



Análisis sobre el plan estratégico corporativo de la Constructora MAJA & Asociados en la ciudad de
Medellín en el año 2022

Tatiana Agudelo Gallego

Jaime Andrés Manrique Betancur

Alejandra Murillo Loaiza

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Administración de Empresas

Noviembre de 2022

Análisis sobre el plan estratégico corporativo de la Constructora MAJA & Asociados en la
ciudad de Medellín en el año 2022

Tatiana Agudelo Gallego

Jaime Andrés Manrique Betancur

Alejandra Murillo Loaiza

Monografía Presentado como requisito para optar al título de Administrador de Empresas

Asesor(a)

Eduardo Nicolás Cueto Fuentes

Magister en Economía

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Administración de Empresas

Noviembre de 2022

Agradecimientos

Agradecemos en primer lugar a Dios por permitirnos formarnos como profesionales y personas, por ser quienes somos hoy, por ser nuestra guía, fuerza y luz.

De igual manera agradecemos a la constructora MAJA & Asociados, por darnos la confianza, el tiempo y la oportunidad para desarrollar el trabajo de grado y aplicar los conocimientos adquiridos dentro de su empresa.

Al docente Eduardo Nicolás Cueto, magister en economía y asesor de la presente investigación, agradecemos su apoyo y paciencia, además de su conocimiento para guiarnos en la realización de este trabajo.

A la Universidad Minuto de Dios y a todos los docentes que participaron en nuestra formación, gracias por compartir todo su conocimiento.

Agradecemos de manera especial a nuestras familias por acompañarnos en este camino, por brindarnos su apoyo incondicional para cumplir nuestro anhelado objetivo de ser profesionales, gracias por impulsarnos a cumplir nuestras metas, gracias por todas las palabras de aliento y por ser nuestro soporte

Contenido

Lista de tablas	7
Lista de figuras	8
Lista de anexos	10
Resumen	11
Abstract.....	12
Introducción.....	13
1 Planteamiento del problema	14
• Construcción del grupo focal	15
• Grupo focal a través de las ideas	15
• Tamizaje	16
• Matriz EFI Constructora MAJA	17
2 Objetivos	21
2.1 Objetivo General	21
2.2 Objetivos Específicos.....	21
3 Justificación.....	22
4 Marco Referencial.....	24
4.1 Marco Conceptual.....	24
4.2 Marco Contextual	26
• Internacional	26
• Nacional	28
• Local	31
4.3 Marco Legal.....	35
4.4 Marco Teórico	42
5 Diseño Metodológico.....	46
• Línea de investigación institucional	46
• Eje temático	46
• Enfoque de la investigación	46
• Diseño	47
• Alcance	47
• Población.....	47
• Tamaño de la muestra	47

• Fuentes técnicas, instrumento de recolección de información.....	48
• Análisis y tratamientos de datos.....	48
6 Resultados.....	48
7 Conclusiones	69
8 Referencias.....	70
Anexos.....	77

Lista de tablas

Tabla 1. Fortalezas y debilidades. Fuente: Elaboración propia con información del grupo focal.	16
Tabla 2. Tamizaje de las fortalezas y debilidades. Fuente: Elaboración propia con información del grupo focal.	17
Tabla 3. Matriz de promedios del grupo focal. Fuente: Elaboración propia con base a la información del grupo focal	18
Tabla 4. Matriz EFI para la constructora MAJA. Fuente: Elaboración propia con base a la información del grupo focal.	19

