidad que tienen los Bienes de satisfacer las necesidades humanas, sean estas de cualquier naturaleza, de carácter individual o colectiva, en otras palabras, es la satisfacción que se deriva del Consumo de alguna cantidad de un Bien. “El concepto de Utilidad en economía es totalmente subjetivo, no siendo posible medirlo objetivamente”.³¹

No obstante, la teoría económica supone que cada persona es capaz de establecer un orden en sus preferencias de consumo de las distintas combinaciones de bienes, desde las más deseadas hasta aquellas que no desea en absoluto, asignándole a cada combinación un determinado nivel de Utilidad o satisfacción.

Sobre la base de estas preferencias individuales se deriva la teoría de la demanda, para lo cual basta que el consumidor pueda distinguir cual combinación de bienes le brinda mayor utilidad, en el sentido de que las prefiere a todas las otras.



Elaboración Propia año 2015

³¹ Walter Nicholson. “Teoría Microeconómica” 11ª edición Cengage Learning.

2.2.4 INGRESOS DE LA EMPRESA

Los ingresos de la empresa provienen de la venta de su producto en el mercado a cambio de un precio. Si, para simplificar, suponemos que la empresa fabrica un solo producto y vende todo lo que produce en un periodo de tiempo, el ingreso total del periodo es el resultado de multiplicar el precio (P) por la cantidad producida y vendida (q):

$$I(q) = P \times q$$

El ingreso medio es el cociente entre el ingreso total y la cantidad vendida durante un periodo de tiempo y equivale al ingreso por unidad de producto vendida:

$$IMe(q) = \frac{I(q)}{q}$$

El ingreso marginal es el incremento en el ingreso total cuando la cantidad vendida aumenta en una unidad, es decir, el ingreso correspondiente a la venta de una unidad adicional del bien:

$$IMg = \frac{\Delta I(q)}{\Delta q}$$

Las empresas que producen para mercados en libre competencia no pueden influir sobre el precio, porque el consumidor apenas vea que sube el precio del producto que adquiere se va a otro competidor.

2.2.5 COMPETITIVIDAD.

La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país.

Por ejemplo, “una empresa será muy competitiva si es capaz de obtener una rentabilidad elevada debido a que utiliza técnicas de producción más eficientes que las de sus competidores, que le permiten obtener ya sea más cantidad y/o calidad de productos o servicios, o tener costos de producción menores por unidad de producto.”³²

2.2.6 CAPACITACION DEL RECURSO HUMANO.

La Capacitación significa la preparación de la persona en el cargo, es una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito es preparar, desarrollar e integrar los recursos humanos al proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño de todos los trabajadores en sus actuales y futuros cargos y adaptarlos a las exigencias cambiantes del entorno.

La capacitación va dirigida al perfeccionamiento técnico del trabajador para que éste se desempeñe eficientemente en las funciones a él asignadas, produzca resultados de calidad, proporcione excelentes servicios a sus clientes, prevenga y solucione anticipadamente problemas potenciales dentro de la organización.

El desarrollo se refiere a la educación que recibe una persona para el crecimiento profesional a fin de estimular la efectividad en el cargo, tiene objetivos a largo plazo y generalmente busca desarrollar actitudes relacionadas con una determinada filosofía que la empresa quiere desarrollar.

“La capacitación es para los puestos actuales y la formación o desarrollo es para los puestos futuros, la capacitación y el desarrollo con frecuencia se confunden, puesto que la diferencia es semántica y está más en función de los niveles a alcanzar y en la intensidad de los procesos donde ambas son actividades son de carácter educativo.”³³

³² Walter Nicholson “Teoría Microeconómica” Pag.104

³³ Disponible en <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/rh/capydesarrollo.htm>

2.2.7 CRECIMIENTO ECONOMICO.

Es el aumento de la renta o valor de bienes y servicios finales producidos por una economía (generalmente de un país o una región) en un determinado periodo de tiempo (generalmente en un año), es una categoría estrictamente económica y cuantitativa.

A grandes rasgos, el crecimiento económico se refiere al incremento de ciertos indicadores, como la producción de bienes y servicios, el mayor consumo de energía, el ahorro, la inversión, una balanza comercial favorable, el aumento de consumo de calorías per cápita, etc. La mejora de estos indicadores debería llevar teóricamente a un alza en los estándares de vida de la población.

2.2.8 DESARROLLO ECONOMICO.

Se puede definir como la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes. Podría pensarse al desarrollo económico como el resultado de los saltos cualitativos dentro de un sistema económico facilitado por tasas de crecimiento que se han mantenido altas en el tiempo y que han permitido mantener procesos de acumulación del capital.

Evidentemente que los saltos cualitativos no se dan exclusivamente si se dan acumulaciones cuantitativas de una única variable, pues los saltos pueden ser incluso de carácter externo y no solo depender de las condiciones internas de un país. Se conoce el estudio del desarrollo económico como la economía del desarrollo.

CAPITULO III

3. MARCO NORMATIVO LEGAL

3.1 NORMATIVA DESDE LA CONSTITUCION POLITICA DEL ESTADO.

El Artículo 318 de la nueva Constitución Política del Estado, inaugura el apartado dedicado a las políticas económicas, donde hace referencia a los mecanismos y prioridades para la función del Estado de determinar una política productiva industrial y comercial.

El Artículo 318 se encuentra en el Capítulo Segundo (Políticas Económicas) que corresponde al Título I (Organización Económica del Estado) de la Cuarta Parte de la Constitución Política del Estado (Estructura y Organización Económica del Estado).

El artículo está compuesto por cinco párrafos: el primero establece la función del Estado de determinar una política productiva industrial y comercial para garantizar la oferta de bienes y servicios y cubrir las necesidades básicas; el segundo señala el reconocimiento y priorización estatal a las micro, pequeñas y medianas empresas; el tercero hace referencia a la función del Estado de fortalecer la infraestructura para el sector productivo; el cuarto establece la priorización de la promoción del desarrollo productivo rural; el quinto hace mención a la promoción y apoyo estatal a la exportación de bienes con valor agregado.

Consiguientemente el Artículo 318 hace referencia al aparato productivo del país. El párrafo primero del Artículo 318 enuncia que el Estado determinará una política productiva industrial y comercial, con el objetivo de garantizar las necesidades básicas internas de bienes y servicios y para fortalecer la capacidad exportadora.

3.2 NORMATIVA DESDE EL CODIGO DE COMERCIO.

3.2.1 Tipos de Empresas

La legislación boliviana contempla la existencia de diferentes tipos de empresas, a continuación se describe:

- ✓ Sociedades Comerciales
- ✓ Transformación de Empresas Comerciales
- ✓ Fusión de Empresas Comerciales
- ✓ Sociedad de Economía Mixta
- ✓ Sociedad Constituida en el Extranjero
- ✓ Contratos de Riesgo Compartido (Joint Ventures)

3.2.2 Sociedades Comerciales: Las sociedades comerciales están constituidas por:

3.2.2.1 Empresa Unipersonal.

Es aquella en la que una sola persona es la propietaria y se hace cargo de las responsabilidades sociales generadas por ésta. El tamaño de la Empresa está dado por los aportes que realice.

3.2.2.2 Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL.)

Empresa conformada por dos o más personas denominadas “socios”, en la que los socios son responsables de las obligaciones sociales de la empresa según el monto de sus aportes de capital a la empresa. El fondo común está dividido en cuotas de capital en dinero efectivo, no así en acciones o títulos valor. Este tipo de sociedad no debe tener más de veinticinco socios.

3.2.2.3 Sociedad Colectiva (SC)

Empresa cuya constitución es igual a la de una SRL pero con la diferencia de que sus socios se hacen responsables de las obligaciones sociales de la empresa en forma subsidiaria, solidaria e ilimitada según el monto de su aporte.

3.2.2.4 Sociedad en Comandita Simple (SCS)

Empresa conformada por uno o más socios que sólo responden con el capital que se obligan a aportar, y por uno o más socios que responden por las obligaciones sociales en forma solidaria e ilimitada, hagan o no hagan aportes al capital social.

3.2.2.5 Sociedad Anónima (SA)

Empresa conformada por dos o más personas, denominadas “socios”. El capital de esta empresa está representado por acciones y las responsabilidades de sus socios queda limitada a la cantidad de acciones con que cuente cada uno de ellos.

3.2.2.6 Sociedad en Comandita por Acciones (SCA)

Empresa conformada por dos o más personas denominadas “socios”. Sus socios se hacen responsables de las obligaciones sociales de la empresa de forma subsidiaria, solidaria e ilimitada según la cantidad de acciones con que cuente cada uno de ellos. Sólo los aportes de los socios comanditarios se representan por acciones.

3.2.2.7 Asociación Accidental o de Cuentas en Participación.

Se caracteriza por el contrato de asociación accidental o de cuentas en participación, en la que dos o más personas toman interés en una o más operaciones determinadas o transitorias, a cumplirse mediante aportaciones comunes, llevándose a cabo las operaciones por uno, dos, tres o hasta todos los asociados, según se convenga en el contrato.

3.2.3 Decreto Ley Nº 14379

DEL 25 DE FEBRERO DE 1977

TITULO PRELIMINAR

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.- (Alcance de la Ley). El Código de Comercio regula las relaciones jurídicas derivadas de la actividad comercial.

En los casos no regulados expresamente, se aplicaran por analogía las normas de este Código y, en su defecto, las del Código Civil.

Artículo 2.- (Jurisdicción y Competencia). Las causas mercantiles son de la jurisdicción y competencia de los jueces ordinarios, conforme a las previsiones de la Ley de Organización Judicial.

Como se podrá observar, las actividades de ITCESA están enmarcadas dentro del Código de Comercio, que autoriza, su funcionamiento como empresa unipersonal con Número de Identificación tributaria NIT 3348300 debidamente registrada en Fundempresa con el número 132029.

**3.2.4 LEY Nº 164 LEY DE 8 DE AGOSTO DE 2011
LEY GENERAL DE TELECOMUNICACIONES, TECNOLOGÍAS DE
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**

TÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1 (OBJETO).- La presente Ley tiene por objeto establecer el régimen general de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, del servicio postal y el sistema de regulación, en procura del vivir bien garantizando el derecho humano individual y colectivo a la comunicación, con respeto a la pluralidad económica, social, jurídica, política y cultural de la totalidad de las bolivianas y los bolivianos, las naciones y pueblos indígena originario campesinos, y las comunidades interculturales y afrobolivianas del Estado Plurinacional de Bolivia.

ARTÍCULO 4 (ÁMBITO DE APLICACIÓN).-

La presente Ley se aplica a:

- I. Personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras, cooperativas y comunitarias que realicen actividades y presten servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, originadas, en tránsito o terminadas en el territorio, así como del servicio postal en el Estado Plurinacional de Bolivia.
- II. Entidades territoriales autónomas departamentales, municipales e indígena originario campesinas.

TÍTULO III

TELECOMUNICACIONES

CAPÍTULO QUINTO

AUTORIZACIONES Y CONTRATOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES Y TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Artículo 25. (OPERACIÓN DE REDES Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS).

I. El Estado a través de la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes otorgará autorizaciones para la operación de redes y provisión de servicios mediante licencias y contratos en los términos de la presente Ley.

II. La provisión de los servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, se realizará a través de entidades públicas, mixtas, cooperativas, comunitarias y empresas privadas.

CAPITULO IV

4. MARCO PRACTICO PRIMERA PARTE

4.1 PIB SECTOR COMUNICACIONES

TABLA N° 1
APORTE DEL SECTOR COMUNICACIONES AL P.I.B.
A precios constantes (2003 - 2014)
(En millones de Bolivianos de 1990)

Año	PIB a precios básicos	Transporte y Comunicación	Comunicación
2003	21.838,90	2.662,40	632,9
2004	22.629,40	2.769,90	650,2
2005	23.534,10	2.850,90	671,7
2006	24.634,10	2.962,60	696,3
2007	25.713,80	3.066,30	723,8
2008	27.273,70	3.189,50	743,2
2009	28.348,70	3.367,50	768,2
2010	29.385,40	3.636,50	794,4
2011	30.671,60	3.859,50	812,9
2012	32.036,60	3.963,90	838,1
2013	35.721,60	4.178,70	891,3
2014	38.914,50	4.597,80	927,1

Fuente: Anuario Estadístico I.N.E. 2012
Datos Aprox. 2013 – 2014

Como se podrá apreciar en la tabla N° 1, existe inicialmente un crecimiento del producto Interno bruto Nacional, la misma que se refleja en la Grafica N° 2 de la misma manera podemos observar que existe un crecimiento sostenido del PIB sectorial que corresponde a Transportes y comunicaciones que en el año 2003 registraba 2.662.4 MM de Bolivianos el mismo que registra para el año 2014 la suma de 4.597.8 MM de Bolivianos registrándose un crecimiento del 72% en 12 gestiones, que nos parece muy interesante.

GRAFICO N° 2

APORTE DEL SECTOR COMUNICACIONES AL P.I.B.

A precios constantes (2003 - 2014)
(En millones de Bolivianos de 1990)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística 2012

4.2 RELACIÓN DE IMPORTANCIA EN EL P.I.B. DE LOS SECTORES DE LA ECONOMÍA

El análisis de las relaciones que existe entre los sectores de la economía es muy importante determinar, porque nos permite visualizar la incidencia que existe entre todos los sectores hacia el Producto Interno Bruto y su crecimiento, haciéndonos ver qué sectores de la economía adquieren un dinamismo que permite obtener crecimientos sostenido u obedecen a determinados ciclos su comportamiento.

De esta manera la tabla N° 2 nos muestra esta relación donde la industria para la gestión 2003 adquiere una relativa importancia debido a su crecimiento y la contribución que realiza para el crecimiento del Producto Interno Bruto de la mencionada gestión, el sector de las comunicaciones tiene una participación de 0.6%, cifra completamente superada para la gestión 2014 que asciende a 1.2% del PIB.

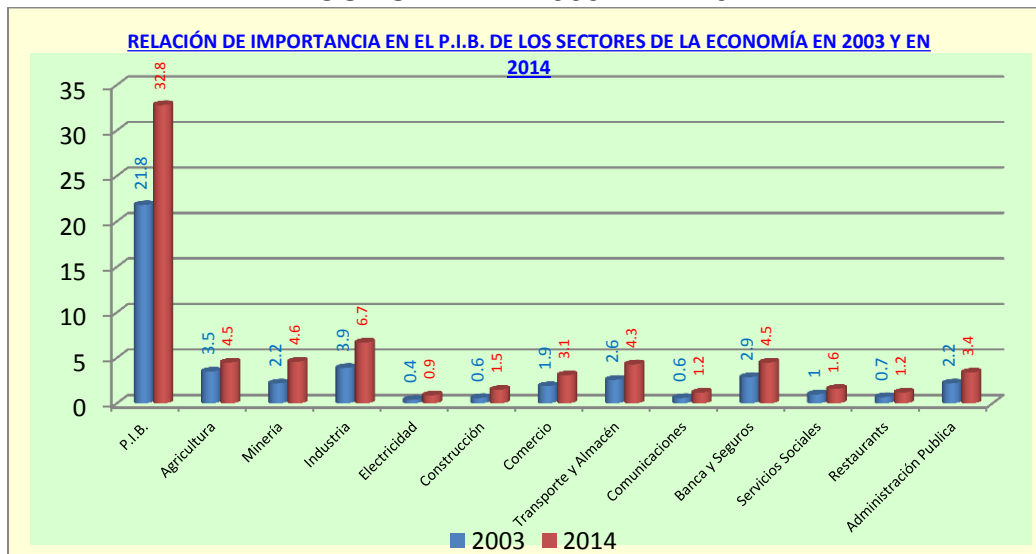
TABLA Nº 2
RELACIÓN DE IMPORTANCIA EN EL P.I.B. DE LOS SECTORES DE LA ECONOMÍA EN 2003 Y EN 2014

En Porcentaje %	2003	2014
P.I.B.	21,8	32,8
Agricultura	3,5	4,5
Minería	2,2	4,6
Industria	3,9	6,7
Electricidad	0,4	0,9
Construcción	0,6	1,5
Comercio	1,9	3,1
Transporte y Almacén	2,6	4,3
Comunicaciones	0,6	1,2
Banca y Seguros	2,9	4,5
Servicios Sociales	1	1,6
Restaurants	0,7	1,2
Servicios de Administración Publica	2,2	3,4

Fuente: Instituto Nacional de Estadística 2012

De la misma manera podemos inferir, siguiendo el gráfico Nº 3 que el sector de la industria tiene un crecimiento interesante con relación a los otros sectores de la economía.

GRAFICO Nº 3
RELACIÓN DE IMPORTANCIA EN EL P.I.B. DE LOS SECTORES DE LA ECONOMÍA EN 2003 Y EN 2014



Fuente: Instituto Nacional de Estadística 2012

4.3 INDICE DE CANTIDAD DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES

El Índice de cantidad de servicios de telecomunicaciones nos muestra la cantidad de llamadas que se realizan de manera anual en telefonía, según la ubicación geográfica, así la Telefonía Nacional implica la cobertura a nivel de los nueve departamentos, por el otro lado la Telefonía Internacional implica las llamadas de larga distancia hacia el exterior, es decir a algún país del mundo.

TABLA N° 3

**INDICE DE CANTIDAD DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES
SEGÚN TIPO DE SERVICIO 2003 – 2013
(En miles de llamadas)**

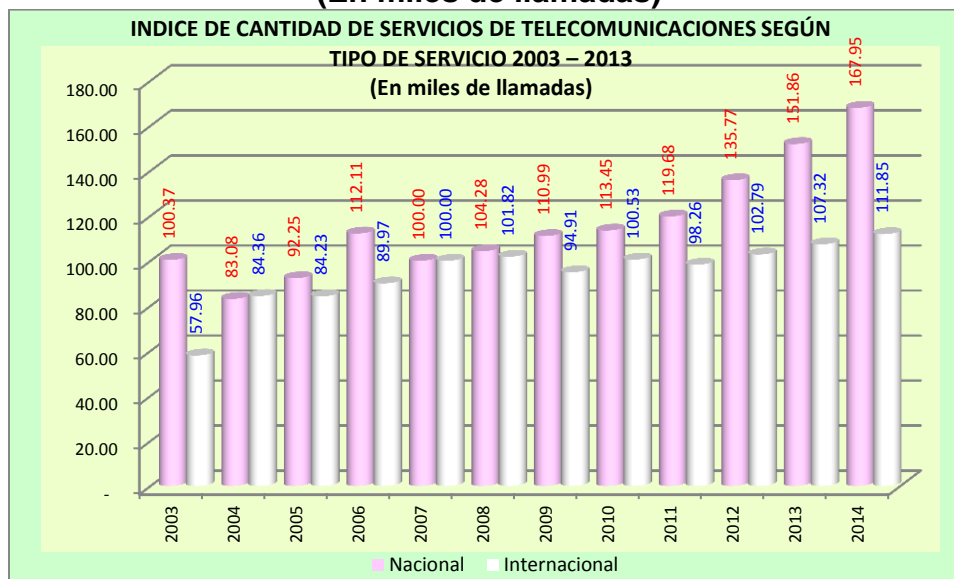
Telefonía		
AÑO	NACIONAL	INTERNACIONAL
2003	100,37	57,96
2004	83,08	84,36
2005	92,25	84,23
2006	112,11	89,97
2007	100,00	100,00
2008	104,28	101,82
2009	110,99	94,91
2010	113,45	100,53
2011	119,68	98,26
2012	135,77	102,79
2013*	151,86	107,32
2014*	167,95	111,85

Fuente: Instituto Nacional de Estadística 2012

Como se podrá apreciar en la tabla N° 3, existe un crecimiento permanente de los servicios de telefonía, por lo que a nivel nacional el año 2003 se registró 100 mil llamadas, el año 2014 la telefonía nacional registro 167mil llamadas, por el otro lado, en la telefonía internacional ocurre un fenómeno similar, de 57 mil llamadas del 2003 se incrementa a 111 mil llamadas para el 2014, teniendo un crecimiento de las llamadas nacionales de 67% y las llamadas internacionales de 94%, que permite avizorar una proyección de un escenario optimista.

GRAFICO Nº 4

INDICE DE CANTIDAD DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES SEGÚN TIPO DE SERVICIO 2003 – 2013 (En miles de llamadas)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística 2014

El gráfico Nº 4 corrobora lo que se había mencionado en el párrafo anterior, concluyendo que la tendencia al crecimiento es permanente.

4.4 DISTRIBUCIÓN DE LINEAS TELEFONICAS FIJAS EN SERVICIO EN BOLIVIA

La distribución de líneas telefónicas fijas en servicio, es un indicador clave para ver la cantidad de números de líneas que están operando actualmente en los diferentes departamentos de Bolivia, para el estudio que estamos realizando, hemos visto necesario analizar los departamentos con mayor cantidad de línea fija en servicio, lo que nos permitirá clasificar los departamentos de mayor demanda por este servicio.

Como se podrá apreciar en la tabla Nº4 el departamento de Santa Cruz tiene un mayor crecimiento en la distribución de líneas telefónicas fijas en servicio, en el caso del departamento de La Paz, el comportamiento es constante es decir que no existe un incremento sustancial importante.