Lista de figuras

Figura 1. Elementos principales de la misión, visión y valores. Elaboración propia.....	48
Figura 2. Conocimiento de los elementos principales de la misión, visión y valores según el cargo. Elaboración propia.....	49
Figura 3. Conocimiento de las principales áreas de la empresa. Elaboración propia.....	50
Figura 4. Conocimiento de las principales áreas de la empresa según el cargo. Elaboración propia. .	50
Figura 5. Proceso a seguir en las acciones del proyecto de la empresa. Elaboración propia.....	51
Figura 6. Conocimiento de los procesos a seguir en las acciones del proyecto de la empresa según el tiempo laborado en la empresa. Elaboración propia.	521
Figura 7. Asumir prioridades para cumplir con los objetivos y demandas de proyectos de la empresa. Elaboración propia.....	52
Figura 8. Asumir prioridades para cumplir con los objetivos y demandas de proyectos de la empresa según el cargo. Elaboración propia.....	54
Figura 9. Coordinación eficiente en la asignación de recursos. Elaboración propia.	55
Figura 10. Coordinación eficiente en la asignación de recursos según el cargo. Elaboración propia. .	56
Figura 11. Administración de tiempo y prioridades en relación a los proyectos de la empresa. Elaboración propia.....	57
Figura 12. Administración de tiempo y prioridades en relación a los proyectos según el tiempo laborado en la empresa. Elaboración propia.....	58
Figura 13. Percepción de afectación del plan estratégico corporativo debido al covid 19. Elaboración propia.....	59
Figura 14. Percepción de afectación al plan estratégico corporativo debido al covid 19 según el cargo. Elaboración propia.....	60
Figura 15. Recomendación de la empresa a familia y amigos. Elaboración propia.....	61
Figura 16. Recomendación de la empresa a familia y amigos según el género. Elaboración propia. .	62
Figura 17. Acciones para realizar un informe dentro de cada una de las áreas. Elaboración propia...	63

Figura 18. Conocimiento de las acciones para realizar un informe dentro de cada una de las áreas según el cargo. Elaboración propia.....	64
Figura 19. Establecimiento de metas a corto, mediano y largo plazo. Elaboración propia.....	65
Figura 20. Establecimiento de metas a corto, mediano y largo plazo según el cargo. Elaboración propia.....	66
Figura 21. Ajustes al plan estratégico corporativo debido a la pandemia. Elaboración propia.	67
Figura 22. Ajustes al plan estratégico corporativo debido a la pandemia de acuerdo al cargo. Elaboración propia.....	68

Lista de anexos

Anexo 1. Encuesta. Elaboración propia.	79
---	----

Resumen

En la investigación denominada análisis sobre el plan estratégico corporativo de la Constructora MAJA & Asociados en la ciudad de Medellín en el año 2022 el problema abordado es la ausencia de una dirección estratégica definida, por lo tanto no cuentan con una formulación de estrategias y proyectos que ayuden a conseguir sus objetivos a corto y largo plazo, el objetivo general es analizar el plan estratégico corporativo de la Constructora MAJA & Asociados para el año 2022 en la ciudad de Medellín, el enfoque de la investigación fue mixto y a través de una encuesta realizada a los colaboradores de la Constructora se pudo evidenciar varios factores internos en la empresa, con el fin de observar el cumplimiento de objetivos en la presente investigación; los resultados más relevantes en dicha encuesta fueron que la organización no cuenta un plan estratégico y los colaboradores de las áreas operativas no conocen información esencial de la empresa como la misión, la visión, ni tampoco como se realizan algunos procesos internos.

Palabras clave:

Análisis; direccionamiento; estrategias; factores; investigación.

Abstract

In the research named analysis of the corporate strategic plan of Constructora MAJA & Asociados in the city of Medellin in year 2022, the problem addressed is the absence of a defined strategic direction, therefore they do not have a formulation of strategies and projects that help achieve their short and long term objectives, the general objective is to analyze the corporate strategic plan of Constructora MAJA & Asociados for the year 2022 in the city of Medellin, the research approach was mixed and through a survey conducted to the employees of the construction company, several internal factors in the company could be evidenced, in order to observe the fulfillment of objectives in this research; The most relevant results of the survey were that the organization does not have a strategic plan and the employees of the operative areas do not know essential information of the company such as the mission, the vision, nor how some internal processes are carried out.

Keywords:

Analysis; direction; strategies; factors; research.

Introducción

A través de la historia de la economía se ha observado que en gran proporción el sector constructor ha jugado un papel bastante importante en la dinamización en cada uno de los países de todo el mundo; Este sector en Colombia no es la excepción, ha tenido muchos avances y ha generado un impacto significativo en su economía nacional, además de ser considerado también como buena fuente de generación de empleo, según el DANE (2022), afirma que este sector presenta cambios de tendencias positivas, aún más en plena pandemia generada por el Covid-19, al cese de actividades y al paro Nacional, a este sector el gobierno nacional le apuesta a seguir siendo el dinamizador de la economía.

A pesar de lo anterior, los empresarios colombianos han debido tomar medidas administrativas de replantear sus estrategias y planes de acción, por lo que el análisis sobre el plan estratégico corporativo de la Constructora MAJA en la ciudad de Medellín en el año 2022 pretende identificar los componentes de un plan estratégico que permita visualizar la posición inicial de la constructora MAJA, para poder definir las estrategias y la ruta con el fin de lograr los objetivos planteados.

Esta investigación utilizará investigación primaria que será recolectada por medio de encuestas y también será utilizada investigación secundaria recolectada a través de consultas en bases de datos, artículos, libros, que permitan ampliar el marco referencial de la investigación.

Lo anterior se realiza para diagnosticar la condición de la línea base sobre el plan estratégico corporativo de MAJA y hacer un análisis propositivo que permita robustecer el comportamiento estratégico de la organización.

1 Planteamiento del problema

La constructora MAJA no tiene una dirección estratégica definida por lo tanto no cuentan con una formulación de estrategias y proyectos que ayuden a conseguir sus objetivos a corto y largo plazo, además que se encuentra en un mercado competitivo y cambiante a nivel nacional, sobre de todo a raíz de la emergencia sanitaria mundial en que la humanidad aún está viviendo.

Desde el inicio de la pandemia en el año 2020, la constructora MAJA no se ha enfocado en definir una dirección estratégica sólida, debido a todas las dificultades en la que el sector construcción en Colombia ha estado expuesto.

Este problema se presenta en la dirección general y por lo tanto influye en las demás áreas de la empresa y sus colaboradores, al no estar encaminados al cumplimiento de un mismo objetivo.

El diseño de un plan estratégico para la Constructora MAJA definirá esa ruta que la encamine a cumplir con sus objetivos, conocer su situación actual y del entorno donde desempeña sus actividades que corresponde al área metropolitana y el oriente Antioqueño, por ende, incrementando los niveles de calidad prestados a sus clientes.

En la investigación denominada Análisis sobre el plan estratégico corporativo de la Constructora MAJA se utilizará la lógica de la matriz EFI para identificar el problema central, Según (Sánchez et al., 2020) la matriz EFI consiste en “La matriz de evaluación de factores internos es un instrumento que evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio.”

Para aplicar la matriz EFI es importante tener en cuenta, los siguientes procesos:

- **Construcción del grupo focal**

Se construye grupo focal con el gerente, administradora y abogado desde el área administrativa y el ingeniero como parte del área de proyectos.

- **Grupo focal a través de las ideas**

Se identifican 12 las debilidades y 12 fortalezas más importantes de la empresa.