TABLA Nº 4
DISTRIBUCIÓN DE LINEAS TELEFONICAS FIJAS EN SERVICIO EN BOLIVIA
2003 - 2014

(En Miles de Números de líneas)

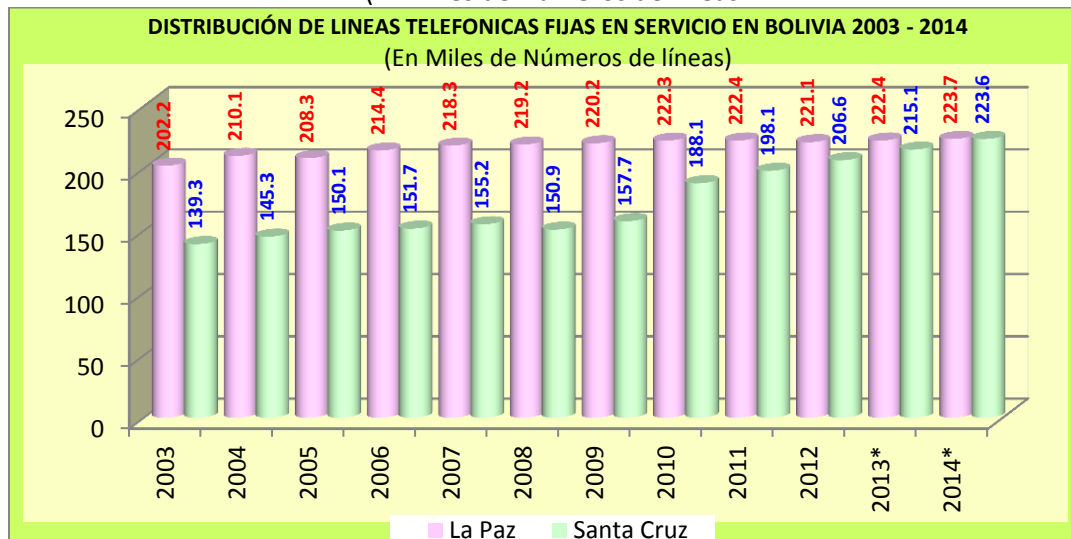
Departamento		
AÑO	La Paz	Santa Cruz
2003	202,2	139,3
2004	210,1	145,3
2005	208,3	150,1
2006	214,4	151,7
2007	218,3	155,2
2008	219,2	150,9
2009	220,2	157,7
2010	222,3	188,1
2011	222,4	198,1
2012	221,1	206,6
2013*	222,4	215,1
2014*	223,7	223,6

Fuente: Instituto Nacional de Estadística 2012

Los datos son concluyentes, el gráfico Nº 5 muestra el comportamiento de la distribución de telefonía fija en servicio donde el departamento con mayor crecimiento es Santa Cruz de la Sierra.

GRAFICO Nº 5
DISTRIBUCIÓN DE LINEAS TELEFONICAS FIJAS EN SERVICIO EN BOLIVIA
2003 - 2014

(En Miles de Números de líneas)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística 2012

4.5 DISTRIBUCIÓN DE LINEAS TELEFONICAS MOVILES EN SERVICIO EN BOLIVIA

También se puede ver que la distribución de líneas de telefonía móvil tiene un comportamiento exponencial en su crecimiento, puesto que tanto el departamento de La Paz como Santa Cruz registran importantes incrementos de las mencionadas líneas, siendo el departamento de Santa Cruz el de mayor número de líneas de telefonía móvil en todo el periodo de análisis.

TABLA Nº 5

**DISTRIBUCIÓN DE LINEAS TELEFONICAS MOVILES EN SERVICIO EN BOLIVIA
2003 - 2014
(En miles de líneas)**

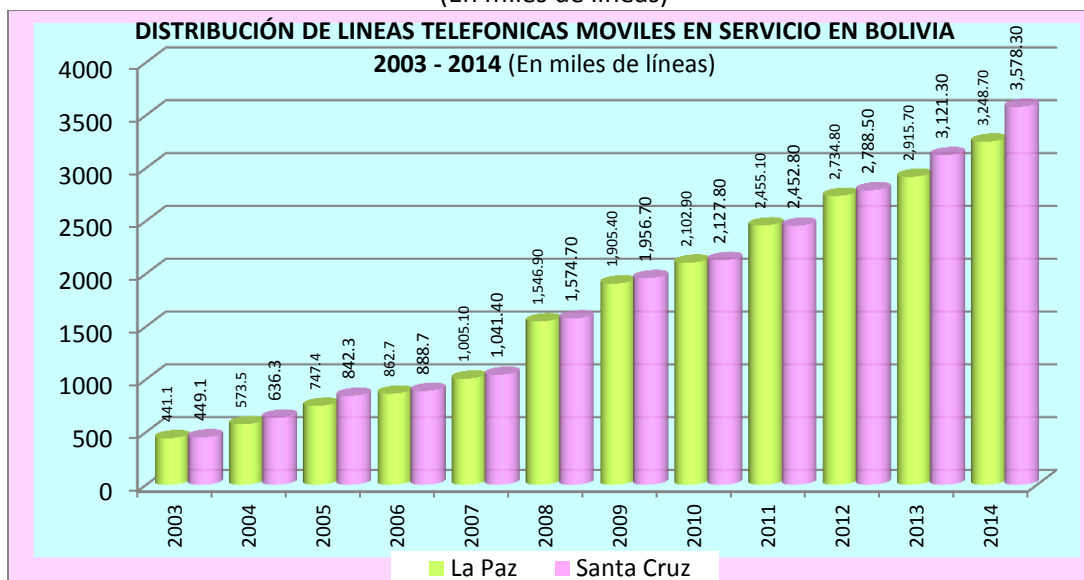
Departamento	La Paz	Santa Cruz
2003	441,1	449,1
2004	573,5	636,3
2005	747,4	842,3
2006	862,7	888,7
2007	1.005,10	1.041,40
2008	1.546,90	1.574,70
2009	1.905,40	1.956,70
2010	2.102,90	2.127,80
2011	2.455,10	2.452,80
2012	2.734,80	2.788,50
2013	2.915,70	3.121,30
2014	3.248,70	3.578,30

Fuente: Instituto Nacional de Estadística 2012

Así siguiendo podemos decir que, el año 2003 el departamento de La Paz, tenía activada 441 mil líneas móviles, el mismo año el departamento de Santa Cruz, tenía activada 449 mil líneas móviles lo que significa que tenía un 1.8% más líneas que La Paz.

Para el año 2007 las líneas de telefonía móvil activadas fueron de un millón cinco mil líneas, mientras que Santa Cruz en el mismo periodo tenía activado un millón cuarenta y un mil líneas con una ventaja del 3.61% muy superior al periodo inicial de análisis.

GRAFICO Nº 6
DISTRIBUCIÓN DE LINEAS TELEFONICAS MOVILES EN SERVICIO EN BOLIVIA
2003 - 2014
 (En miles de líneas)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística 2012

Las conclusiones a las que se llegan son: que el departamento de mayor demanda por líneas de telefonía móvil es Santa Cruz, que para el año 2014 tres millones quinientos setenta y ocho mil líneas, mientras que el departamento de La Paz, cuanta con tres millones doscientos cuarenta y ocho mil líneas activadas.

CAPITULO V

5. MARCO PRACTICO SEGUNDA PARTE

5.1 SITUACION ACTUAL DE LA EMPRESA DE SERVICIOS “ITECSA”

Para la realización de un análisis de la situación actual respecto la empresa de estudio ITECSA, se aplicó una encuesta tanto a los directivos de la empresa como también al personal operativo, con el fin de analizar las variables involucradas y otros aspectos entre ellos la situación actual respecto a la capacitación, temáticas de interés para la capacitación, y otros.

Es por ello que a continuación se presentan los resultados obtenidos y el análisis respectivo de acuerdo a cada pregunta realizada dentro la encuesta.

5.2 DIAGNOSTICO MEDIANTE LA ENCUESTA REALIZADA EN LA EMPRESA

NOMBRE DE LA EMPRESA	Ingeniería de Telecomunicaciones, Electricidad, Comercio, Servicio y Asesoramiento.
SIGLA	ITECSA
TIPO DE EMPRESA	UNIPERSONAL
SECTOR ECONOMICO	TELECOMUNICACIONES
NIT N°	3348300
FUNDEMPRESA N°	132029

1º. Actualmente la empresa cuenta con dos gerentes y tres supervisores. De los supervisores solo dos cuentan con una antigüedad de un año, el ultimo supervisor con tres años de antigüedad (ver anexo 1, Parte 1, pregunta 1). De ellos, dos son profesionales ingenieros, el otro empleado antiguo es técnico, no cuenta con título académico, los tres tienen experiencia en este tipo de trabajo, por la permanencia en otras empresas y la ganada en ITECSA, no implementamos capacitación específica para ellos.

2º. Tomemos en cuenta que la empresa siempre se ha dedicado al rubro de las telecomunicaciones, todos los encuestados respondieron aseverando esto, el rubro es de telecomunicaciones por la profesión de su gerente general: Ingeniero Electrónico, la empresa se fue insertando en el mercado de las telecomunicaciones en una primera etapa como comercializador de productos necesarios en el área, tanto para la ciudad de La Paz y después al interior del país.

En el transcurrir del tiempo la empresa ha tenido obstáculos para consolidarse en el mercado, estos han tenido diverso origen, ver anexo 1, Parte 1, pregunta 3.

3º. La competencia en primer lugar, porque son varias las empresas dedicadas a ese rubro, la competencia es buena en si, excepto cuando es desleal, cuando los precios que se ofrece son tan bajos que no existe retorno, pero lo ofrecen sin ninguna garantía de por medio en los trabajos realizados o en el mal material instalado.

4º. Los costos también tienen su impacto, están en segundo lugar cuando los egresos son mayores a los ingresos, en toda entidad empresarial siempre la tendencia será disminuir costos, ya sea de los salarios, disminuir la mano de obra, disminuir gastos en servicios básicos, etc.

Dichos porcentajes muestran la necesidad de establecer estrategias que permitan a la empresa consolidarse en el mercado específicamente diferenciándose de la competencia.

5º. Continuando con este análisis también se ha cuestionado sobre cuáles son los productos o servicios que con mayor frecuencia provee la empresa. Las ventas representan un pequeño porcentaje del ingreso ya que el mayor lo compone la actividad de servicios, tanto a nivel nacional realizando conexión de cable de fibra óptica, redes interdepartamentales. En lo que se refiere al área local la actividad principal es la de instalaciones de internet. Ver Anexo 1, pregunta 4.

6º. En cuanto al factor que constituye un obstáculo en el crecimiento de la empresa, (Anexo 1, Parte 1, pregunta 5) es el aumento de capital para la

reinversión. Al no poder contar con un incremento continuo y notable del capital, se ve coartado el logro de algunos objetivos, ya que la inversión en nuevos equipos y nueva tecnología requiere de capital fresco.

7º. En términos de competitividad, (Anexo 1, Parte 1, pregunta 6) que es lo que caracteriza a la empresa de otras dedicadas al mismo rubro, respecto a:

- ✓ La calidad del servicio, es decir la correcta manipulación de los cables, de las cajas de empalme de la ferretería, etc., también la calidad de atención al usuario, la garantía de los trabajos, de su duración, de su uso posterior.
- ✓ La tecnología ,vemos que es lo que caracteriza a nuestra empresa de otras, misma es diferente entre empresas, unas cuentan con una tecnología de última, pero en otras la tecnología es un costo aparte, que no se puede obtener sin recursos económicos.
- ✓ Los costos no vemos que es un punto de competitividad porque no tenemos un numeroso grupo de técnicos como las empresas de ENTEL, COTEL, STS BOLIVIA, AXS BOLIVIA, etc.

8º. El personal que cuenta con mayor responsabilidad atiende una cuestionante importante. ¿Cuál es desde su experiencia el elemento fundamental para el desarrollo efectivo de la empresa? (Anexo 1, Parte 1, pregunta 7) Pensamos que es la tecnología como elemento fundamental para el desarrollo efectivo de la empresa como también el capital. Tanto el capital en efectivo como el capital humano, el cual tiene un valor muy bueno y excelente tanto para el personal como para los propietarios de la empresa.

9º. El valor que tiene el capital humano en la empresa es excelente por su preocupación en aprender, y también muy bueno por la muestra de voluntad.

10º. Las respuestas que nos da el personal es que consideran que son muy valiosos para la empresa como personas ya con bastante experiencia como también que podemos rendir aún más como un personal con excelencia en potencia.

- ✓ El 33% de los encuestados considera como muy bueno al personal.
- ✓ El 67% de los encuestados considera como excelente al personal.

11º. Si bien ambos porcentajes reflejan como bueno al capital humano de la empresa, la excelencia no es del 100%, razón por lo que se debe trabajar constantemente en la capacitación del personal para que con la optimización laboral de sus empleados se mejore la atención y por ende la calidad de la empresa.

12º. Por ello consideramos que el capital humano es muy valioso para la empresa no solo los que son muy hábiles en el tecnicismo sino los que están deseosos de aprender y no importa el riesgo que se corre en enseñar porque muchas empresas ven como un capital humano en fuga, quien aprende bien y luego se retira del trabajo.

13º. De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta a los directivos de la Empresa ITECSA. Con respecto a que si la empresa brinda algún de capacitación en cualquiera de las áreas.

14º. Del total de 3 directivos que vienen a ser el 100% de la población encuestada que tiene mayor responsabilidad que el resto de los empleados, indicaron que no se da ningún tipo de capacitación pero que es muy necesario hacerlo.

15º. Se hizo un análisis de qué tipo de capacitación se necesita dar al personal, concluimos que es el área de tecnología primordialmente, pues la parte de relaciones Humanas es mucho más sencillo de explicar.

La capacitación en tecnología lleva al conocimiento de nuevos equipos, su manejo, su reparación y los problemas que puede resolver.

Es necesario aprender a utilizar:

- El tester
- El tonífero
- Conocimiento de herramientas
- El fusionador, etc.

16º. Aun no se da capacitación con la calidad que se busca por los costos que tenía llevar a cabo, pero la necesidad de mejorar los ingresos nos lleva a hacer una inversión extraordinaria en capacitaciones que nos lleven a realizar proyectos de expansión en el área y en el tiempo proyectos que se hacen sobre la parte técnica primero y después proyectar los costos, a veces se queda el proyecto pero los costos si no se pueden sustentar solo se queda en proyecto.

17º. Actualmente la empresa no desarrolla proyectos a nivel nacional, no precisamente en el área de instalaciones de internet en forma directa, pero en forma indirecta si al tender nuevas redes de fibra óptica

5.3 RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA AL PERSONAL DE LA EMPRESA ITECSA

Como parte del diagnóstico para el diseño de la estrategia se ha decidido realizar una encuesta al personal de la empresa, es decir, a los trabajadores de la empresa ITECSA para ver su lado cualitativo de su relación con la empresa y entre ellos mismos, de esta manera hacer la verificación del clima laboral.

Una vez aplicada la encuesta al total de la muestra de nuestra población meta se ha realizado la respectiva tabulación obteniendo como resultados los siguientes estadísticos.

Que significa la empresa ITECSA para el personal?

Del total de 12 personas que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área del personal de trabajo de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- ✓ El 100% afirmo que es una fuente de trabajo.

Este resultado muestra que el personal no se siente identificado con la empresa y la considera únicamente como una fuente de trabajo y no parte de su diario vivir.

Se considera que es una respuesta natural, todo trabajo para el empleado es solo una fuente de ingresos, sobre todo cuando no existe empatía con los mandos directivos, por lo tanto para el empleado no es preocupación la situación financiera de la empresa, sus inversiones, sus ingresos, sus costes, su mercado, sus proyecciones, es decir no tiene integridad hacia la empresa.

Pero no es nada diferente para el empleador, solo se considera que es un medio de generar utilidades en el proceso productivo el empleado es solo un medio, por el cual se pueden obtener más ganancias incluida la capacitación como una inversión más que un gasto. Ver Anexo 1, Parte 2, Preguntas 1, 2, 3.

El personal mismo también ve que en la empresa hay valores como la honestidad, transparencia, y sobre todo responsabilidad, la empresa es muy responsable en el pago de sus salarios, cancelar a tiempo, en su integridad y manifiesta preocuparse de sus familias, características que al momento de la verdad valoran. La empresa muestra sus valores sociales y el empleado lo percibe.

Del total de 12 personas que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área del personal de trabajo de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- El 62% afirmo que un valor que se maneja en la empresa es la responsabilidad.
- El 25% afirmo que un valor que se maneja en la empresa es la transparencia.
- El 13 % afirmo que un valor que se maneja en la empresa es la eficiencia.

Con relación del deber ser de la empresa, de los valores como la honestidad, puntualidad, responsabilidad, eficacia que pertenece a la cultura organizacional no presenta ninguna frecuencia es decir como valores importantes de la empresa, no aparecen en las encuetas, este aspecto ratifica que la relación del empleado con la empresa es únicamente como fuente laboral.

La relación que hay entre los trabajadores es muy importante, vemos que se desarrolla el trabajo en equipo, aunque no se integran todos a los equipos de trabajo, entonces también es importante impartir conocimientos de solidaridad y empatía para mejorar las relaciones interpersonales. Todos dependen del otro, los empleados de bajo rango como los superiores, cada uno es muy importante para el otro. Ver Anexo 1, Parte 2, Preg.4.

Actualmente la empresa no cuenta con un proceso de gestión del recurso humano, que debe iniciar en la inducción para el personal de reciente incorporación y la permanente capacitación y actualización, que se considera muy necesario razón por la cual se diseña la estrategia económica.

De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta al personal de la Empresa ITECSA, con relación a la predisposición en dar ideas innovadoras hacia sus superiores.

Del total de 12 personas que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área del personal de trabajo de la empresa, se tiene el siguiente resultado:

- El 100% afirma si tener la posibilidad, de brindar ideas innovadoras a sus superiores.

Este aspecto es de suma importancia, ya que al tener esta posibilidad los empleados pueden aportar en el desarrollo y crecimiento de la empresa con ideas actualizadas e innovadoras.

De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta al personal de la Empresa ITECSA. Con respecto a que si se puede tomar decisiones sin consultar al supervisor de la empresa.

Del total de 12 personas que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área del personal de trabajo de la empresa, se tiene el siguiente resultado:

- El 100% afirma No, poder tomar decisiones sin la autorización de un superior.

Las respuestas muestran que para la toma de decisiones necesariamente se debe realizar la consulta a un supervisor, aspecto que indica que toda actividad tiene control en su ejecución, esto afirma que la administración de la empresa tiene organización vertical, y como resultado se tiene demoras en la ejecución de instalaciones, debido a que necesariamente se precisa una autorización, esto lleva a que en la presente propuesta se plantee determinar responsabilidades según jerarquía y cargo que tenga en personal de la empresa.

De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta al personal de la Empresa ITECSA. Con respecto a que si recibió en alguna ocasión un incentivo por un buen trabajo.

Del total de 12 personas que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área del personal de trabajo de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- El 62,5% afirma SI fue recompensado con algún incentivo, por el buen desempeño laboral.
- El 37,5% afirma No, haber sido recompensado con algún incentivo, por el buen desempeño laboral.

El mayor porcentaje mostrado afirma que fue recompensado por su desempeño o conocimientos actualizados, por lo que el incentivo en estos empleados debe motivar al otro porcentaje que no ha sido aún recompensado para un desenvolvimiento más óptimo en la empresa. Ver Anexo1, Parte 2, Preg.10.

Estamos seguros de que no será la única empresa pero si una que agradece y reconoce el trabajo que realizan los empleados, este reconocimiento es monetario al brindarles incentivos económicos como bonos de producción, etc. Anexo 1, Pregunta 11.

De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta al personal de la Empresa ITECSA. Con respecto al reconocimiento que se le da a la labor que desempeña.

Del total de 12 personas que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área del personal de trabajo de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- El 100% afirma que Si, es reconocido y bien compensado por el trabajo que desempeña en la empresa.

Las respuestas brindadas en la presente pregunta, merecen un análisis profundo necesario ya que la valoración del trabajo muestra la conformidad del personal de la empresa.

De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta al personal de la Empresa ITECSA. Con respecto a la escala de 1 al 5, y el reconocimiento ponderado.

- El 25% menciona que tienen una ponderación de 3, respecto al reconocimiento que se le da.
- El 25% menciona que tienen una ponderación de 4, respecto al reconocimiento que se le da.
- El 50% menciona que tienen una ponderación de 5, respecto al reconocimiento que se le da.

Con los resultados encontrados, se puede apreciar que la mitad de la población encuestada, asegura que el trabajo que desarrolla, es bien reconocido, sin embargo con la presente propuesta se pretende alcanzar un porcentaje mayor de personal que determine que su trabajo está bien valorado.

Se considera necesario incentivar a los empleados con un buen desempeño pero también las sanciones son necesarias para aquellos que incumplen normas internas de la empresa que si deben ser sancionadas.

Del total de 12 personas que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área del personal de trabajo de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- El 62,5% afirma Si, tener conocimiento acerca de las sanciones por el incumplimiento de sus funciones.
- El 37,5% afirma No, tener conocimiento acerca de las sanciones por el incumplimiento de sus funciones.

El conocimiento de las sanciones debe ser conocido al 100% por parte del personal, una vez más se demuestra la organización en vertical, y como respuesta de solución la presente propuesta plantea una administración horizontal, esto con el fin de que se puede socializar las normativas de la empresa, por ejemplo que un inmediato superior de cada personal pueda hacerse cargo automáticamente de socializar las instrucciones a su subordinado.

Los empleados en su mayoría saben que la capacitación les conviene, incrementa su eficiencia en el trabajo, especialmente un proceso de capacitación específica, estos procesos de capacitación les aumentan incluso su currículum para la obtención de mejores trabajos.

De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta al personal de la Empresa ITECSA. Con respecto a que si el desarrollo de una capacitación puede incrementar la eficiencia de su trabajo.

Del total de 12 personas que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área del personal de trabajo de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- El 75% afirma que sería de mucho beneficio la presencia de algún tipo de capacitación para incrementar la eficiencia en su trabajo.
- El 25% afirma que sería de poco beneficio la presencia de algún tipo de capacitación para incrementar la eficiencia en su trabajo.

El mayor porcentaje expresa su interés por una capacitación para incrementar su eficiencia en la empresa, un menor porcentaje no muestra interés por participar en la misma.

5.4 MERCADO DEL SERVICIO DE INTERNET.

El internet es un servicio que se ha apoderado de todos, por la facilidad que representa el recabar información de cualquier tema que se necesite, de cualquier parte del mundo, y de cualquier época.

5.5 MERCADO EN BOLIVIA.-

La velocidad en el intercambio y tráfico de datos vía internet, cuya tecnología engloba y se la conoce como banda ancha (red con una elevada capacidad y velocidad para transportar información), en Bolivia no solo es el más caro sino muy lento y hasta inaccesible comparado con otros países de la región latinoamericana.

Un estudio reciente del Diálogo Regional sobre Sociedad de la Información (DIRSI) a través del Centro de Estudios Peruanos 2015, entre muchos aspectos que hacen a dicha temática, refiere que en "precio mensual del plan de banda ancha fija más barato", Bolivia es el segundo país más caro de América Latina con \$us 45,6, solo superado por Argentina con \$us 59.0. En contrapartida Costa Rica (\$us 9,8), Brasil (12,4) y Uruguay (\$us 13,6) tienen los precios más bajos además de ofrecer un servicio de alta velocidad y calidad en tráfico de datos.

"Países como Uruguay, Costa Rica y Brasil, los servicios tienen niveles de precio y calidad comparables a los países más desarrollados. Pero en Bolivia y gran parte de Centroamérica, la falta de infraestructura y el limitado tamaño del mercado redundan en altos precios y baja calidad de servicio", cita el estudio.

En un país donde la alfabetización digital está supeditada al esfuerzo propio y no así de las políticas públicas del Estado; cuando menos ello supone tener un

acceso aceptable en condiciones mínimas de conectividad, la situación es aún adversa.

Según José Sanabria, experto en telecomunicaciones, refiere que el 2011, el costo promedio del ancho de banda en América Latina y El Caribe era igual a \$us 72.8 el Mbit/seg (megabites por segundo); en cambio el precio promedio en los 34 países del OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) fue solo de \$us 5,9 el Mbit/seg. Y ese año Bolivia tenía el precio más alto de toda la región: \$us 300 el Mbit/seg. "Si bien los precios han tendido a la baja, lo triste es que también ha ido bajando la calidad del servicio", señaló.

Actualmente, en cuanto a la "calidad prometida en el servicio de banda ancha fija", Bolivia ocupa los últimos lugares. Lo mismo sucede con el precio unitario de Mbps en velocidad de descarga; mientras en Uruguay tiene un costo de \$us 2,9 y Chile con \$us 5,0; en Bolivia la cifra lo ubica con el costo más alto con \$us 199,6, cuya brecha es superior en un 98,5%.

El estudio de DIRSE sintetiza que en la gran mayoría de países, el precio del plan más barato ha disminuido entre 2013 y 2014. En promedio se registra una reducción de 16% para la región en el último año, que se eleva a casi 30% en el período 2010-2014. Además destaca que en países vecinos con mejor precio los planes más baratos están asociados a programas de gobierno para promover el acceso a la banda ancha en hogares de bajos recursos, lo que no sucede aún en Bolivia.

Se conoce por experiencia que el mercado de la banda ancha fija no se ha desarrollado aun en Bolivia, hecho corroborado por el último reporte de la ATT, donde el 96% de los accesos a Internet en Bolivia provienen del servicio móvil, el mismo reporte además mencionó que algunas cooperativas no han podido desarrollar masivamente el negocio de datos IP (Protocolo de internet) sobre sus redes de acceso de última milla por distintas razones.

"Las redes de fibra óptica al hogar o el HFC (Híbrido de Fibra-Coaxial), están en una etapa inicial de desarrollo en Bolivia y no se han masificado todavía. En pocas palabras la infraestructura necesaria para la Banda Ancha de Internet estaría en una primera etapa de desarrollo".³⁴

En cambio la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes (ATT), señala que el costo unitario por Mbit/s bajó de \$us 104,7 a \$us 87,2, que significa un 9%, lo cual continua siendo un nivel alto descrito por el estudio de DIRSI.

Mostajo, con datos actuales puntualiza que Bolivia a nivel de la región está lejos de los países de Europa y Asia en cuanto a la dimensión del ancho de banda que comercializan y también en relación a los precios. "Según la OCDE en Corea un acceso de 100 Mbps cuesta 131 Bs/mes, en Suecia 100 Mbps en 500 Bs/mes y en Estados Unidos 150 Mbps en 1.540 Bs/mes, la tarifa en Corea es increíble."³⁵

Los expertos atribuyen como una de las grandes dificultades país, la mediterraneidad en la que con encontramos actualmente, que nos obliga a pagar por el tráfico de tránsito desde el punto de amarre del cable submarino en costa hasta nuestra frontera un costo elevado, en este sentido los operadores de telecomunicaciones en Bolivia tienen que negociar volúmenes de tráfico con los operadores de países vecinos para que nuestro tráfico entre y salga a través de tendidos de fibra terrestres o enlaces de micro ondas.

Además se puede observar que, la principal limitación estriba en la falta de voluntad política, de parte del Estado y el gobierno, para darle a Internet el lugar que se merece en importancia y potencial, como motor de cambios sociales, económicos y hasta políticos, lo que obliga a diseñar políticas públicas en cuanto al uso de las Tecnologías de Información y Comunicación.

³⁴ BOLIVIA TIENE EL INTERNET MÁS CARO Y LENTO, El día, domingo 15 de marzo de 2015

³⁵ Ídem

Con relación a las limitaciones de tener un ancho de banda óptimo en Bolivia se sugieren tres desafíos interrelacionados los cuales se pueden señalar como la falta de inversión, falta de competencia y bajo nivel de demanda (que se asocia en gran medida a bajos ingresos). Por lo tanto el diseño de políticas públicas son clave, ya que pueden fomentar la inversión y la competencia, en algunos casos también complementar con inversión pública, y fomentar demanda mediante planes de alfabetización digital.

Bolivia enfrenta retos específicos, entre ellos es, que al ser un país sin salida al mar tiene un costo de conectividad internacional demasiado alto, aunque se ha logrado reducirlo en los últimos años, pero sigue siendo demasiado elevado, por se considera muy importante el esfuerzo que se realiza con el Punto de Interconexión de Tráfico (PIT) Bolivia que permite localizar el intercambio de tráfico. Por lo demás, los desafíos son idénticos al resto de la región.

Otro de los elementos fundamentales en este problema es el tamaño de mercado, el tener un mercado reducido y a pequeña escala definitivamente afecta, porque se trata de un mercado todavía muy pequeño, lo que eleva los costos unitarios de prestación de servicio, por lo que es necesario también el fomento a la competencia en el segmento fijo; en tanto el segmento móvil la competencia ha logrado reducir mucho de los costos.

La calidad es otro elemento a considerar, puesto que es función de la infraestructura disponible, por lo que la falta de inversión en infraestructura no permite ofrecer mayor calidad de servicio. Nuevamente el Punto de Interconexión de Tráfico (PIT) es una iniciativa importante para mejorar la calidad, ya que permite que los paquetes de datos no salgan de Bolivia y por lo tanto mejora la velocidad que experimenta el usuario.

La región en comparación con el resto del mundo se encuentra en desventaja, los costos son entre 3 y 5 veces más altos y la calidad menor, pero nuevamente depende del país, el único país en Latinoamérica que se compra con un país desarrollado en servicios de internet y banda ancha es Uruguay.

Por todo lo mencionado anteriormente la política a seguir es continua avanzando en modernizar la legislación para fomentar la inversión y la competencia, desarrollar planes de conectividad que completen la iniciativa privada, y capacitar a las familias y personas en el uso de tecnología.

Se piensa que la expansión de servicios de internet de banda ancha mejora la calidad de navegación y reduce los costos por lo que es necesario realizar políticas en cuanto a ciencia y tecnología como parte de una política más holística de desarrollo de nuestro país, por lo que es necesario definir lineamientos en cuanto a ciencia y tecnología.

El Estado debe tomar medidas para crear infraestructura de transporte de datos; pero también debería crear incentivos para que la empresa privada (de todos los tamaños) e incluso las iniciativas ciudadanas, se unan a esta labor. "En nuestro país parece que le prestamos poca importancia a los derechos del consumidor, por lo que visibilizamos la necesidad de trabajar y establecer normas serias y en defensa del usuario.

5.5.1 ESTAMOS EN LA ERA DIGITAL

Actualmente Bolivia enfrenta retos muy importantes entre los cuales es mantener la senda del crecimiento y desarrollo económico, el Producto Interno Bruto de nuestro país ha tenido tasas importantes de crecimiento, otro de los elementos a considerar el dinamismo del mercado interno, mediante el incremento de la demanda agregada como motor de la sostenibilidad económica

Sin embargo es insuficiente, existe ese pequeño detalle llamado "Internet" que es nuestra materia pendiente. Internet no es solo un servicio de consumo para las personas, es una herramienta global que puede beneficiar al país de diversas formas e inclusive apoyar al crecimiento que tenemos de maneras que no imaginamos.

Se considera que la inversión en las Tecnologías de Información y Comunicación deben ser mayores, lo que permitirá mejorar la accesibilidad, la bajada del precio, la subida de la velocidad y la garantía de un servicio estable y seguro como el resto de los países de la región, por lo que es necesario entender que nos encontramos en la era digital y que Internet, es ya una obligación en nuestra agenda de crecimiento.

En resumen, Internet es la materia pendiente que tiene el país y que la gente, ya está comenzando a reclamar, porque necesita de esta herramienta al igual que cualquier otro país del mundo.

5.6 ANÁLISIS DE LA DEMANDA DEL SERVICIO.

El mercado en la ciudad de La Paz es aun reducido, el ámbito de trabajo de la empresa ITECSA es a nivel nacional pero actualmente sus operaciones esta centralizadas en el municipio de la ciudad de La Paz, lo cual no desacredita el mercado nacional.

Por lo tanto nuestros planes de expansión irán destinados a ampliar nuestro radio de acciones hacia otros departamentos, lo que permitirá desde la óptica de la planificación incrementar nuestra demanda por los servicios que prestamos, subir nuestros ingresos y nuestros márgenes de utilidad entre otros.

Según los datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadística INE, el crecimiento de los usuarios de instalación de puntos fijos de servicio de internet, considerando los últimos cinco años anteriores crece en 12.61 % anual lo cual nos da a entender que la demanda por este servicio incrementa, y se considera una oportunidad de oro para la empresa ITECSA, aspecto que se puede corroborar mediante el análisis del siguiente cuadro.

TABLA N° 6
DEMANDA DEL SERVICIO DE INTERNET EN LA PAZ
 Usuarios en Puntos fijos de servicio de internet en la ciudad de La Paz
 (En millones de usuarios)
 Del 2009 2014 y al 2016 proyectado

AÑO	DEMANDA DE SERVICIOS	TASA DE CRECIMIENTO
2009	1.905.499	
2010	2.102.975	10,36%
2011	2.445.102	16,27%
2012	2.734.882	11,85%
2013	3.063.068	12,00%
2014	3.491.591	13,99%
Promedio de Crecimiento Anual		12,89%
2015	3.941.822	12,89%
2016	4.450.109	12,89%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. (Anuario 2012) Preliminar 2013 y 2014.

5.6.1 ENCUESTA A CONSUMIDORES DEL SERVICIO DE INTERNET.

Se realizó una encuesta a consumidores del servicio de internet, algunos solo lo tienen en aparatos móviles, otros en equipos fijos que si requieren operadores fijos, demandan el servicio por varias razones, trabajo, conocimiento, educación, salud, belleza, vida social. Pero en su decisión de demandar el operador les influye el precio, la velocidad y la calidad de la señal.

Estos resultados son importantes para la empresa ITECSA, según la encuesta el mercado de trabajo de ITECSA estaría asegurado, por la cantidad creciente de demanda y el único punto sobre el que se puede influir es en la rapidez de la instalación, la buena conexión, no perder clientes y verificar si no hay punto de conexión en la zona, ubicar el punto más cercano, si ni aun así hay punto solicitar ampliar la red para ampliar las cajas con pares libres.

ITECSA no puede influir en el precio del servicio, la misma está determinada por el operador contratante y que es la llamada a mejorar el servicio para tener mayor demanda transmitiendo mayor trabajo para las empresas contratistas, dedicadas a la instalación de ese servicio.

TABLA N° 7

ENCUESTA A LOS CONSUMIDORES DE SERVICIO DE INTERNET EN LA CIUDAD DE LA PAZ					
MUESTRA APLICADA A: DOMICILIOS Y OFICINAS DE MAYO A AGOSTO 2015					
MAYO	CELULAR / FIJO	CALIDAD	OPERADOR	VENTAJA	DESVENTAJA
DOMICILIO	CEL y FIJO	REGULAR	COTEL	COSTO	CORTE
OFICINA	CEL y FIJO	REGULAR	COTEL	COSTO	CORTE
DOMICILIO	CEL	BUENA	VIVA	FACIL	CORTE
DOMICILIO	CEL	REGULAR	TIGO	FACIL	CORTE
DOMICILIO	FIJO	BUENA	ENTEL	FACIL	CORTE
DOMICILIO	FIJO	BUENA	ENTEL	FACIL	CORTE
OFICINA	FIJO	REGULAR	COTEL	COSTO	CORTE
OFICINA	FIJO	REGULAR	COTEL	COSTO	CORTE
DOMICILIO	FIJO	REGULAR	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
OFICINA	FIJO Y CELULAR	BUENA	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
OFICINA	FIJO	BUENA	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
DOMICILIO	FIJO	REGULAR	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
DOMICILIO	FIJO	REGULAR	COTEL	COSTO	CORTE
DOMICILIO	FIJO	BUENA	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
OFICINA	FIJO Y CELULAR	REGULAR	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
OFICINA	FIJO Y CELULAR	BUENA	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
OFICINA	FIJO Y CELULAR	BUENA	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
OFICINA	FIJO	BUENA	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
JUNIO					
OFICINA	FIJO	BUENA	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
OFICINA	FIJO Y CELULAR	BUENA	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
OFICINA	FIJO	REGULAR	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
OFICINA	FIJO	REGULAR	COTEL	COSTO	CORTE
OFICINA	FIJO	BUENA	COTEL	COSTO	CORTE
OFICINA	FIJO Y CELULAR	REGULAR	ENTEL	FACIL	CORTE
DOMICILIO	FIJO Y CELULAR	REGULAR	ENTEL	FACIL	CORTE
DOMICILIO	FIJO	REGULAR	ENTEL	FACIL	CORTE
OFICINA	FIJO	BUENA	COTEL	FACIL	CORTE
DOMICILIO	FIJO	BUENA	ENTEL	FACIL	CORTE
DOMICILIO	FIJO	REGULAR	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
DOMICILIO	CEL y FIJO	REGULAR	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
OFICINA	FIJO	BUENA	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
DOMICILIO	FIJO	REGULAR	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
OFICINA	FIJO	BUENA	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
JULIO Y AGOSTO					
OFICINA	FIJO	BUENA	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
OFICINA	FIJO	BUENA	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
OFICINA	FIJO	BUENA	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
OFICINA	CEL y FIJO	REGULAR	TIGO	FACIL	CORTE
DOMICILIO	CEL	REGULAR	TIGO	FACIL	CORTE
DOMICILIO	CEL	REGULAR	TIGO	FACIL	CORTE
DOMICILIO	CEL	REGULAR	TIGO	FACIL	CORTE
DOMICILIO	FIJO y CELU	BUENA	ENTEL	FACIL	CORTE
DOMICILIO	FIJO	BUENA	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
DOMICILIO	FIJO	BUENA	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
DOMICILIO	FIJO	BUENA	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
OFICINA	FIJO	BUENA	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
OFICINA	FIJO	REGULAR	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO
OFICINA	CELU y FIJO	REGULAR	AXS BOLIVIA	RAPIDEZ	COSTO

Elaboración propia en base a la encuesta aplicada 2015

La encuesta a los usuarios de internet en sus hogares y oficinas, por los diferentes operadores que prestan el servicio como son TIGO, VIVA, más que todo en redes móviles y ENTEL, COTEL, AXS BOLIVIA, ETC, en redes fijas por cable y módems, refleja las observaciones que tienen los operadores, sus ventajas y desventajas, se quejan de la lentitud del servicio, del costo, de la mala conexión, etc.

ITECSA es una empresa que conecta el servicio que ofrece cualquiera de esas empresas operadoras. Los precios de instalaciones son iguales en el mercado, el consumidor demanda el servicio y la tarifa que paga cada mes es independiente de la empresa ITECSA. Hemos realizado también una encuesta a la población que tienen servicio de internet y los que quisieran tener, los primeros dirán que preferencias sobre el servicio que ya tienen, los segundos lo que quisieran que tenga un servicio.

Las debilidades que ITECSA puede resolver es el de la mala conexión, para ello se capacitarían los técnicos, dando al usuario ya un incentivo de demandar el servicio y es política de la empresa trabajar en mejorar la calidad del servicio.

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a diferentes precios por los consumidores en un momento determinado.

Analicemos de qué depende la cantidad demandada del servicio:

$$Q_{di} = f(P, T, V, TC, CS, I \dots)$$

Siendo que:

P = Precio del servicio

T = Tecnología

V = Velocidad del servicio

TC = Técnicos Capacitados

CS = Calidad de Señal

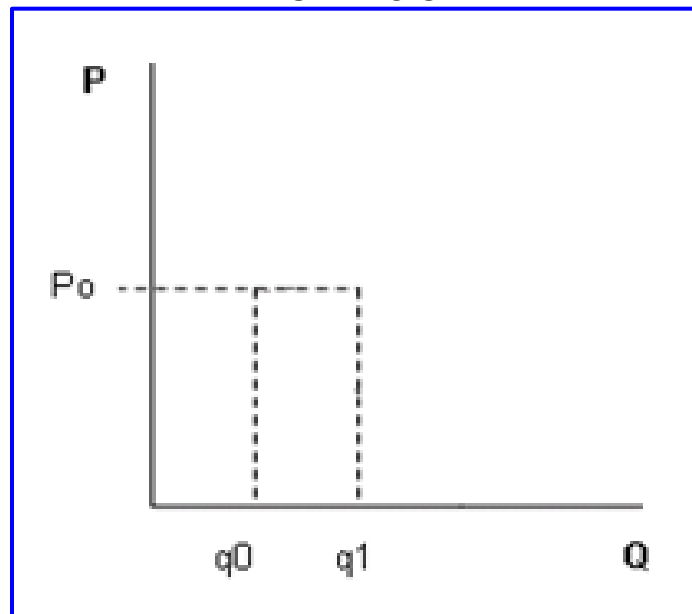
I = Ingreso de trabajadores

El servicio de internet es muy necesario en este último tiempo, cualquier cambio en el nivel de precios grande o pequeño no afectara mucho a la demanda del servicio, se podrá sustituir algún bien por otro pero dejar de utilizar el servicio no es una opción.

Veamos en la curva de Demanda del GRAFICO N° 7, donde tenemos una curva casi elástica, lo cual indica que la cantidad variara poco si el precio sube, el precio no puede bajar por lo que no afecta mucho a la disminución en cantidad de usuarios, por lo que debemos conocer la cantidad y precio optimo que se debe manejar para obtener utilidades.

Conocer la curva de demanda y curva de oferta para determinar el precio de equilibrio de los productos de servicio de internet por cable.

GRÁFICO N° 7
DEMANDA DEL SERVICIO DE INTERNET



Elaboración propia 2015

5.7 ANALISIS DE LA OFERTA DEL SERVICIO

De qué depende la cantidad ofertada del servicio:

La oferta es la cantidad del servicio que la empresa está dispuesta a ofrecer a un precio y condiciones dadas en un determinado momento, para una empresa como ITECSA que es de servicios la curva de oferta es atípica porque la mayoría de los costos son fijos, por lo que la oferta es una recta creciente.

La oferta depende del precio del producto o servicio en el mercado, los costos de los factores: capital, mano de obra, equipos, insumos, el tamaño del mercado o volumen de la demanda, disponibilidad de los factores, número de empresas competidoras, expectativas, tecnología, número de vendedores, etc.

5.7.1 FUNCION DE OFERTA.

$Q_{oi} = f(P, RFO, O, CI, T, RH, \dots)$

P = Precio

RFO = Ampliación de la red de fibra óptica

O = Oferta de otros operadores (Empresa competidoras instaladoras)

CI = Capital de Inversión.

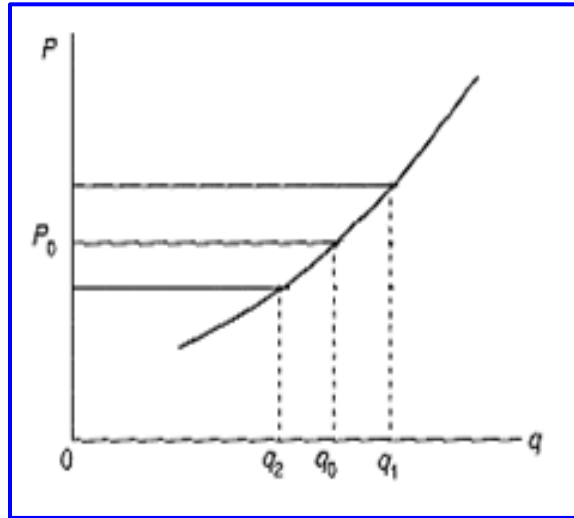
T = Tecnología

RH = Recursos Humanos

Pero también de la ampliación de red de fibra óptica ya que si no hay campo en la caja no habrá un nuevo punto de usuario, del capital de inversión, de la tecnología, del recurso humano, de la disponibilidad de materiales y equipos, etc.