Tabla 1

Fortalezas y debilidades

Fortalezas	Debilidades
Al empezar con un nuevo contrato se le cumple al cliente al 100%.	La comunicación interna en la compañía.
Se contrata personal idóneo para cada función de la constructora.	En ocasiones hay malos entendidos con el cliente, los planos arquitectónicos se toman demasiado tiempo por tantos cambios que se realizan y no estos no quedan estipulados en el contrato.
Se contratan pólizas de seguros para dar garantía, confianza y tranquilidad al cliente	Se cobra precios muy por debajo del promedio en el mercado.
El servicio entregado cumple las expectativas del cliente	Falta de planeación empresarial.
La constructora es muy responsable con el cumplimiento del contrato con cada cliente.	Se pueden alargar fechas de entrega con el contrato por cambios decisivos del cliente y no queda evidenciados.
Personas idóneas para cada función.	El tema de contratación del personal hay que fortalecerlo.
La calidad del diseño supera las expectativas de los clientes a diferencia de otras constructoras, por lo que terminan contratando con la constructora MAJA.	En ocasiones el cliente llega a un grado alto de confianza en que exigen más por menos precio.
Honestidad en tema de presupuestos.	No se realiza una planeación anual estratégica y administrativa
Maneja una excelente planificación de obra	En la ruta de planificación, faltan lineamientos para poder ejecutar de manera completa, en ocasiones tareas y funciones no quedan evidenciadas.

Seriedad en la propuesta	En ocasiones no hay buena comunicación al interior y exterior de la empresa.
Seriedad en la ejecución.	Llevar un mejor orden en la parte legal.
Cumplimiento y garantía respaldado del contrato firmado	Se habla y se le realiza solicitudes al cliente que no van en el contrato.
Siempre se le cumple el contrato al pie de la letra al cliente.	Mejorar la comunicación interna en la organización.
Se contrata personal idóneo para cada función dentro de la constructora.	Se requiere una mayor planeación del área de compras
Se ha ido organizando más como empresa con el transcurso del tiempo	No hay oficinas administrativas ni sucursales de la empresa
Cuentan con contratos firmados que empiezan dentro de un año	No cuentan con una página web

Tabla 1. Fortalezas y debilidades. Fuente: Elaboración propia con información del grupo focal.

- **Tamizaje**

Una vez identificado las fortalezas y debilidades de la empresa, se realiza tamizaje de las fortalezas y debilidades más frecuentes.

Tabla 2

Tamizaje de las fortalezas y debilidades

Fortalezas	Debilidades
Se le cumple al cliente con el 100% del contrato firmado.	La comunicación interna y externa en la constructora MAJA.
Se contrata personal idóneo para cada función y área de la empresa.	Se realizan solicitudes a los clientes que no van en el contrato y tampoco quedan evidenciadas.
Seriedad en la planificación, control y ejecución en los contratos.	Se pueden alagar fechas en el cumplimiento del contrato, porque el cliente decide realizar cambios en el diseño.
Se contratan pólizas de seguro de seguros para dar garantía, confianza y tranquilidad al cliente.	No hay un orden robusto en la parte legal de la empresa.
Los diseños arquitectónicos superan las expectativas de los clientes al compararlos con las demás constructoras.	No cuentan con un plan estratégico corporativo

Tabla 2. Tamizaje de las fortalezas y debilidades. Fuente: Elaboración propia con información del grupo focal.

- **Matriz EFI Constructora MAJA**

A continuación, se construirá la matriz EFI de la constructora MAJA, con base a las fortalezas y debilidades dadas por el grupo focal.

Se muestra la Tabla 3 con los conceptos emitidos por el grupo focal.