A continuación se describe la gráfica de la oferta de servicios de internet a la que enfrenta la empresa ITECSA, para sus operaciones cotidianas.

GRAFICO N° 8
OFERTA DEL SERVICIO DE INTERNET

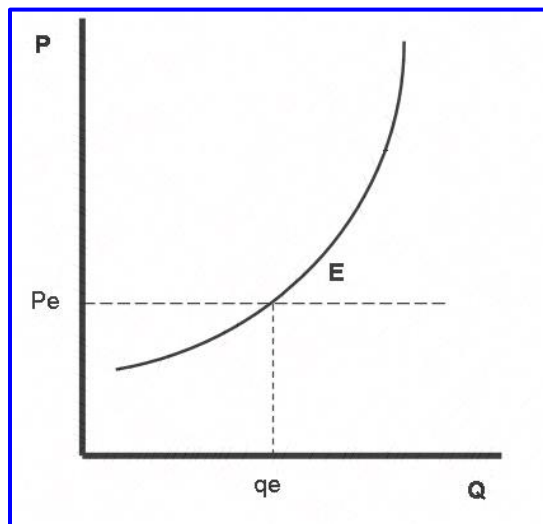


Elaboración propia 2015

5.8 EQUILIBRIO DE MERCADO.

La demanda y oferta del servicio de internet que ofrecen los operadores tiende a un equilibrio de mercado en la intersección. Ver gráfico N° 9

GRAFICO N° 9
EQUILIBRIO EN EL MERCADO DE INTERNET



Elaboración propia 2015

5.9 ANÁLISIS DE LA OFERTA DEL SERVICIO POR OTROS OPERADORES

Según los datos registrado por FUNDEMPRESA, el crecimiento de empresas de servicios de este rubro ha incrementado en un 0.01% anual, lo cual nos presenta una clara ventaja en la aparición de nuevas empresas competidoras dentro del mercado. En un sondeo realizado a las empresas que constituyen la competencia de ITECSA se ha determinado ventajas importantes con relación hacia la competencia como son la tecnología y los costos fundamentalmente.

Un aspecto importante a tener en cuenta en el uso de la estrategia son los muchos modos de enfrentarse a los problemas competitivos, a este respecto se podría decir, que hay tantos tipos de estrategias, como empresas compitiendo en el mercado queriendo captar más clientes.

Sin embargo, se pueden detectar cuatro tipos generales de estrategias, que son válidas para obtener esa posición sólida en el mercado, ellas son: la estrategia de liderazgo en costo, liderazgo en tecnología, la de diferenciación y la desconcentración de mando para un mejor y efectivo servicio, además de buscar la satisfacción de cliente, bien como cliente contratista o como cliente bajo estos parámetros de competencia se realiza un sondeo a la competencia determinamos factores determinantes para nuestro proyecto como ser:

5.9.1 Costos:

En cuestión de costos es importante la diferencia entre operadores porque es el factor que marca la diferencia y que determina la permanencia en el mercado por lo tanto a la competencia como a ITECSA, se sabe bien que el costo es un factor importante en cuestión de liderazgo dentro el mercado, es por eso que las empresas que reducen permanentemente sus costos son los más eficientes y tienen permanencia en el mercado.

5.9.2 Tecnología

La competencia evidentemente cuenta con capitales de inversión extranjera lo cual indica que poseen anualmente maquinaria de última generación, pero no así la capacitación de su personal en el uso de esta maquinaria, lo cual indica si bien puede tomar ventaja en la adquisición de maquinaria, presenta falencias en el servicios con esta maquinaria.

5.9.3 Concentración

El enfoque de la competencia es el de concentrarse en un segmento específico del mercado y en ese segmento, tratar de obtener una ventaja competitiva a las demás empresas. Además la concentración de mando no le permite reaccionar a la empresa inmediatamente frente a alguna adversidad que se presente perjudicando así a la empresa contratista o en el peor de los casos al usuario final.

5.9.4 Atención al cliente

Sea demostrado si una empresa solo fija sus objetivos de liderazgo en presentar material de última tecnología y no así en la capacitación de su personal, presenta el mercado un personal insatisfecho, por ende una atención al cliente nada satisfactorio.

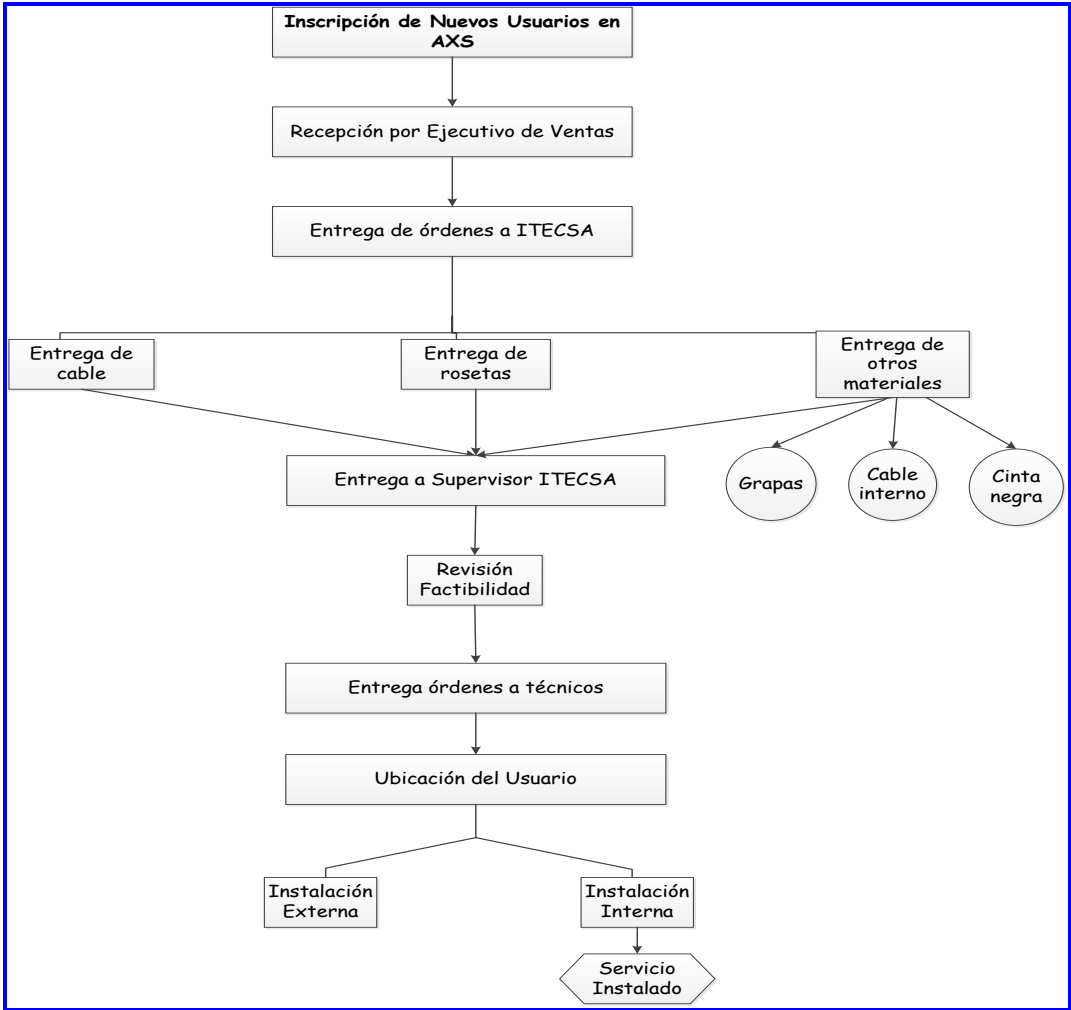
5.10 DESCRIPCIÓN OPERATIVA DE PRODUCCIÓN

La función de producción relaciona el nivel de empleo del factor trabajo con el nivel de producción o servicio final, la empresa ITECSA tiene en su proceso a varios pasos antes de ofrecer el servicio final que es la instalación concluida al usuario.

Inicia en la entrega de solicitudes de instalación a la empresa AXS, la confirmación y la distribución a la empresa ITECSA, una supervisión de las cantidades de material a utilizarse, la distribución o zonificación de las actividades y la entrega de las órdenes a los instaladores.

Posteriormente se procede a la búsqueda de los sitios a instalar y la verificación de la factibilidad de la instalación, una vez verificado se procederá a ver y cuantificar la instalación interna, dentro de domicilio ya es diferente las cantidades a emplearse por la distribución particular que desee el cliente.

GRAFICO N° 10
Descripción Operativa de Producción



Elaboración propia en base a datos de ITECSA

Con énfasis a lo descrito anteriormente se ha visto la prestación de los servicios que ofrece ITECSA como una cadena lineal de acontecimientos que siguen de la siguiente manera:

- 1° El cliente pregunta por el servicio
- 2° Le programan una fecha determinada para que se le vaya a instalar.
- 3° Nos entregan la lista de órdenes a instalar, los materiales a utilizarse.
- 4° Entrega al supervisor de ITECSA, revisión de factibilidad.
- 5° Entrega a los técnicos instaladores de ITECSA
- 6° Ubicación del domicilio de cliente, puesta en marcha del servicio.
- 7° Finalización y aclaración de dudas, resolución de problemas si es que hubiera.

En el gráfico N° 10 de nuestra descripción operativa de producción de donde se deduce la función de producción, vemos que se relaciona la cantidad del producto obtenido o servicio en nuestro caso con los diferentes niveles del factor trabajo, dados los demás factores de producción como el capital, la curva presenta rendimientos decrecientes, pues los sucesivos incrementos de trabajo proporcionan un producto o servicio adicional cada vez menor.

El producto marginal del trabajo está representado por la pendiente de función de producción $\Delta Y/\Delta N$, es decir el incremento de la producción por el incremento unitario del empleo. La disminución de la pendiente nos muestra que el producto marginal del trabajo es decreciente, pues si incrementamos dos o tres instaladores técnicos a realizar más instalaciones, no podrán hacerla juntos.

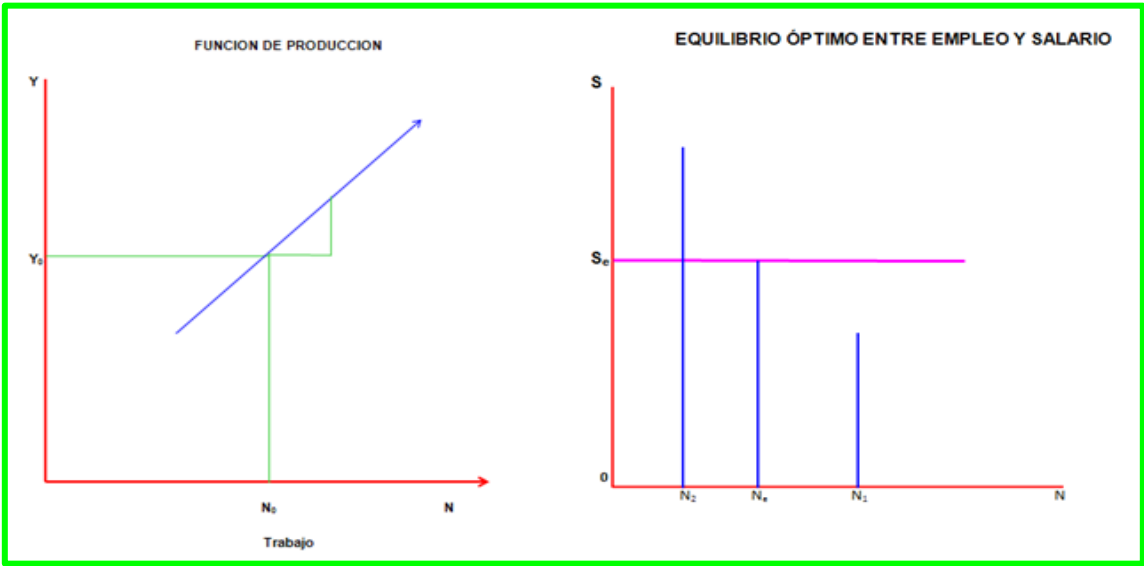
Siendo que no se puede disgregar por la poca capacitación que tienen luego entonces tres en una sola instalación no rendirán mejor sino más bien perjudicará el número de instalaciones que se tengan que hacer. También en el gráfico N° 10 vemos la elección óptima del número de trabajadores con un determinado salario, pues el Producto Marginal del trabajo es una función decreciente del nivel de empleo debido a que existen rendimientos decrecientes.

Consiguientemente vemos en nuestro gráfico que el equilibrio perfecto es con un salario SE con un nivel de empleo NE . Pero si aumentamos a $N1$ con el salario $S1$ ahorraríamos reduciendo empleados, porque el producto marginal es menor que el salario pero si el producto marginal fuera mayor en $N2$ ganaríamos si

contratáramos más empleados porque el producto marginal es mayor que el salario S_2 . Lo vemos en nuestro grafico N° 11

GRAFICO N° 11

FUNCION DE PRODUCCION y EQUILIBRIO ÓPTIMO ENTRE EMPLEO Y SALARIO



Elaboración propia en base a datos de ITECSA

CAPITULO VI

6. MARCO PROPOSITIVO

6.1 ANALISIS FINANCIERO DE LA EMPRESA DE SERVICIOS “ITECSA”

El interés de la empresa es incrementar sus ventas de servicio de instalación, sus ingresos y por lo tanto sus utilidades, a través de una capacitación especializada de los técnicos instaladores, se puede observar las utilidades desde el año 2004 en el Estado de Resultados que va en cifras positivas por lo que deseamos incrementarlas. Ver Cuadros N° 8 y N° 9 del Balance General y del Estado de Resultados, ITECSA donde realiza compra de maquinaria y equipo por lo que se infiere que existe inversión pero aún no se genera utilidades de acuerdo a las expectativas creadas.

TABLA N° 8
BALANCE GENERAL ITECSA DEL 2004 AL 2014
(Miles de pesos bolivianos)

DETALLE	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
ACTIVO											
Activo Corriente											
Caja	97.829	96.715	97.321	98.300	99.500	101.750	115.399	117.200	113.904	120.315	123.708
Activo no Corriente	50.215	45.721	39.721	28.700	25.000	48.700	47.823	42.721	38.217	40.915	72.984
Vehículos											
Herramientas y equipo	39.327	64.723	42.928	45.721	47.850	49.827	55.724	56.898	62.711	75.943	89.325
Terreno	-	-	30.000	41.000	43.494	18.507	2.869	8.680	17.298	15.539	15.600
Depreciación vehículos	25.102	28.805	29.809	30.746	31.790	32.721	33.906	34.841	36.791	42.899	45.797
Depreciación herramientas	12.503	18.721	19.829	21.709	22.754	23.951	24.809	24.937	23.992	35.794	38.900
TOTAL ACTIVO	149.766	159.633	160.332	161.266	161.300	162.112	163.100	165.721	171.347	175.839	216.920
PASIVO	15.095	21.112	21.811	20.003	17.779	16.912	17.800	19.800	25.154	29.631	30.728
Pasivo Corriente											
Patrimonio	134.671	138.521	140.632	141.263	143.521	145.200	145.300	145.921	146.193	146.208	186.192
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	149.766	159.633	160.332	161.266	161.300	162.112	163.100	165.721	171.347	175.839	216.920

Fuente: Elaboración Propia según Estados Financieros ITECSA

En el cuadro N° 8 del Balance General vemos un incremento en la inversión. El activo total ha sido creciente, los pasivos también han crecido desde el 2010 por las deudas contraídas, las cuales tuvieron un decrecimiento el 2009, ya que se fueron amortizados y el patrimonio mostro un comportamiento creciente delicado pero constante.

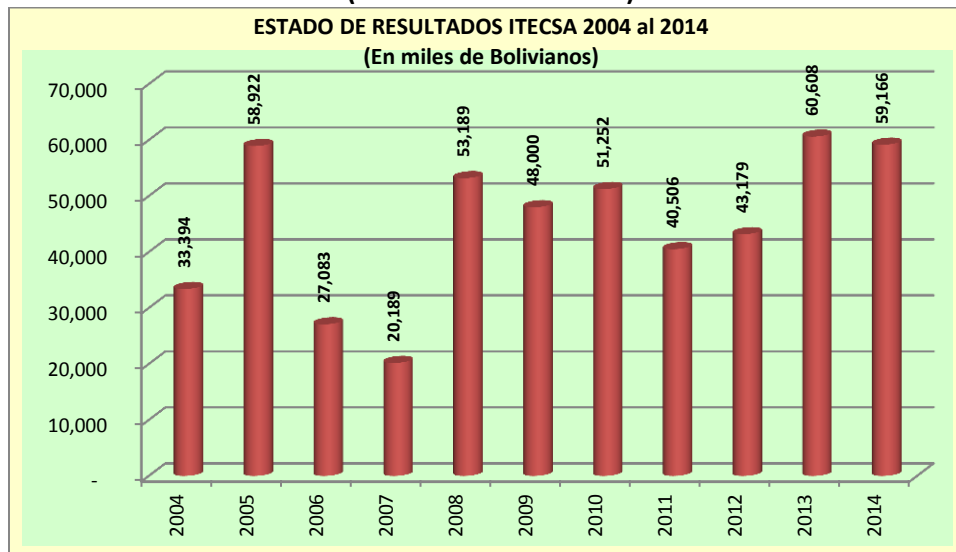
TABLA N° 9
ESTADO DE RESULTADOS ITECSA DEL 2004 AL 2014
(En miles de bolivianos)

CUENTA	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
INGRESOS											
VENTAS	99.879	105.732	92.783	98.715	129.731	132.543	145.718	157.425	142.189	172.821	196.835
EGRESOS											
COSTOS	34975,65	37006,2	32474,05	34550,25	45405,85	46390,05	51001,3	55098,8	49766,15	60487,35	68892,25
UT.BRUTA	64921,35	68725,8	60308,95	64164,75	84325,15	86152,95	94716,7	102326	92422,85	112333,7	127492,8
GASTOS OP	19975,8	21146,4	18556,6	19743	25946,2	26508,6	29143,6	31485	28437,8	34564,2	39367
UT.ANTES DE											
INT.E IMPUEST.	44945	47579,4	41752,35	44421,75	58378,95	59644,35	65573,1	70841,3	63985,05	77769,45	88575,75
UT.ANTES DE											
IMPUESTOS	44525	78562	36111	26918	70919	64008	68336	54008	57572	80810	78888
IMPUESTOS	11131,25	19640,5	9027,75	6729,5	17729,75	16002	17084	13502	14393	20202,5	19722
UT. NETA	33393,75	58921,5	27083,25	20188,5	53189,25	480006	51252	40506	43179	60607,5	59166

Fuente: Elaboración Propia según Estados Financieros ITECSA

Como observamos en la tabla N° 9, las utilidades entre el 2005 al 2014 tuvieron un comportamiento muy fluctuante, sin embargo vale la pena mencionar que entre los años 2011 al 2014 se ha tenido incrementos considerables de la utilidad neta, debido a la adquisición de nuevos equipos que abaratan costos para cablear e instalar servicios de internet .

GRAFICO N° 12
ESTADO DE RESULTADOS ITECSA 2004 al 2014
(En miles de Bolivianos)



Fuente: Elaboración Propia según Estados Financieros ITECSA

6.2 COSTOS DE LA EMPRESA.

6.2.1 COSTOS VARIABLES.

Son la mano de obra directa y las materias primas, los materiales que también entran en algunas instalaciones de servicio de internet y en la instalación de redes de fibra óptica.

6.2.2 COSTOS FIJOS.

Son los pagos de impuestos, las comisiones a algunos instaladores por tiempo determinado los servicios de luz y agua, los transportes para algunos instaladores, y otros que se detallan en la tabla N° 10.

TABLA N° 10
ESTRUCTURA DE COSTOS ITECSA
(En bolivianos)

DETALLE	COSTOS		INGRESOS	C/INST.
GASOLINA	50,00			180,00
ALIMENTOS	10,00			
SALARIOS	66,00			
TOTAL	126,00			
	COSTO/DIA	126,00	INGRESO/DIA	1.620,00
	COSTO/SEM	756,00	INGRESO/SEM	9.720,00
	COSTO/MES	3.024,00	INGRESO/MES	38.880,00
TOTAL	COSTOS	3.024,00	INGRESOS	38.880,00

Fuente: Elaboración Propia según Estados Financieros ITECSA

6.3 DEMOSTRACION DE LA HIPOTESIS

Para la demostración de la hipótesis recurrimos al auxilio de la herramienta matemática del método de regresión lineal de mínimos cuadrados ordinarios basados sobre el historial de observaciones en el tiempo, con datos hasta el año 2014, por lo cual logramos formar una ecuación lineal de primer grado, buscamos la media aritmética de la variable (Y) y la media aritmética de la variable (X) obteniendo valores para posteriormente obtener los valores de utilidad habiendo añadido a nuestros costos los de la capacitación, mostrando que los ingresos si se elevaran, también las utilidades desde los años 2015 al 2025.

Haciendo un análisis de las utilidades de la empresa, vemos que las instalaciones son una actividad rentable las cuales se pagan con las tarifas mensuales cobradas a los usuarios. En este grafico vemos que: tenemos fluctuaciones en la utilidad que primordialmente vienen del servicio de instalaciones y tendido de fibra óptica y no tanto de las ventas de materiales, estas utilidades que están graficadas no toman en cuenta la capacitación que se realizara al personal de la empresa y con la cual queremos demostrar que se elevaran los ingresos, por lo tanto demostraríamos nuestra hipótesis inicial.

Tenemos una relación entre ventas-costo del 35% y una relación entre gasto operativo-ventas del 20%

Tomamos en cuenta que los gastos de capacitación están en los costos operativos de la empresa, así en el año 2014 tenemos costos operativos por 39.367 Bs, de ellos nos representan 6.200 Bs a la capacitación, lo que representa un 15,7 %

Construimos una tabla con los valores de la utilidad (Y) y la variable x con los datos históricos de 10 años del 2004 al 2014. Ver cuadro N°10, estos datos de utilidad creciente los valoramos con sus ventas donde la capacitación no está presente, sin embargo hay un crecimiento empresarial, ahora al incluir la capacitación el nivel de ventas también crece, como también los costos, las ventas se dividen en dos en un 75 % que provienen de las instalaciones y en un 25 % de las ventas directas de material, ambos facturados pero en los servicios también está la carga social, como en las ventas directas no siempre son facturados por ser cantidades devueltas o en préstamos.

6.3.1 PASOS PARA LA DEMOSTRACION DE LA HIPOTESIS

PASO 1.- INTRODUCIMOS A NUESTROS COSTOS OPERATIVOS A LA CAPACITACION, PREPARANDO UN PRESUPUESTO DE LA MISMA.

a. Presupuesto estimado de capacitación

Según datos de la empresa se ha planificado realizar la capacitación en el periodo de un año tres veces, cada cuatro meses, una semana completa al final de cada

cuatrimestre dos horas diarias que no intercepten sus horas de trabajo. La capacitación estará a cargo de un Ingeniero Electrónico que cobrará la suma de 1500 bs por cada semana de taller.

TABLA N° 11
PRESUPUESTO DE LA CAPACITACION PERSONAL ITECSA 2016
(Expresado en Bolivianos)

TECNOLOGIA I		
CLASE N° 1	SISTEMAS DE MEDICION	300,00
CLASE N° 2	TIPOS DE CABLE	300,00
CLASE N° 3	CONEXIÓN DE LA FIBRA OPTICA	300,00
CLASE N° 4	TIPOS DE FIBRA OPTICA	300,00
CLASE N° 5	PREGUNTAS	300,00
COSTO CAPACITADOR		1.500,00
COSTO MATERIALES		500,00
TECNOLOGIA II y RELACIONES HUMANAS		
CLASE N° 6	TECNICAS CABLEADO 1	300,00
CLASE N° 7	TECNICAS CABLEADO 2	300,00
CLASE N° 8	MANEJO DE GRAPAS	300,00
CLASE N° 9	ARREGLO EXTERIORES	300,00
CLASE N° 10	COLOCACION ANTENAS	
CLASE N° 11	RELACIONES HUMANAS	300,00
COSTO CAPACITADOR		1.500,00
COSTO MATERIALES		500,00
TECNOLOGIA III		
CLASE N° 11	CONEXIÓN DE MODEMS	300,00
CLASE N° 12	CONEXIÓN DE ROSETAS	300,00
CLASE N° 13	CONEXIÓN A CABLE UTP	300,00
CLASE N° 14	PERSECUCION DE LINEAS	300,00
CLASE N° 15	CUIDADO LINEAS ALTA TENSION	300,00
CLASE N° 16	SEGURIDAD INDUSTRIAL	100,00
COSTO CAPACITADOR		1.700,00
COSTO MATERIALES		500,00
COSTO TOTAL		6.200,00

Fuente: Elaboración Propia ITECSA 2015

Las sesiones de capacitación se desarrollaran en las mismas instalaciones de la empresa ITECSA con condiciones necesarias de confort, luz, comodidad para los empleados, también los equipos están en el mismo lugar.

Materiales didácticos:

Los materiales los cubre la empresa y se entregaran para las practicas a los empleados, también se entregara un certificado de aprobación previo examen que les servirá a los empleados como currículo de su rama. Es por ello que se planifica el diseño de talleres de capacitación con respecto a temáticas como: innovación tecnológica, trabajo en equipo, relaciones humanas. Mismas que se desarrollaran cuatrimestralmente es decir los talleres se desarrollara cada cuatro meses.

En cuanto a la temática que se desarrolle en cada taller las mismas pueden variar de acuerdo a la necesidad y requerimiento que la empresa ITECSA tenga en su momento, es por ello que en la presente propuesta se da el modelo y formato bajo el cual tiene que estar estructurado cada taller aceptando la variación del tema central de cada taller.

Tomando cuenta a los objetivos principales del presente estudio, se realiza la presenta propuesta haciendo un contraste con la temática de estudio, como es el diseño de estrategias económicas orientadas a mejorar el ingreso económico de las microempresas, en función a la capacitación especializada de su personal. y como es en el presente caso se presentan el diseño y las características principales que se contemplan en los talleres.

PASO 2.- UTILIZAMOS UN MODELO DE REGRESION LINEAL PARA CALCULAR NUESTRAS UTILIDADES TOMANDO EN CUENTA LA CAPACITACION.

TABLA Nº 12
ELABORACION DEL CUADRO PARA PROYECCION
(En Miles de Pesos Bolivianos)

AÑOS	UTILIDAD (Y)	X	X²	X*Y
2004	33.394	1	1	33.394
2005	58.922	2	4	117.843
2006	27.083	3	9	81.250
2007	20.189	4	16	80.754
2008	53.189	5	25	265.946
2009	48.006	6	36	288.036
2010	51.252	7	49	358.764
2011	40.506	8	64	324.048
2012	43.179	9	81	388.611
2013	60.608	10	100	606.075
2014	59.166	11	121	650.826
SUMAS	495.493	66	506	3.195.547

Fuente: Elaboración Propia en base a Balances ITECSA.

Lo que hacemos es construir una ecuación de regresión lineal. Calculamos la media aritmética de las series históricas, la media aritmética de las utilidades y solo aplicamos la fórmula matemática de regresión lineal.

La \sum de los valores en x es 66, luego su M.A es 6. La \sum de (Y) es 495.492,75, luego su M.A es 45.044,7955. La \sum de X2 es 506, la \sum de X*Y es 3.195.546,75.

La \sum de X2 es (66)²=4356, sabemos que N es 11.entonces tenemos:

$$Media X = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} = 6$$

$$Media Y = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} = 45044,7955$$

ECUACION DE REGRESION LINEAL:

$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{(\sum_{i=1}^n Y_i)(\sum_{i=1}^n X_i^2) - (\sum_{i=1}^n X_i)(\sum_{i=1}^n X_i Y_i)}{N(\sum_{i=1}^n X_i^2) - (\sum_{i=1}^n X_i)^2} = \frac{461625417}{1210}$$

$$a = 32903,5091$$

$$b = \frac{N(\sum_{i=1}^n X_i Y_i) - (\sum_{i=1}^n X_i)(\sum_{i=1}^n Y_i)}{N(\sum_{i=1}^n X_i^2) - (\sum_{i=1}^n X_i)^2} = \frac{2448492,75}{1210} = 2023,54773$$

$$Y = 32903,5091 + 2023,54773X$$

PROYECTADO A 12 PERIODOS EL AÑO 2015 TENEMOS

$$Y = 57186,0818$$

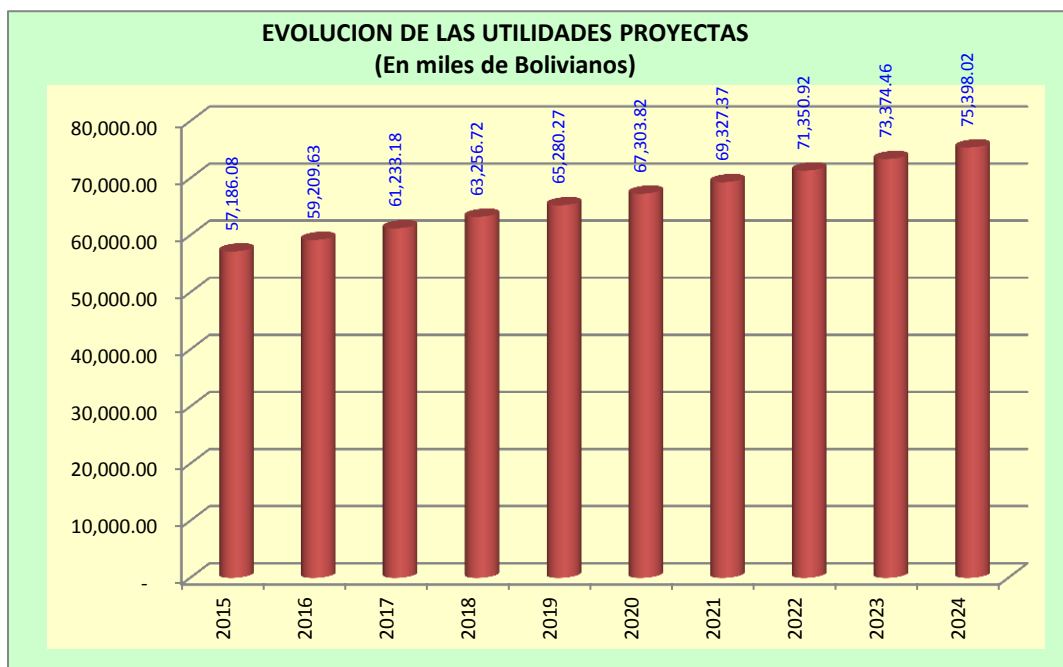
Entonces tenemos:

TABLA N° 13
PROYECCION DE UTILIDADES AL 2024
(En miles de Bolivianos)

PROYECCION	UT.PROYECTADA(Y)	X PROYECCION
2015	57.186,08	12
2016	59.209,63	13
2017	61.233,18	14
2018	63.256,72	15
2019	65.280,27	16
2020	67.303,82	17
2021	69.327,37	18
2022	71.350,92	19
2023	73.374,46	20
2024	75.398,02	21

Fuente: Elaboración Propia en base a datos de ITECSA.

GRAFICO N° 13
PROYECCION DE UTILIDADES AL 2024
(En miles de Bolivianos)



Fuente: Elaboración Propia en base a datos de ITECSA.

PASO 3.- VERIFICAMOS QUE ES FACTIBLE CON LOS RESULTADOS OBTENIDOS.

La capacitación la iniciaríamos en abril del año 2015, cuando nuestra utilidad esta computada todavía sin la capacitación.

Si revisamos el año 2014 nuestra utilidad es 59.166 Bs.

Las ventas son 196.835 Bs: \longrightarrow 75% ingreso directo por instalaciones.

y \longrightarrow 25% ingresos por venta de materiales.

Si 75% = 147.626 Bs y queremos doblar seria \longrightarrow 295.252,5 Bs.

Menos el costo de capacitación anual que es \longrightarrow 6.200,0 Bs.

Menos los costos de ventas. \longrightarrow 68.892,3 Bs.

Menos los gastos operativos \longrightarrow 39.367 Bs.

Y menos impuestos 16% sobre las nuevas ventas: 295.525 \longrightarrow 47.240 Bs.

Nos queda una utilidad neta de: \longrightarrow 133.553,25 Bs.

En el cuadro N°10, vemos que la relación entre los costos y las ventas son un 35 % y la de ventas con los gastos operativos es de un 20%.

Esta utilidad neta que se obtuvo nos indica que aun con los gastos en la capacitación la empresa no tendrá ningún obstáculo en incrementar las utilidades para elevar sus ingresos y con lo que demostraríamos nuestra hipótesis planteada quedando aceptada que:

$$59209 = \frac{1,0353757}{1} - 1 = 0,0353757 \times 100 = 3,537 \approx 3,54 \%$$

$$\frac{59209}{57186} = 1,0353757 - 1 * (100\%) = 3.537 \approx 3.54\%$$

Por lo que cada año después de la capacitación tenemos un crecimiento de 3,537% que redondeado tenemos a 3,54 % de crecimiento anual, por lo que queda demostrada la hipótesis que textualmente dice: *“Las Estrategias Económicas basadas en la capacitación especializada de recursos humanos, sería uno de los factores que inciden preponderantemente en los ingresos económicos de la microempresa ITECSA dedicada al sector de las telecomunicaciones.”*

6.4 PROPUESTA DE CAPACITACION

En función a los antecedentes de la empresa ITECSA y los resultados de las encuestas efectuadas tanto a los directivos como al personal de la empresa, es que se elabora la presente propuesta en base al diseño de una estrategia basada específicamente en la capacitación en base a temáticas de importancia que sean de beneficio para la empresa, con el fin de mejorar los ingresos económicos.

Por tanto como es de conocer la característica principal de la empresa ITECSA es el manejo de equipos de última tecnología con el fin de llevar al equipo humano a la par con la instrumentación tecnológica que provee la empresa.

El tiempo requerido para la capacitación puede reducirse drásticamente con una cuidadosa selección del personal. Pero aun en este caso, los supervisores pueden tener que actuar como entrenadores. La mayoría de los trabajadores prefieren un trabajo que les permita ampliar sus conocimientos y experiencia.

La necesidad de capacitación puede manifestarse en datos de selección de personal; evaluaciones de desempeño; capacidad, conocimientos y experiencia de los trabajadores; introducción de nuevos métodos de trabajo, maquinaria o equipos; planificación para vacantes o ascensos en un futuro y leyes y reglamentos que requieran entrenamiento.

Al establecer un programa de capacitación, el primer paso consiste en coordinar las necesidades (introducción de un nuevo equipo o maquinaria) con objetivos de aprendizaje específicos (al finalizar su capacitación, los trabajadores entrenados sabrán mantener y manejar el equipo sin peligro). Algunos objetivos pueden cuantificarse mejor.

Los elementos para evaluar el cumplimiento de los objetivos deben establecerse desde el principio. Es necesario determinar las diferencias entre los conocimientos de los trabajadores y los objetivos propuestos para evitar la repetición de datos conocidos o la suposición de conocimientos inexistentes.

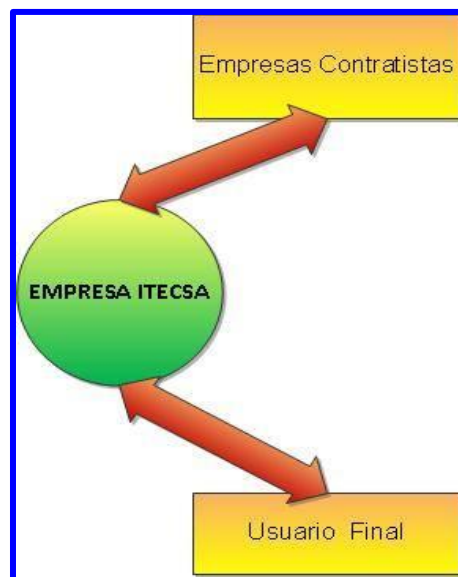
Cuando se les pregunta a los trabajadores si tienen los conocimientos necesarios para el puesto, no siempre se obtiene una respuesta veraz. Algunos trabajadores creen que si no responden afirmativamente, no obtendrán las oportunidades que desean. Otros pueden ocultar su falta de conocimientos o comprensión por timidez o temor.

Es necesario evaluar la competencia de cada trabajador para que pueda desempeñarse en forma independiente. El personal debe tener la oportunidad de demostrar sus conocimientos prácticos sin humillaciones ni riesgos personales. Una de las principales responsabilidades de la supervisión es adelantarse a los cambios previendo demandas futuras de capacitación, y hacerlo según las aptitudes y el potencial de cada persona.

6.5 IDENTIFICACIÓN DEL RUBRO LABORAL DE LA EMPRESA ITECSA

Para direccionar la presente propuesta es necesario identificar el rubro laboral de la empresa es por ello que a continuación se presenta la esquematización gráfica del rol principal de la empresa ITECSA con respecto al papel de intermediario en servicios entre las empresas principal, y el usuario final al que se brinda el servicio.

GRAFICO Nº 14



Fuente.- Elaboración propia

Como se puede apreciar en la figura presentada, básicamente el rol que cumple la empresa como servidores intermediarios es fundamental tanto para la empresa principal como para el usuario final.

Bajo las características que se muestran en la figura, la empresa ITECSA tiene doble relación como empresa intermediaria; la primera con la empresa contratista y la segunda con el usuario final y como la política de la empresa es trabajar con maquinaria de última generación, las capacitaciones de los talleres deben englobar dos áreas fundamentales:

- a) Actualización constante sobre la maquinaria o herramientas empleadas a diario.
- b) Por la relación constante entre empresa contratista y usuario final se debe capacitar sobre Relaciones Humanas.

Es decir que de ambas áreas temáticas se podrán desglosar constantemente diversos subtemas de capacitación pero siempre en el contraste de estas dos áreas temáticas por la importancia que tienen en el rol y papel laboral de la empresa.

6.6 DISEÑO DEL CRONOGRAMA DE TALLERES DE CAPACITACIÓN EN LA EMPRESA ITECSA

El presente cronograma muestra las sesiones que se tendrán por taller, mismas que se distinguen por meses, es decir por ejemplo el taller de tecnología tienen espacio en febrero y la misma se desarrollara en 5 sesiones, en el mes de junio, lo mismo pasa con el taller de relaciones humanas, y por último el taller de tecnología II.

Cabe resaltar que las sesiones serán los cinco últimos días de mes, esto con el fin de no perjudicar en las cotidianas labores de la empresa. Lo mismo pasa con los dos siguiente talleres y con ello se cumple la capacitación para la implementación de la estrategia.

TABLA N° 14
CRONOGRAMA DE TALLERES

DETALLE			TALLER 1	TALLER 2	TALLER 3
ENERO					
FEBRERO	N° Sesiones	1			
		2			
		3			
		4			
MARZO					
ABRIL					
MAYO					
JUNIO	N° Sesiones	1			
		2			
		3			
		4			
JULIO					
AGOSTO					
SEPTIEMBRE					
OCTUBRE	N° Sesiones	1			
		2			
		3			
		4			
NOVIEMBRE					
DICIEMBRE					

Fuente.- Elaboración propia 2015

6.7 DESCRIPCIÓN DEL DESARROLLO DE TALLERES DE CAPACITACIÓN EN LA EMPRESA ITECSA

6.7.1 TALLER 1 “TECNOLOGÍA I”

Denominativo del curso:

"MANEJO DE EQUIPO TECNOLÓGICO PARA TÉCNICOS EN INSTALACIONES"

Introducción

La presente propuesta tiene como finalidad mejorar el ingreso económico de la empresa ITECSA en función a la capacitación especializada de su personal.

La propuesta de capacitación al personal surge tras la problemática analizada anteriormente y la evaluación de los resultados de las encuestas aplicadas tanto a directivos como al personal de la empresa.

La capacitación especializada dirigida al personal de la empresa, se basa en la impartición del conocimiento acerca del manejo adecuado de equipos utilizados habitualmente, capacitación llevada a cabo por un Ingeniero Electrónico especialista en el área.

Objetivos de la capacitación

Objetivo principal

- Capacitar al personal de la empresa ITECSA en el manejo adecuado de la instalación para darle mayor rapidez y efectividad a su trabajo.

Objetivos secundarios

- Capacitar al personal en el manejo adecuado de equipos utilizados habitualmente.
- Optimizar el tiempo y uso de equipos.

Capacitación

El desarrollo de la capacitación se basa en las siguientes etapas:

➤ Planificación

Esta etapa tiene por objetivo planificar la capacitación especializada considerando los aspectos identificados en la investigación, así como instrumentos, tiempo, y recursos a emplear.

Etapa organizada por la gerencia de la empresa.

➤ Ejecución

En esta etapa todos los aspectos planificados se ven reflejados en acciones; en este sentido el objetivo es aplicar la capacitación especializada al personal de la empresa.

Etapa que será ejecutada por la gerencia de la empresa y los especialistas en el tema.

➤ **Monitoreo y Evaluación**

Esta etapa tiene por objetivo evaluar el desempeño del personal de la empresa ITECSA posterior a la capacitación recibida, mediante el monitoreo continuo de sus funciones. Mediante el formulario POAI misma que se desarrollara en el área de gerencia de la empresa.

6.7.2 TALLER 2 “RELACIONES HUMANAS”

Denominativo del curso:

"CAPACITACIÓN EN TECNOLOGIA Y RELACIONES HUMANAS"

INTRODUCCION.

La propuesta de una capacitación en el área de recursos humanos tiene como finalidad fortalecer las relaciones interpersonales de los miembros de la empresa ITECSA para de esta manera facilitar el trabajo en equipo permitiendo obtener mayores beneficios en bien de la empresa.

La necesidad de impartir este taller surge tras el conocimiento de los antecedentes de la empresa y el análisis de las encuestas y las falencias identificadas en las mismas aplicadas tanto a directivos como al personal de la empresa.

Objetivos de la capacitación

Objetivo principal

- Fortalecer el conocimiento y manejo de equipos y las relaciones interpersonales entre los miembros de la empresa ITECSA.

Objetivos secundarios

- Promover la eficiencia del personal y el trabajo en equipo.
- Integrar los objetivos de la empresa con los del personal.
- Promover el mejoramiento de las relaciones humanas en la empresa y con los clientes.
- Optimizar el desempeño laboral.

Capacitación

El desarrollo de la capacitación en recursos humanos se basa en las siguientes etapas:

➤ **Planificación**

Etapa en la que se tiene por objetivo planificar la capacitación en recursos humanos dirigido a todos los miembros de la empresa considerando las falencias identificadas en base a las encuestas, así como instrumentos, tiempo, y recursos a emplear.

Etapa organizada por la gerencia de la empresa.