Tabla 3*Matriz de promedios del grupo focal*

Factores Internos Claves	Importancia Ponderación					Clasificación Evaluación				
	Gerente	Administradora	Ingeniero	Abogado	Ponderación	Gerente	Administradora	Ingeniero	Abogado	Ponderación
Fortalezas										
Se le cumple al cliente con el 100% del contrato firmado.	15%	12%	15%	15%	14%	4	4	4	4	4,00
Se contrata personal idóneo para cada función y área de la empresa.	12%	15%	14%	13%	14%	4	4	4	4	4,00
Seriedad en la planificación, control y ejecución en los contratos.	10%	5%	10%	8%	8%	3	3	4	3	3,25
Se contratan pólizas de seguro de seguros para dar garantía, confianza y tranquilidad al cliente.	15%	10%	8%	9%	11%	4	3	3	4	3,50
Los diseños arquitectónicos superan las expectativas de los clientes al compararlos con las demás constructoras	5%	10%	8%	5%	7%	3	3	3	4	3,25
Debilidades										
La comunicación interna y externa en la constructora MAJA.	13%	12%	10%	10%	11%	1	1	1	1	1,00
Se realizan solicitudes a los clientes que no van en el contrato y tampoco quedan evidenciadas.	5%	5%	8%	8%	7%	2	2	1	2	1,75
Se pueden alagar fechas en el cumplimiento del contrato, porque el cliente decide realizar cambios en el diseño.	5%	10%	5%	7%	7%	1	2	2	1	1,50
No hay un orden robusto en la parte legal de la empresa.	8%	6%	9%	13%	9%	1	1	1	1	1,00
No cuentan con un plan estratégico corporativo	12%	15%	13%	12%	13%	1	1	2	2	1,50
Total	100%	100%	100%	100%						

Tabla 3. Matriz de promedios del grupo focal. Fuente: Elaboración propia con base a la información del grupo focal

Tabla 4

Matriz EFI para la constructora MAJA

Factores Internos Claves			
Fortalezas	Importancia Ponderación	Clasificación Evaluación	Valor
Se le cumple al cliente con el 100% del contrato firmado.	14%	4,00	0,57
Se contrata personal idóneo para cada función y área de la empresa.	14%	4,00	0,54
Seriedad en la planificación, control y ejecución en los contratos.	8%	3,25	0,27
Se contratan pólizas de seguro de seguros para dar garantía, confianza y tranquilidad al cliente.	11%	3,50	0,37
Los diseños arquitectónicos superan las expectativas de los clientes al compararlos con las demás constructoras.	7%	3,25	0,23
Debilidades	Importancia Ponderación	Clasificación Evaluación	Valor
La comunicación interna y externa en la constructora MAJA.	11%	1,00	0,11
Se realizan solicitudes a los clientes que no van en el contrato y tampoco quedan evidenciadas.	7%	1,75	0,11
Se pueden alagar fechas en el cumplimiento del contrato, porque el cliente decide realizar cambios en el diseño.	7%	1,50	0,10
No hay un orden robusto en la parte legal de la empresa.	9%	1,00	0,09
No cuentan con un plan estratégico corporativo	13%	1,50	0,20
Total	100%	24,75	2,59

Tabla 4. Matriz EFI para la constructora MAJA. Fuente: Elaboración propia con base a la información del grupo focal.

Teniendo en cuenta la matriz EFE, se observa que la mayor fortaleza de la Constructora MAJA es que se le cumple al cliente con el 100% del contrato firmado, debido a que el valor total es del 54% y

esto equivale por que la evaluación tiene un valor del 4 y la ponderación del 14%. La satisfacción del cliente es un concepto muy importante para cualquier empresa y lo expresa Pérez (2006):

“El desempeño de los productos y las expectativas de los clientes parecen ser los dos grandes determinantes de la satisfacción, y sus consecuencias se traducen en la lealtad de los clientes y, por tanto, en el incremento de la rentabilidad obtenida por las entidades”. (p.54)

Por otra parte, se observa que la debilidad la constructora MAJA es que no cuentan con un plan estratégico corporativo debido a que el valor mayor total es del 13% y esto equivale a una evaluación del 1,50 y a una ponderación del 0,20%. Por lo que, la constructora MAJA debe tener en consideración elaborar un plan estratégico corporativo, con el fin de mantenerse en un mercado competitivo; David afirma que “Las empresas que utilizan los conceptos de administración estratégica muestran una mejoría significativa en áreas como ventas, rentabilidad y productividad en comparación con las empresas que no cuentan con actividades sistemáticas de planeación”. (David, 2013, p.15).

Teniendo en cuenta lo anterior se construye la pregunta central ¿Es el plan estratégico corporativo una condición determinante para alcázar el éxito en la constructora MAJA?