➤ **Ejecución**

Etapa en la que se llevan a cabo todos los aspectos planificados, por tanto se aplicará la capacitación en recursos humanos al personal de la empresa.

Esta etapa será organizada por la gerencia de la empresa e impartida por un Psicólogo especialista en el tema.

➤ **Monitoreo y Evaluación**

Posterior a la capacitación en recursos humanos se evaluará el desempeño del trabajo en equipo, así como el desenvolvimiento interpersonal entre los miembros de la empresa.

Etapa efectuada por la gerencia de la empresa.

6.7.3 TALLER 3 “TECNOLOGÍA II

Denominativo del curso:

"NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA TECNICOS EN INSTALACIONES"

INTRODUCCIÓN

La propuesta de capacitación al personal en Tecnología II, surge en vista del constante desarrollo de nuevas tecnologías en la actualidad y la necesidad de mostrar conocimientos actualizados para optimizar el desempeño laboral.

Esta capacitación se dirige todos los miembros de la empresa, basada en el conocimiento sobre innovación de nuevos equipos con nuevas tecnologías y manejo adecuado de los equipos de última tecnología adquiridos por la empresa, y en el rubro; la capacitación se llevara a cabo por un Ingeniero Electrónico especialista en el área.

Objetivos de la capacitación:

Objetivo principal

- Capacitar al personal en el conocimiento de equipos de nueva tecnología para promover la actualización constante en la empresa ITECSA.

Objetivos secundarios

- Familiarizar al personal con los equipos de última generación.
- Socializar con el personal el proceso de actualización constante de dichos equipos.
- Optimizar el desempeño laboral.

Capacitación

El desarrollo de la capacitación se basa en las siguientes etapas:

➤ Planificación

Esta etapa tiene por objetivo planificar la capacitación en nuevas tecnologías considerando el desarrollo constante de los equipos utilizados en el rubro, así como instrumentos, tiempo, y recursos a emplear. La coordinación para la ejecución del presente taller de igual manera estará organizada por gerencia de la empresa.

➤ **Ejecución**

Etapa en la que se plasman en acciones todos los aspectos planificados para la capacitación de nuevas tecnologías. Etapa que será ejecutada por la gerencia de la empresa y los especialistas en el tema.

➤ **Monitoreo y Evaluación**

Se evaluará el desempeño del personal mediante el monitoreo en el manejo de equipos de nueva tecnología y los conocimientos actualizados que muestren al desempeñar sus funciones.

Etapa que realizará la gerencia de la empresa.

6.8 RELACIÓN ENTRE CAPACITACIÓN Y PRODUCTIVIDAD

Los parámetros para que el diseño de la presente estrategia incida en la productividad en una micro empresa es de implementar un Programa Operativo Anual Individual POAI.

Individual por que cada fuente de trabajo o cada individuo como trabajador es un microsistema laboral multidimensional constituido por una serie de elementos de manera funcional, material, social e institucional la empresa debe asumir como suya de una manera jerarquizada y armonizada en función a un resultado que se desea alcanzar como empresa.

En este contexto “el resultado” y el “individuo o empleado” son los puntos neurálgico para alcanzar los objetivos institucionales, el individuo debe estar completamente informado de la POAI y de todo lo que conlleva el como empleado para la empresa y que la empresa está asumiendo como suyo, para que el individuo o empleado va ya asumiendo el POAI como suyo y a la empresa como parte de su vida y no así como simplemente su fuente de trabajo.

6.10 DESARROLLO DEL “POAI” PLAN OPERATIVO ANUAL INDIVIDUAL

CONCEPTO.-

La función del programa operativo anual individual es establecer una concordancia entre las funciones que desempeña o desempeñara y la profesión que posee o las capacitaciones que requiere para el desarrollo con mayor satisfacción de sus funciones y crear un ambiente de coordinación con rubros aledaños o consecuentes.

OBJETIVO

El objetivo del programa operativo anual individual es que tanto el ocupante de un cargo, como aquellos que tiene bajo su cargo personal, conozca a cabalidad todo lo inherente al puesto o al cargo y/o del individuo.

PRINCIPIOS

Los principios que sostiene al programa operativo anual individual son los siguientes:

- ✓ Secuencialidad; el POAI debe ser elaborado dentro una red de objetivos que se derivan secuencialmente desde los objetivos institucionales hasta los individuales. A su vez estos objetivos deben ser coherentes con los resultados esperados, las actividades a realizar, los recursos utilizados y las relaciones Interpersonales a establecer así como las normas y valores a cumplir.
- ✓ Participación; la formulación de los POAI deberá ser participativa y suscrita entre el funcionario que ocupa el puesto y el inmediato superior.
- ✓ Transparencia; todo inmediato superior deberá entregar formalmente por escrito a cada funcionario dependiente el POAI aprobado.
- ✓ Coherencia; los requisitos exigidos de formación, experiencia y valores deben guardar coherencia con el mercado laboral y los niveles académicos ofertados por la Educación Superior del país.

RESPONSABILIDAD

Para el personal que se encuentre en funciones, la responsabilidad por la formulación del POAI recae en el propio funcionario y el control, en el inmediato superior.

6.11 PROCEDIMIENTO DEL “POAI” PLAN OPERATIVO ANUAL INDIVIDUAL

El procedimiento para llevar a cabo el POAI, se debe realizar un registro de formularios que el personal debe someterse a llenar, a la finalización de cada gestión, esto con el fin de conocer las características individuales de cada empleado de la empresa.

6.11.1 ELABORACIÓN DEL “POAI”

Para el proceso de elaboración del POAI Programación Operativa Anual Individual, se pretende realizar una evaluación que se realizara mediante la supervisión y aprobación del inmediato superior de cada personal empleado de ITECSA, es por ello que a continuación, se indica los respectivos responsables para el desarrollo completo del POAI.

Se realiza esta clasificación con el fin de establecer roles y de esta manera evaluar la funcionalidad e importancia tras el desarrollo de los talleres y la influencia que tuvo en la productividad y mejora de los ingresos de la empresa ITECSA, por lo tanto los talleres deben cumplir con sus propios objetivos de incrementar la productividad..

Por lo tanto a continuación se presenta la siguiente tabla donde se indican las etapas, actividades y responsables para el desarrollo del POAI.

TABLA N° 15
CUADRO DE DESARROLLO DEL P.O.A.I

ETAPA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Elaboración del Formulario Standard de POAI	Unidad de personal
2	Impresión del Formulario de POAI	Unidad de personal
3	Distribución del Formulario POAI	Unidad de personal
4	Explicación del Formulario a quienes tienen a su cargo personal	Unidad de personal
5	Explicación del Formulario a funcionarios por unidades	Inmediato Superior
6	Explicación de los objetivos institucionales y de cada repartición a los funcionarios	Máxima Autoridad de la empresa
7	Llenado de Formulario por cada funcionario	Empleado
8	Atención de consultas de los funcionarios	Inmediato Superior
9	Ajuste del contenido de la POAI de acuerdo a los objetivos del nivel respectivo.	Inmediato Superior de cada empleado
10	Aprobación de la POAI	Inmediato Superior
11	Apelación de la POAI	Empleado
12	Respuesta de Apelación	Inmediato Superior o en su defecto Autoridad Superior
13	Ejecución de la POAI	Empleado
14	Control de la ejecución de la POAI	Inmediato Superior

Fuente.- Elaboración propia 2015

6.11.2 DESIGNACION ORGANIZACIONAL PARA EL DESARROLLO DEL POAI

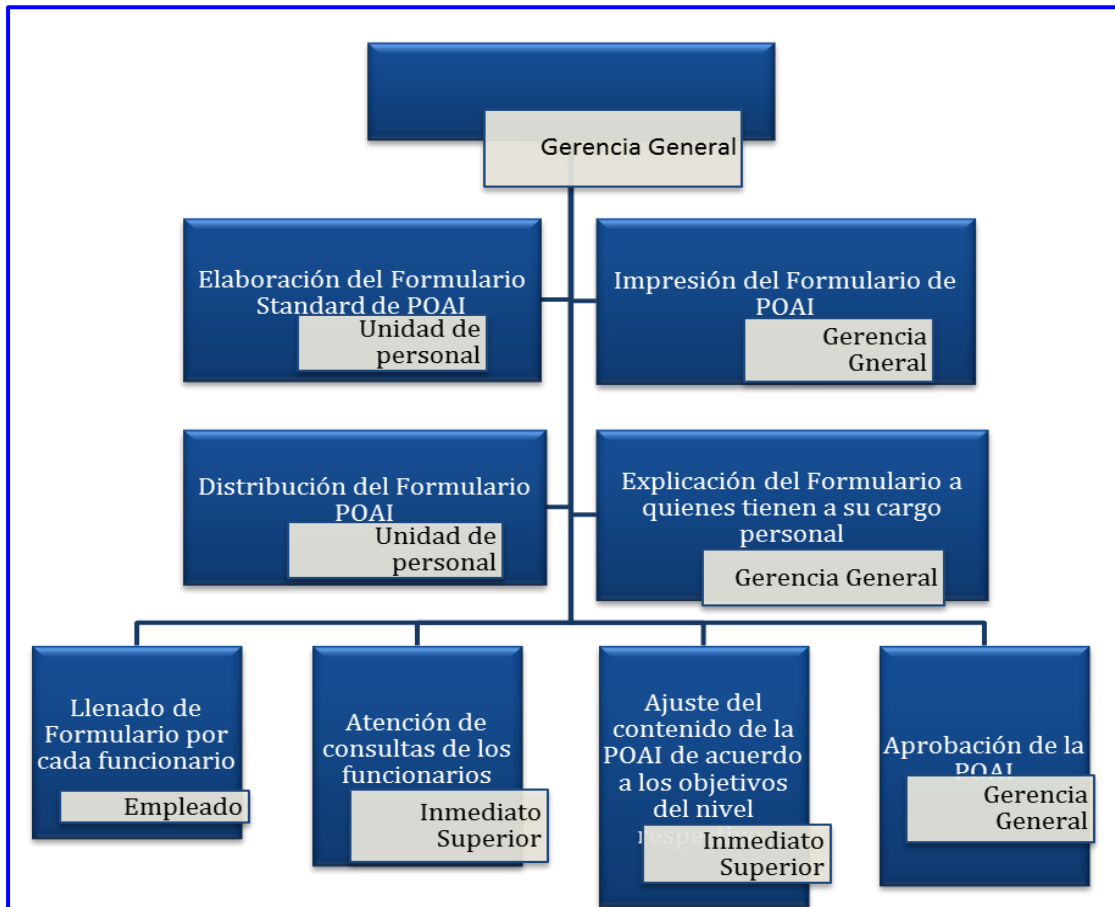
La designación organizacional tanto para el desarrollo de los talleres de capacitación y para la evaluación de los mismos mediante el desarrollo del POAI, se tiene que tomar necesariamente a la organización de la empresa ITECSA esto con el fin de direccionar a los responsables principales de todo el desarrollo es por ello que a continuación se indica el área específica encargada de dicho proceso. Para luego realizar un desglose con los roles y responsables en la ejecución del POAI.

TABLA N° 16
DESIGNACION ORGANIZACIONAL PARA EL DESARROLLO DEL POAI

DESIGNACION ORGANIZACIONAL PARA EL DESARROLLO DEL POAI		
CARGO	TAREAS DESIGNADAS EN EL ÁREA LABORAL DE LA EMPRESA	TAREAS DESIGNADAS EN EL DESARROLLO DEL POAI
Gerencia General:	- Administra en forma general los proyectos a nivel nacional, desde lo local, departamental, área rural, área urbana, etc.	ENCARGADO DEL DESARROLLO DEL POAI
	- Coordina trabajos con empresas estatales y privadas.	
	- Toma decisiones para ejecutar proyectos., especificando precios de referencia, costos y tiempos de ejecución	
Director General:	- Coadyuva en la toma de decisiones.	-----
	- Planifica estrategias a ser evaluadas	
	- Determina tiempos y personal a asignarse en los trabajos.	
	- Realiza informes para realizar los pagos y cobros.	
Supervisor:	- Controla los trabajos en el área, en el lugar.	-----
	- Supervisa la ejecución del proyecto.	
	- Informa detalles de tipo administrativo, logístico, etc.	
	- Coordina con empresas del rubro los trabajos.	
	- Es responsable de la conclusión de los trabajos.	
Técnicos:	- Llevan a cabo el trabajo.	-----
	- Son responsables de la ejecución y cumplimiento de tareas de inicio a fin.	
	- Ponen a prueba sus conocimientos para el cumplimiento del proyecto.	
Administración General:	- Controla el movimiento logístico,	-----
	- Control de gastos	
	- Control de personal	
	- Control de manejo de equipos y herramientas	
	- Atención a los clientes	
	- Tareas diarias de oficina.	
	- Control a la parte contable-financiera de la empresa.	

Fuente.- Elaboración propia 2015

GRAFICO N° 16
ELABORACION DEL POAI



Fuente.- Elaboración propia 2015

CAPITULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El presente capítulo se centra en mostrar las conclusiones y recomendaciones obtenidas a lo largo de la investigación y desarrollo de la propuesta.

7.1 CONCLUSIONES

- El objetivo común que la microempresa busca, es copar la mayor parte del mercado en función a sus limitaciones y competitividad, por lo tanto se deben establecer estrategias de diferente índole para la competitividad del mercado y por ende la mejora de ingresos económicos.
- Bajo la aplicación de las encuestas en el presente trabajo se pudo verificar que el proceso de la mejora de ingresos económicos para una empresa son de vital importancia ya que mejora la calidad de vida de sus dependientes tanto directos como indirectos.
- El diseño de estrategias productivas, como en el presente caso permiten ocupar uno de los primeros sitios del mercado, ya que las mismas logran objetivar metas en la empresa.
- Por tanto en el presente trabajo se identificó el concepto de empresa desde la perspectiva económica, como una unidad económica-social integrada por tres factores productivos: humanos, materiales y técnicos, elementos que fueron tomados en la estructuración de la propuesta.
- Como conclusión importante, desde la concepción económica empresarial, que se enfoca en el presente trabajo estrategias económicas orientadas a mejorar el ingreso de recursos económicos, en función a la capacitación especializada del personal como estrategia empresarial, que permita o facilite el trabajo de los tres componentes de una manera sistemática, equitativa.
- El diseño de la propuesta bajo la planificación de talleres, permite determinar que uno de los factores que influye en la inadecuada apreciación del servicio realizado dentro de la empresa ITECSA es la falta

de actualización y capacitación del personal, lo que produce retraso en el trabajo y baja aceptabilidad por parte del cliente.

- Es por ello que se diseñan estrategias viables de crecimiento económico que incremente el nivel de ingresos y genere mayores utilidades para a través de una política de retención de utilidades poder contar con mayor capital e inversiones, así mejorar la tecnología y las relaciones humanas en el personal.

7.2 RECOMENDACIONES

- Determinar estrategias económicas que en cualquier tipo de empresa mejorara el nivel de los ingresos y lograra la competitividad en el mercado, por lo tanto siempre se debe ver nuevas alternativas económicas financieras.
- Los recursos humanos de las empresas sin importar la complejidad ni la validez del programa de selección que se aplique, siempre necesitaran ser sometidos a procesos de capacitación si se desea que éstos alcancen un máximo de rendimiento y productividad en sus puestos laborales.
- El impacto social bajo las estrategias económicas es grande pues la capacitación de los recursos humanos genera mejor nivel de empleo e ingresos de los trabajadores.
- La presente investigación identificó estrategias Económicas que permitirán colocar a la empresa en un primer sitial con referente a la competencia, también para alcanzar los objetivos que se plantea, es decir, el fortalecimiento de la empresa y por consecuencia mayor participación en el mercado y el incremento de las utilidades para la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ de Zayas, Carlos “La solución de problemas profesionales, Metodología de la investigación científica” Edit. Kipus, Cochabamba Bolivia, 2004.
- BUSTELO Pablo, “Economía del desarrollo: Un Análisis histórico”, Ed. Complutense, Madrid, 1992, pág. 30 y 31
- CARRASCO DÍAZ Sergio “Metodología de la Investigación Científica”, Editorial San Marcos, Lima- Perú 2005, Pág. 275 y 276.
- Gil Estallo, María de los Ángeles, “Cómo crear y hacer funcionar una empresa: Conceptos e instrumentos”, Edit. SNM, España, 2000.
- HANSEN, A., Política fiscal y ciclo económico, Fondo de Cultura Económica, México, 1963
- HERNANDEZ Sampieri, FERNÁNDEZ Collado, BAPTISTA Lucio, Metodología de la investigación, Editorial McGraw-Hil, México, 1998, Segunda edición, Pág. 60
- HIDALGO, Antonio, “El Pensamiento Económico Sobre el Desarrollo” Edit. DEUSTO, España, 2008.
- MEIER, Gerald y SEERS, D., “Pioneros del desarrollo” Oxford University, New York - EEUU, 1984.
- Meruvia José, Cano Gimena. “Guía de productos para el desarrollo microcrédito”. Pág. 15
- MORA TOSCANO, Oliver, “Las Teorías del Desarrollo Económico: algunos postulados y enseñanzas” Ed. CENES, Colombia 2006
- RIONDA Ramírez, Jorge, “Microeconomía”, Biblioteca Virtual de Derecho, Economía y Cs. Sociales, Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006a/jirr-mic/0a.htm#>, Visitado el 2 de Mayo de 2015
- RESICO, Marcelo, “La organización económica”, Edit. Kas, EE.UU., 2012
- TAYLOR, BOGDAN “Introducción a los Métodos de Investigación” Edit. Book Print, España 2009, pág. 31
- RODRIGUEZ Francisco, BARRIOS Irina y FUENTES María, “Introducción a la metodología de las investigaciones” Edit. Política, La Habana cuba 1994, Pág. 27

- Proyectos de desarrollo “Diseño de muestras”, disponible en:
<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010039/Lecciones/CAPITULO%20II/dmuestra.htm> (visitada el 5 de mayo de 2011).

ANEXOS

En los anexos detallamos:

Las encuestas a supervisores de la empresa y también a los trabajadores de la misma, tenemos varias preguntas para las detallaremos y daremos su significado.

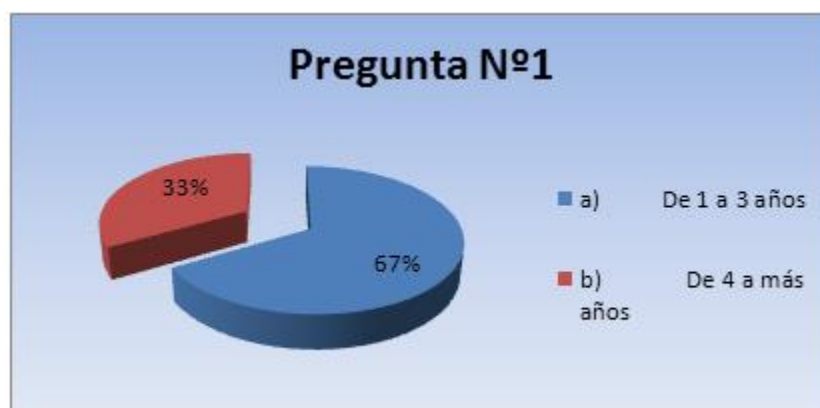
Es muy importante estas encuestas porque es para los empleados que queremos la capacitación, por ello necesitamos saber su sentir con la empresa ITECSA.

ANEXO 1, PARTE 1, PREGUNTAS DE N° 1 a N° 14

RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS DIRECTIVOS DE LA EMPRESA ITECSA

Pregunta N°1 a Directivos

Pregunta N°1		
¿Hace cuánto tiempo está establecido en la Empresa?		
	Cantidad	Porcentaje
De 1 a 3 años	2	67%
De 4 a más años	1	33%
Total porcentaje	3	100%



Análisis e interpretación.

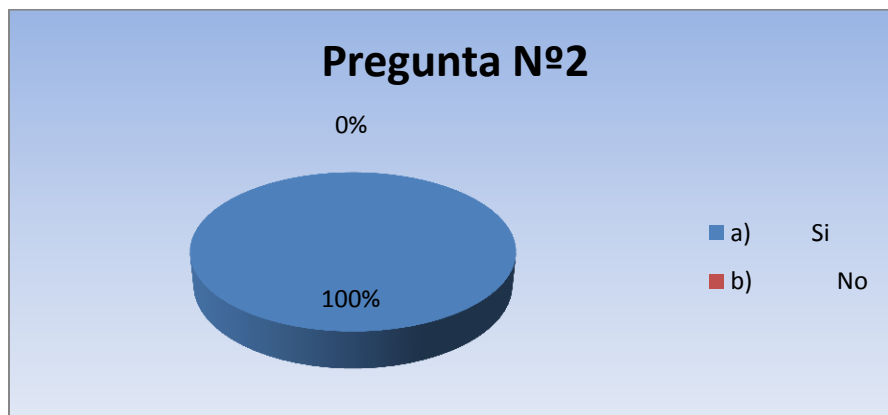
De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta a los directivos de la Empresa ITECSA. Con respecto al tiempo establecido en la empresa. Del total de 3 directivos que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área directiva de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- El 67%, menciono que el tiempo establecido en la empresa es de 1 a 3 años (empleados nuevos).
- El 33%, menciono que el tiempo establecido en la empresa es de 4 a más años (empleados antiguos).

Al contar la empresa con un porcentaje del 67% de personal nuevo que labora de entre 1 a 3 años, se evidencia la necesidad de capacitarlos para optimizar su desempeño en la empresa.

Pregunta Nº 2 a Directivos

Pregunta Nº2		
¿La Empresa, siempre se ha dedicado al rubro de las telecomunicaciones?		
	Cantidad	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
Total porcentaje	3	100%



Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta a los directivos de la Empresa ITECSA. Con respecto a que si la Empresa, siempre se ha dedicado al rubro de las telecomunicaciones.

Del total de 3 directivos que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área directiva de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- El 100 %, afirmo que la empresa ITECSA siempre estuvo dedicada al rubro de las telecomunicaciones.

Pregunta N°3 a Directivos

Pregunta N° 3		
¿Cuáles son los principales obstáculos que ha tenido la empresa para consolidarse en el mercado?		
	Cantidad	Porcentaje
Competencia	2	67%
Costos	1	33%
Tecnología	0	0%
Total porcentaje	3	100%



Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta a los directivos de la Empresa ITECSA. Con respecto a los principales obstáculos que ha tenido la empresa para consolidarse en el mercado

Del total de 3 directivos que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área directiva de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- El 67%, menciono que la competencia es el principal obstáculo que ha tenido la empresa.
- El 33%, menciono que los costos son el principal obstáculo que ha tenido la empresa.

Dichos porcentajes muestran la necesidad de establecer estrategias que permitan a la empresa consolidarse en el mercado específicamente diferenciándose de la competencia.

Pregunta Nº4 a Directivos

Pregunta Nº 4		
¿Cuáles son los productos o servicios que con mayor frecuencia provee la empresa?		
	Cantidad	Porcentaje
Ventas	0	100%
Servicios	3	0%
Asesoramiento	0	0%
TOTAL	3	100%



Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta a los directivos de la Empresa ITECSA. Con respecto a los productos o servicios que con mayor frecuencia provee la empresa.

Del total de 3 directivos que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área directiva de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- El 100%, menciono que brinda servicios en gran magnitud dentro la empresa.

Pregunta N°5 a Directivos

Pregunta 5	Análisis
¿Cuál considera que es el factor que se constituye en un obstáculo en el crecimiento de la empresa?	Tras el análisis de la pregunta que refiere a que cual es el factor que constituye un obstáculo para el crecimiento de la empresa, se pudo verificar que el capital con el que cuenta la empresa es uno de los obstáculos, y por otra parte la competencia, que aqueja a la empresa es otro factor que influye en el crecimiento de la empresa.

Pregunta N°6 a Directivos

Pregunta N° 6		
¿En términos de competitividad, que caracteriza a su empresa de otras empresas dedicadas al mismo rubro?		
	Cantidad	Porcentaje
Calidad y garantía	0	0%
Tecnología	3	100%
Costos	0	0%
TOTAL	3	100%



Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta a los directivos de la Empresa ITECSA. Con respecto a la caracterización de la empresa.

Del total de 3 directivos que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área directiva de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- El 100%, menciono que es la tecnología lo que caracteriza a la empresa. Este resultado muestra la deficiencia en cuanto a costos, calidad y garantía; aspectos sobre los que se debe trabajar para establecer a la empresa como líder en su rubro.

Pregunta N°7 a Directivos

Pregunta 7	Análisis
¿Desde su experiencia cual es el elemento fundamental para el desarrollo efectivo de su empresa?	Las respuestas brindadas en la presente pregunta muestran que la tecnología es un elemento fundamental para el desarrollo efectivo de la empresa. Así también que otro factor influyente es el capital.

Pregunta N°8 a Directivos

Pregunta N° 8		
¿Qué valor considera usted que tiene el capital humano para su empresa?		
	Cantidad	Porcentaje
Excelente	2	67%
Muy bueno	1	33%
Bueno	0	0%
TOTAL	3	100%



Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta a los directivos de la Empresa ITECSA. Con respecto al valor humano que se le da al personal de la empresa.

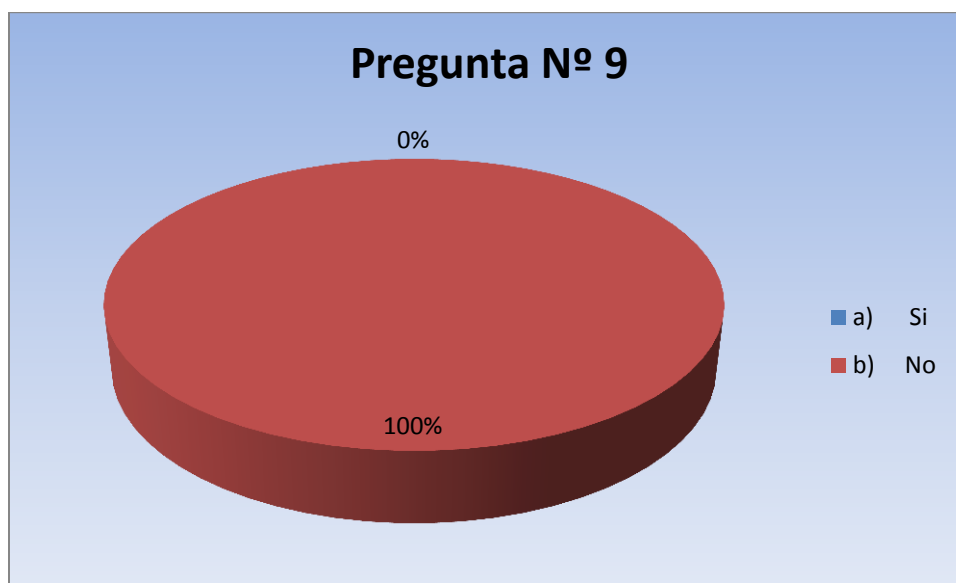
Del total de 3 directivos que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área directiva de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- El 33% de los encuestados considera como muy bueno al personal.
- El 67% de los encuestados considera como excelente al personal.

Si bien ambos porcentajes reflejan como bueno al capital humano de la empresa, la excelencia no es del 100%, razón por lo que se debe trabajar constantemente en la capacitación del personal para que con la optimización laboral de sus empleados se mejore la atención y por ende la calidad de la empresa.

Pregunta N° 9 a Directivos

Pregunta N° 9		
¿La empresa se ocupa en la capacitación, es decir paga alguna capacitación específica de su personal?		
	Cantidad	Porcentaje
a) Si	0	0%
b) No	3	100%
TOTAL	3	100%



Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta a los directivos de la Empresa ITECSA. Con respecto a que si la empresa brinda algún de capacitación en cualquiera de las áreas.

Del total de 3 directivos que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área directiva de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- El 100% de los encuestados afirma que no existe ningún tipo de capacitación.

Pregunta N°10 a Directivos

Pregunta 10	Análisis
¿Actualmente que procesos de capacitación se desarrolla en su empresa?	Bajo el enfoque de las respuestas dadas, se puede verificar que no existe ningún tipo de capacitación en la empresa, y que los motivos por que no se brinda capacitación es por la falta de tiempo, y el costo que se debe invertir.

Pregunta N°11 a Directivos

Pregunta 11	Análisis
¿Qué tipo de capacitación considera necesaria desarrollar en su empresa?	Respecto al análisis de esta pregunta, la mayoría absoluta menciona que el área de capacitación que precisa la empresa es en el área de tecnología.

Pregunta N°12 a Directivos

Pregunta 12	Análisis
¿Cuál es la limitante por la que aún no se ha desarrollado este tipo de capacitación en su empresa?	Las respuestas brindadas, en esta pregunta direccionan a que el factor que es una limitante para el desarrollo de la capacitación son los costos.

Pregunta N°13 a Directivos

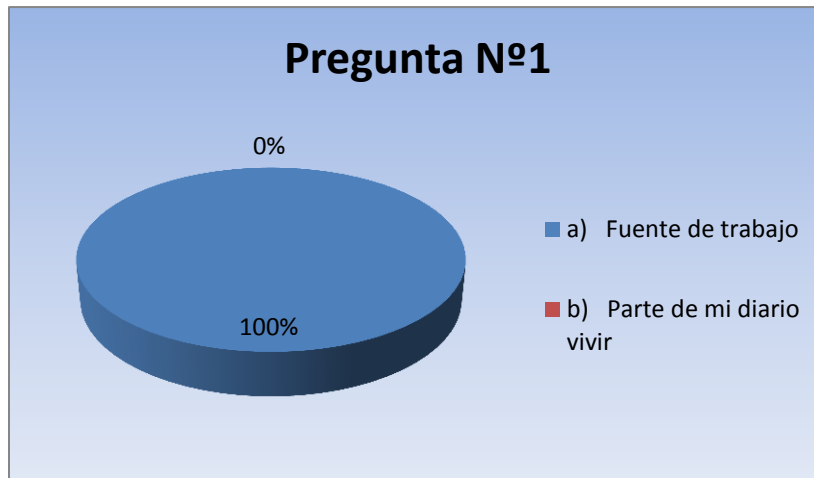
Pregunta 13	Análisis
¿Actualmente en la empresa cuantos proyectos se desarrollan exitosamente considerando como parámetro temporal una gestión efectiva?	De acuerdo a las respuestas brindadas, respecto a que si en la empresa se desarrollan proyectos considerando como parámetro temporal una gestión efectiva, la mayoría afirmo que no existe ningún proyecto en curso.

ANEXO N° 1, PARTE 2, PREGUNTAS DE 1 a 14

RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA AL PERSONAL DE LA EMPRESA ITECSA

Pregunta N°1 al Personal de la empresa

Pregunta N°1		
¿Qué es para Ud. ITECSA?		
	Cantidad	Porcentaje
a) Fuente de trabajo	12	100%
b) Parte de mi diario vivir	0	0%
TOTAL	8	100%



Análisis e interpretación.

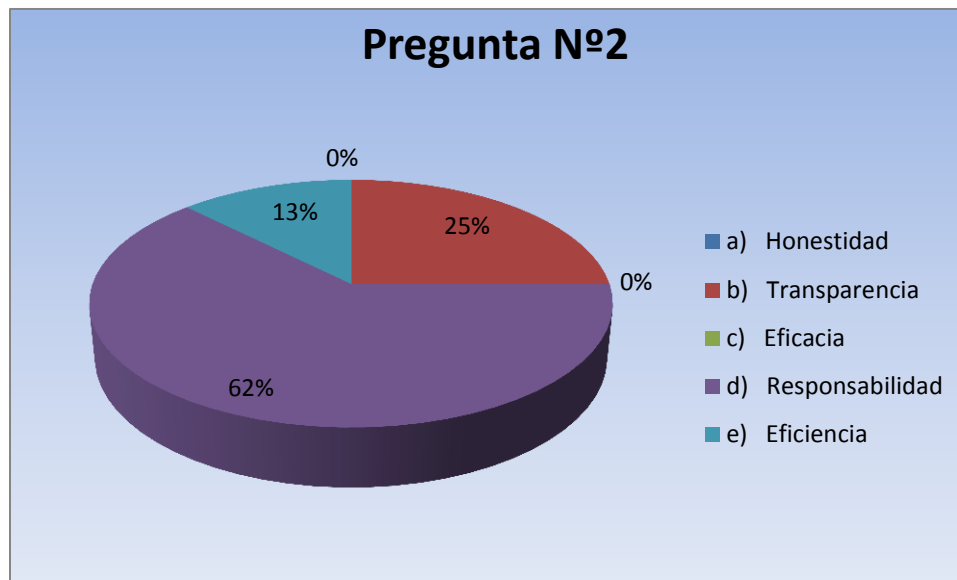
De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta al personal de la Empresa ITECSA. Con respecto a cuál es la consideración que se tiene sobre la empresa.

Del total de 12 personas que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área del personal de trabajo de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- El 100% afirmo que es una fuente de trabajo.

Este resultado muestra que el personal no se siente identificado con la empresa y la considera únicamente como una fuente de trabajo.

Pregunta N°2 al Personal de la empresa



Pregunta N°2		
¿Cuál considera el valor más importante que tiene la empresa ITECSA?		
	Cantidad	Porcentaje
a) Honestidad	0	0%
b) Transparencia	2	25%
c) Eficacia	0	0%
d) Responsabilidad	9	63%
e) Eficiencia	1	13%
TOTAL	12	100%

Análisis e interpretación:

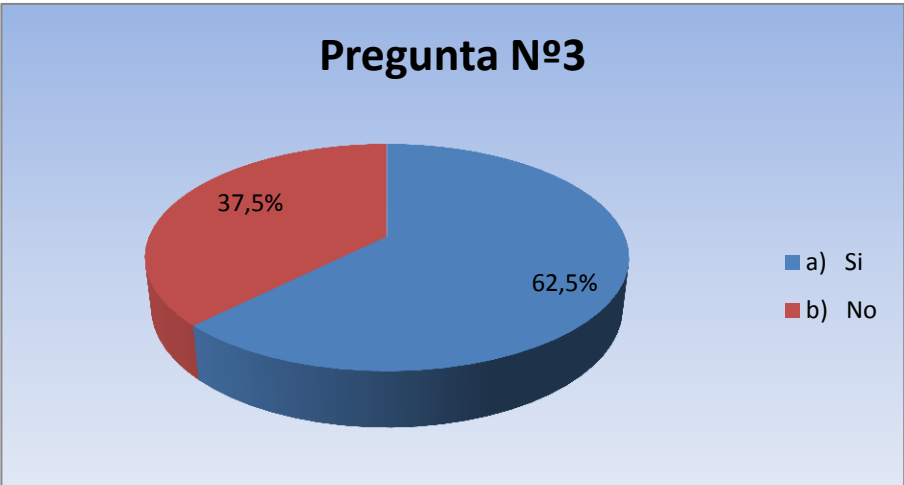
De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta al personal de la Empresa ITECSA. Con respecto al valor más importante con el que cuenta la empresa.

Del total de 12 personas que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área del personal de trabajo de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- El 62% afirmo que un valor que se maneja en la empresa es la responsabilidad.
- El 25% afirmo que un valor que se maneja en la empresa es la transparencia.
- El 13 % afirmo que un valor que se maneja en la empresa es la eficiencia.

Ningún porcentaje considero honestidad ni eficacia como valores importantes de la empresa, el porcentaje más alto es responsabilidad aspecto que ratifica la relación del empleado con la empresa únicamente como fuente laboral.

Pregunta N°3 al Personal de la empresa



Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta al personal de la Empresa ITECSA. Con respecto a que si en la empresa se realiza el trabajo en equipo.

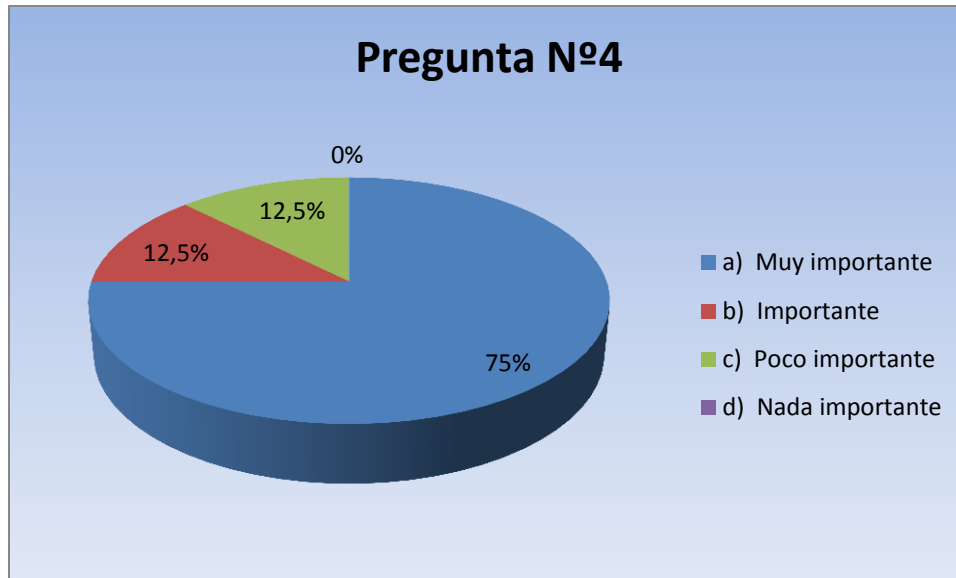
Del total de 12 personas que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área del personal de trabajo de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- El 75% afirmo que efectivamente en la empresa SI se desarrolla el trabajo en equipo. Porque se aprende mejor y se brindan apoyo mutuo.
- El 25% afirmo que en la empresa NO se desarrolla el trabajo en equipo. Porque desempeñan mejor sus funciones individualmente.

Aunque el porcentaje más alto indica que si se realiza trabajo en equipo en la empresa, el porcentaje restante indica que no debido al individualismo, por lo que se debe trabajar en las relaciones interpersonales entre miembros de la empresa ITECSA.

Pregunta N°4 al Personal de la empresa

Pregunta N°4		
¿En su criterio que tan importantes son usted y sus compañeros para su superior?		
	Cantidad	Porcentaje
a) Muy importante	10	75%
b) Importante	1	13%
c) Poco importante	1	13%
d) Nada importante	0	0%
TOTAL	12	100%



Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta al personal de la Empresa ITECSA. Con respecto a que si en la empresa se realiza el trabajo en equipo.

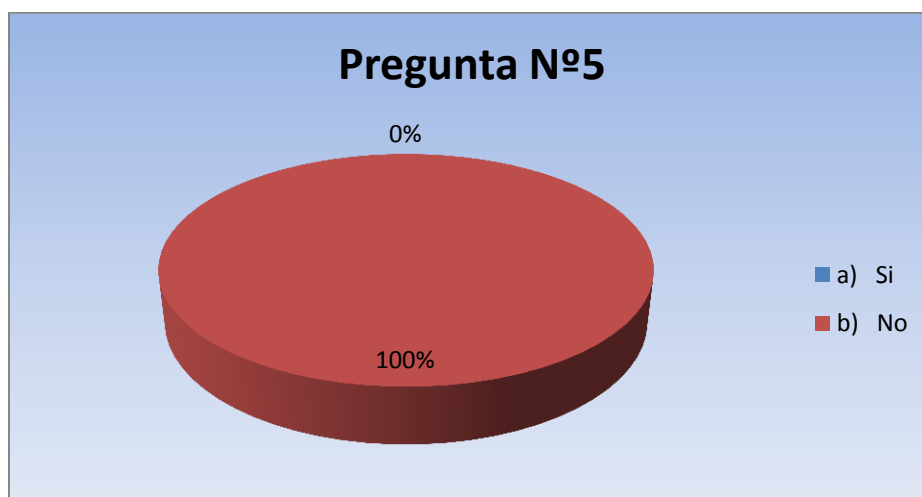
Del total de 12 personas que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área del personal de trabajo de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- El 75% afirmo que son de muy importante magnitud para los superiores de la empresa.
- El 12,5% afirmo que son de importante magnitud para los superiores de la empresa.
- El 12,5% afirmo que son de poca importante magnitud para los superiores de la empresa.

Los resultados encontrados con la presente pregunta muestran la importancia del rol que cumplen el personal de la empresa, esto lleva a deducir que se tienen una motivación desde el punto de vista laboral.

Pregunta N°5 al Personal de la empresa

Pregunta N°5		
¿Usted actualmente desarrolla actividades de capacitación y actualización?		
	Cantidad	Porcentaje
a) Si	0	0%
b) No	12	100%
TOTAL	12	100%



Análisis e interpretación.

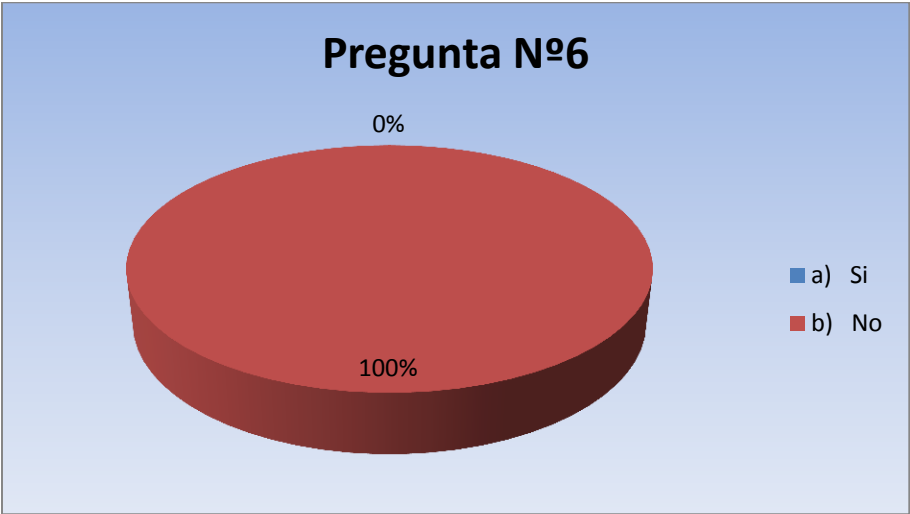
De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta al personal de la Empresa ITECSA. Con respecto al desarrollo actual de capacitación y actualización.

Del total de 12 personas que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área del personal de trabajo de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

Todo es posible que el personal desconozca de la existencia y el manejo de equipos de nueva tecnología en su rubro debido a la falta de información y capacitación en el tema.

Pregunta N°6 al Personal de la empresa

Pregunta N°6		
¿La capacitación que desarrollara serán temas específicos de la empresa y su desempeño laboral?		
	Cantidad	Porcentaje
a) Si	0	0%
b) No	12	100%
TOTAL	12	100%



Análisis e interpretación.

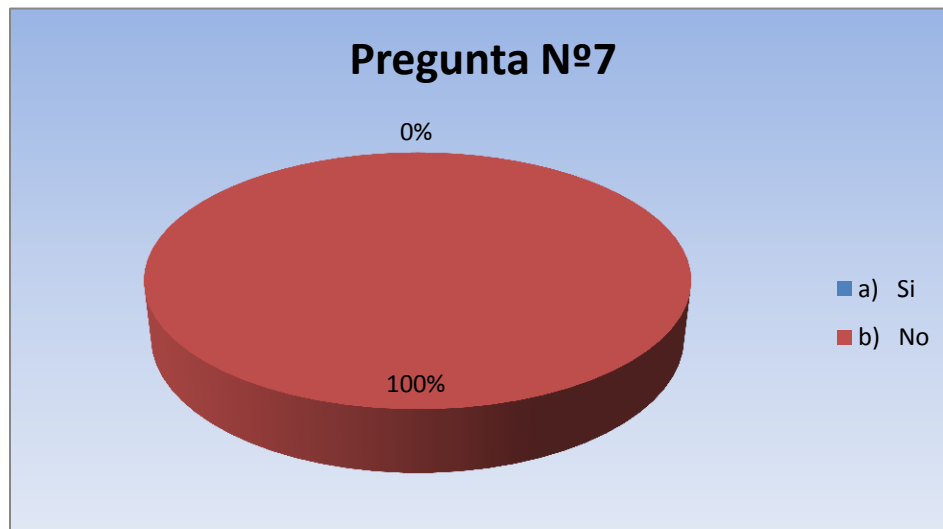
De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta al personal de la Empresa ITECSA. Con respecto al desarrollo de temas específicos de la empresa y su desempeño laboral.

Del total de 12 personas que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área del personal de trabajo de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- El 100% afirmo que no se desarrolla capacitación ni en temas específicos de la empresa ni en el desempeño laboral; esto debido a que no se realizan capacitaciones en la empresa.

Pregunta N°7 al Personal de la empresa

Pregunta N°7		
¿La empresa se ocupa en su capacitación, es decir paga alguna capacitación específica de su personal?		
	Cantidad	Porcentaje
a) Si	0	0%
b) No	12	100%
TOTAL	12	100%



Análisis e interpretación.

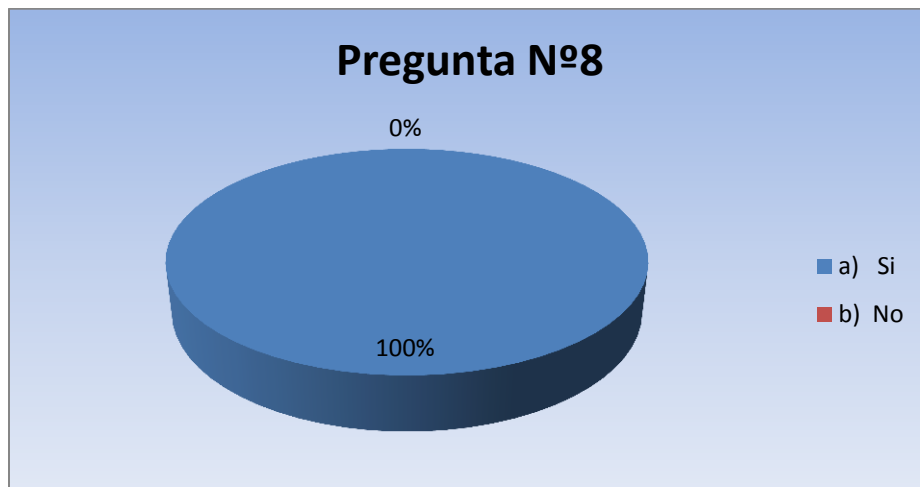
De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta al personal de la Empresa ITECSA. Con respecto a que si la empresa se ocupa de algún tipo de capacitación para el personal.

Del total de 12 personas que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área del personal de trabajo de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- El 100% afirmo que no existe algún tipo de capacitación por lo tanto la empresa no realiza ningún tipo de pago para el mismo.

Pregunta N°8 al Personal de la empresa

Pregunta N°8		
¿Tiene opción de hacer sugerencias o dar ideas innovadoras hacia sus superiores?		
	Cantidad	Porcentaje
a) Si	12	100%
b) No	0	0%
Total porcentaje	12	100%



Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta al personal de la Empresa ITECSA. Con respecto a la predisposición en dar ideas innovadoras hacia sus superiores.

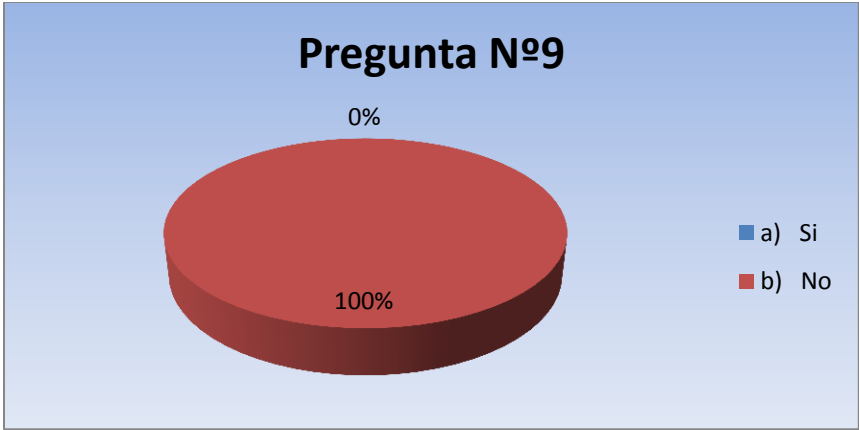
Del total de 12 personas que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área del personal de trabajo de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- El 100% afirma si tener la posibilidad, de brindar ideas innovadoras a sus superiores.

Este aspecto es de suma importancia, ya que al tener esta posibilidad los empleados pueden aportar en el desarrollo y crecimiento de la empresa con ideas actualizadas e innovadoras.

Pregunta N°9 al Personal de la empresa

Pregunta N°9		
¿Puede tomar decisiones sin tener que consultar con su supervisor?		
	Cantidad	Porcentaje
a) Si	0	0%
b) No	12	100%
TOTAL	12	100%



Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta al personal de la Empresa ITECSA. Con respecto a que si se puede tomar decisiones sin consultar al supervisor de la empresa.

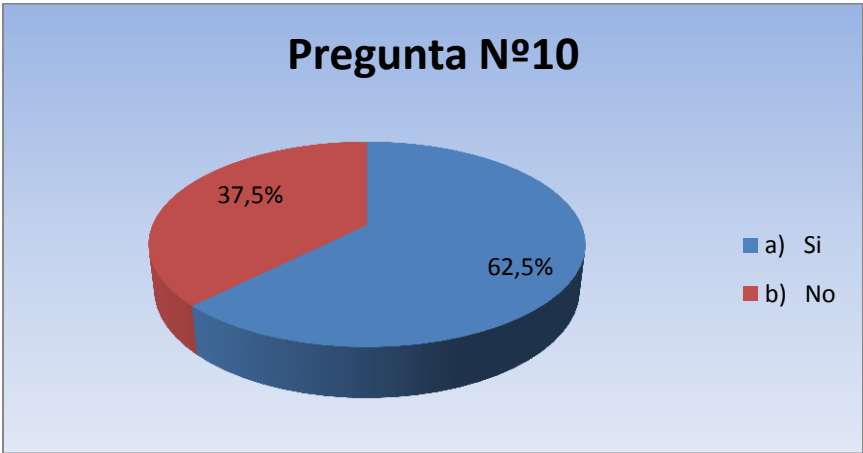
Del total de 12 personas que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área del personal de trabajo de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- El 100% afirma No, poder tomar decisiones sin la autorización de un superior.

Las respuestas muestran que para la toma de decisiones necesariamente se debe realizar la consulta a un supervisor, aspecto que indica que toda actividad tiene control en su ejecución, esto afirma que la administración de la empresa es en forma vertical dando como resultado demoras en la ejecución de instalaciones, debido a que necesariamente se precisa una autorización, esto lleva a que en la presente propuesta se plantee determinar responsabilidades según jerarquía y cargo que tenga en personal de la empresa.

Pregunta Nº10 al Personal de la empresa

Pregunta Nº10		
¿Recibió Ud. Algún incentivo por haber tenido un buen desempeño o por demostrar conocimientos actualizados?		
	Cantidad	Porcentaje
a) Si	12	100%
b) No	0	0%
Total porcentaje	12	100%



Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta al personal de la Empresa ITECSA. Con respecto a que si recibió en alguna ocasión un incentivo por un buen trabajo.

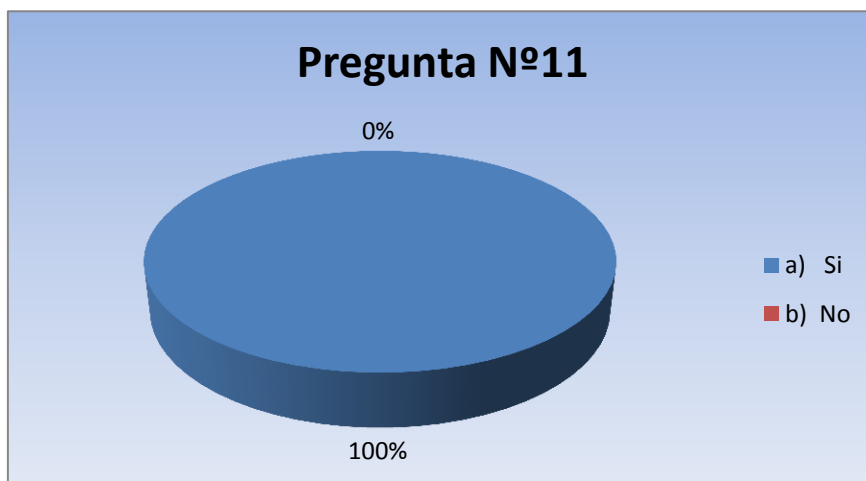
Del total de 12 personas que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área del personal de trabajo de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- El 62,5% afirma SI fue recompensado con algún incentivo, por el buen desempeño laboral.
- El 37,5% afirma No, haber sido recompensado con algún incentivo, por el buen desempeño laboral.

El mayor porcentaje mostrado afirma que fue recompensado por su desempeño o conocimientos actualizados, por lo que el incentivo en estos empleados debe motivar al otro porcentaje que no ha sido aún recompensado para un desenvolvimiento más óptimo en la empresa.

Pregunta Nº11 al Personal de la empresa

Pregunta Nº11		
¿Cree que su trabajo es valorado, reconocido y bien compensado por su institución y sus superiores?		
	Cantidad	Porcentaje
a) Si	8	100%
b) No	0	0%
Total porcentaje	8	100%



Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta al personal de la Empresa ITECSA. Con respecto al reconocimiento que se le da a la labor que desempeña.

Del total de 12 personas que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área del personal de trabajo de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

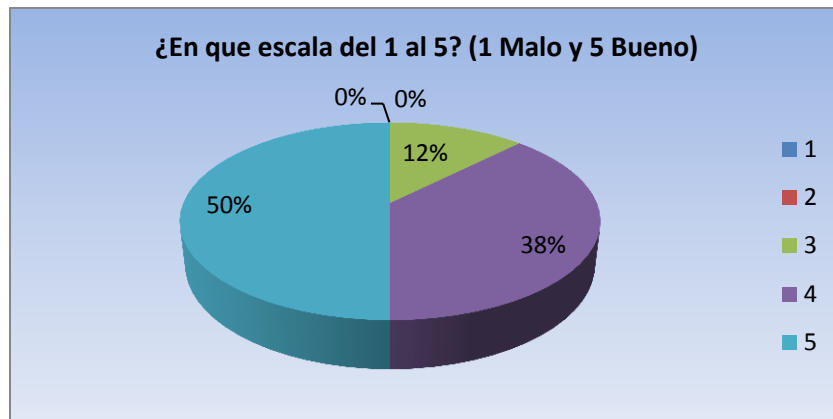
- El 100% afirma que Si, es reconocido y bien compensado en el trabajo que desempeña en la empresa.

Las respuestas brindadas en la presente pregunta, merecen un análisis profundo necesario ya que la valoración del trabajo muestra la conformidad del personal de la empresa.

Pregunta N°11.1 al Personal de la empresa

Pregunta N°11		
¿Cree que su trabajo es valorado, reconocido y bien compensado por su institución y sus superiores?		
	Cantidad	Porcentaje
a) Si	8	100%
b) No	0	0%
Total porcentaje	8	100%

Pregunta N° 11.1		
¿En qué escala del 1 al 5? (1 Malo y 5 Bueno)		
	Cantidad	Porcentaje
1	0	0%
2	0	0%
3	1	13%
4	3	38%
5	4	50%
Total porcentaje	8	100%



Análisis e interpretación.

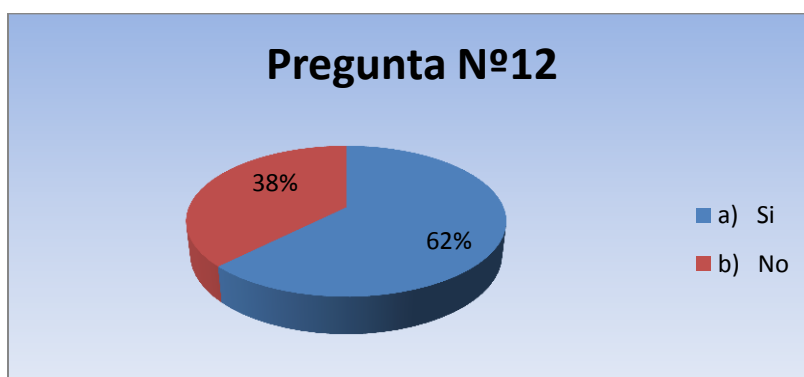
De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta al personal de la Empresa ITECSA. Con respecto a la escala de 1 al 5, y el reconocimiento ponderado.

- El 13% menciona que tienen una ponderación de 3, respecto al reconocimiento que se le da.
- El 38% menciona que tienen una ponderación de 4, respecto al reconocimiento que se le da.
- El 50% menciona que tienen una ponderación de 5, respecto al reconocimiento que se le da.

Bajo los resultados, se puede apreciar que la mitad de la población encuestada, que es bien reconocido el trabajo que se desarrolla, sin embargo con la presente propuesta se pretende alcanzar un porcentaje mayor de personal que determine que se trabajo está bien valorado.

Pregunta N°12 al Personal de la empresa

Pregunta N°12		
¿Conoce cuál es la sanción por el incumplimiento de sus funciones?		
	Cantidad	Porcentaje
a) Si	9	62,50%
b) No	3	37,50%
TOTAL	12	100,00%



Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta al personal de la Empresa ITECSA. Con respecto al conocimiento que tiene en caso del incumplimiento de sus funciones.

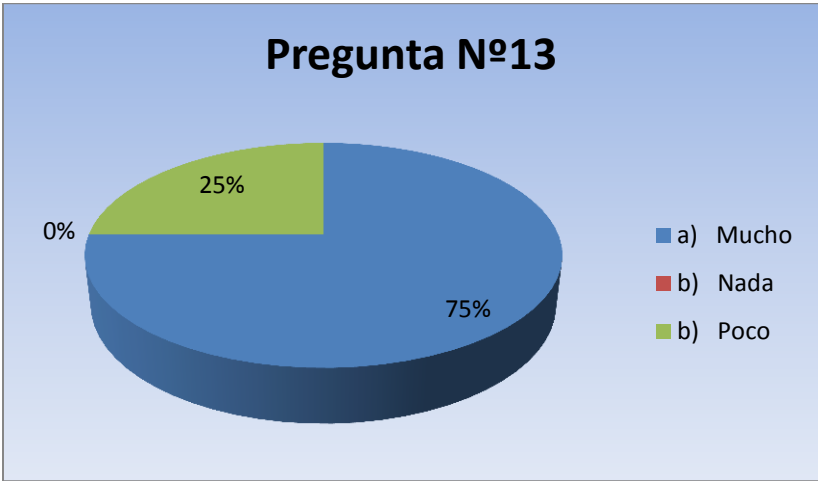
Del total de 12 personas que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área del personal de trabajo de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- El 62,5% afirma Si, tener conocimiento acerca de las sanciones por el incumplimiento de sus funciones.
- El 37,5% afirma No, tener conocimiento acerca de las sanciones por el incumplimiento de sus funciones.

El conocimiento de las sanciones debe ser conocido al 100% por parte del personal, una vez más se demuestra la organización en vertical, y como respuesta de solución la presente propuesta plantea una administración horizontal, esto con el fin de que se puede socializar las normativas de la empresa, por ejemplo que un inmediato superior de cada personal pueda hacerse cargo automáticamente de socializar las instrucciones a su subordinado.

Pregunta N°13 al Personal de la empresa

Pregunta N°13		
¿En qué medida puede incrementar la eficiencia en su trabajo un proceso de capacitación específica?		
	Cantidad	Porcentaje
a) Mucho	10	75%
b) Nada	0	0%
b) Poco	2	25%
TOTAL	12	100%



Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta al personal de la Empresa ITECSA. Con respecto a que si el desarrollo de una capacitación puede incrementar la eficiencia de su trabajo.

Del total de 12 personas que vienen a ser el 100% de la población encuestada respecto al área del personal de trabajo de la empresa, se tienen los siguientes resultados:

- El 75% afirma que sería de mucho beneficio la presencia de algún tipo de capacitación para incrementar la eficiencia en su trabajo.
- El 25% afirma que sería de poco beneficio la presencia de algún tipo de capacitación para incrementar la eficiencia en su trabajo.

El mayor porcentaje expresa su interés por una capacitación para incrementar su eficiencia en la empresa, un menor porcentaje no muestra interés por participar en la misma.

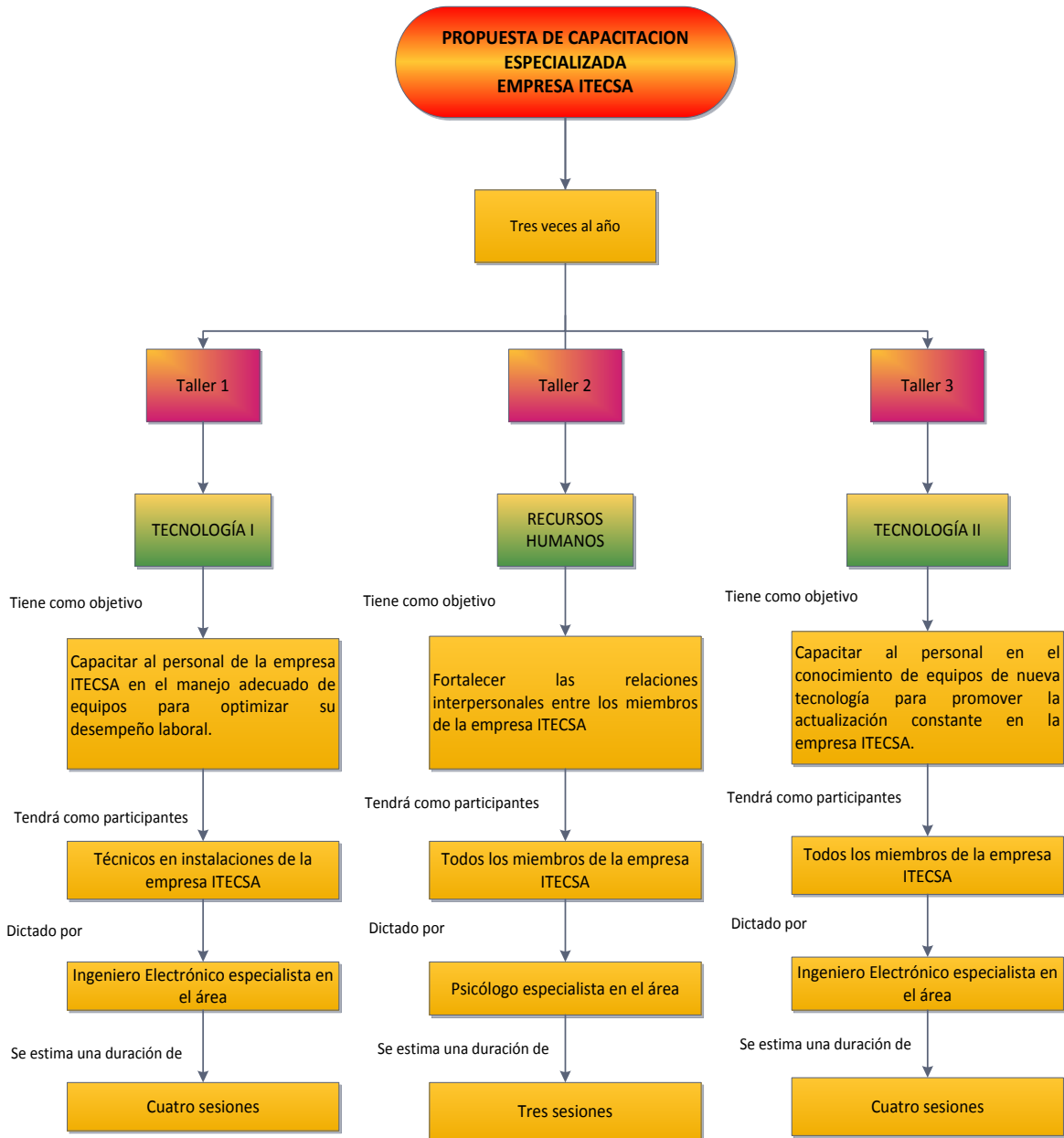
PREGUNTA N°14 al personal de la empresa.

Están dispuesto a contribuir con la empresa después de la capacitación?

La mayoría respondió que están dispuestos por que les es muy beneficioso al practicarlo en nuestra empresa como también para su propio record de trabajo.

ANEXO 2

ESQUEMATIZACIÓN DE LA PROPUESTA DE CAPACITACIÓN ESPECIALIZADA EMPRESA ITECSA



Fuente.- Elaboración propia 2015