2 Objetivos

2.1 Objetivo General

Analizar el plan estratégico corporativo de la Constructora MAJA para el año 2022 en la ciudad de Medellín.

2.2 Objetivos Específicos

- Identificar los elementos óptimos de un plan estratégico corporativo de una organización.
- Diagnosticar el componente estratégico de la constructora.
- Proponer alternativas de solución para la implementación del plan estratégico.

3 Justificación

La presente investigación pretende implementar un plan estratégico corporativo para la Constructora MAJA en un sector clave y dinamizador para la economía del país, una herramienta que ayude a incrementar su participación y permanencia el mercado de la construcción a nivel regional y nacional; por lo que en este apartado se enunciarán los beneficios para el sector, para la empresa, la sociedad, la universidad y para los profesionales.

Para el sector de la construcción es importante seguir con un plan estratégico ante un mercado competitivo con el fin de mantenerse activo en el mercado, los beneficios más importantes que se pueden lograr es el incremento de los ingresos a través de la generación e inversión de diferentes unidades de negocio, lograr la eficiencia de los procesos y temas de capacitación, consolidar una cultura organizacional para el todo el personal y consolidar la marca por medio de cada una de las unidades de negocio; según Lambin (2009) toda empresa debe tener una planificación formal por lo menos en tres áreas: inversiones, liquidez financiera y los procesos de producción.

Así mismo, para las empresas realizar un análisis estratégico corporativo implica preparación para alcanzar la visión que se plantea, llámese objetivos a medio y largo plazo, la empresa puede realizar una preparación interna para abordar retos que se plantean en un futuro, además de ello, se trabaja conjuntamente con todas las áreas y colaboradores, para mejorar y optimizar procesos, hacer controles internos, además capacitar, motivar y que el personal trabaje conjuntamente para el cumplimiento de estrategias, lo que sugiere para la empresa tener una ventaja competitiva. Según Fuchs, S., et al. (2022)

“Una estrategia en el contexto de la planificación estratégica es la selección de un curso de acciones que la organización debe emprender para cumplir sus objetivos, metas y, posteriormente, su misión y visión. El objetivo final de una estrategia o serie de estrategias es lograr un estado futuro deseado”

Para la sociedad es importante conocer el objetivo de la empresa y así poder generar empleo para las diferentes áreas e implicados que puedan ayudar desde su experiencia y conocimiento, aportar herramientas y conceptos para desarrollar el plan estratégico corporativo para la Constructora Maja, Según Aguilera, Puerto. (2012) los beneficios para los grupos de interés son

El aumento en las ventas puede significar: incremento en las utilidades, ampliación de la capacidad de planta, apoyo a la formación de los empleados, generación de nuevos empleos, inversión social (parques, escuelas, jornadas de salud, jornadas de capacitación, por mencionar algunas), convenios ampliados con los proveedores; todo ello en estrecha relación con la construcción de tejido social

Para la universidad es importante el análisis estratégico corporativo de la constructora MAJA, debido a que aumenta la visibilidad al agregar el número de repositorios en la biblioteca, que los estudiantes podrán encontrar bajo la universidad Minuto de Dios y además de alimentar el número de trabajos de grado, sirve para la acreditación en los programas de alta calidad, la bibliografía y conocimientos, según el ministerio de educación (2022), en los lineamientos para la acreditación en alta calidad,

El programa cuenta con recursos bibliográficos adecuados y suficientes en cantidad y calidad, actualizados y accesibles a los miembros de la comunidad académica, y promueve el contacto del estudiante con los textos y materiales fundamentales y con aquellos que recogen los desarrollos más recientes relacionados con el área de conocimiento del programa

Para los futuros profesionales, la aplicación de cada uno de los conceptos aprendidos durante la formación en el mundo real, con el fin adquirir experiencia para el ingreso al mercado laboral y emprendedor.

4 Marco Referencial

4.1 Marco Conceptual

En este apartado se mostrarán los conceptos que aborda en la presente investigación.

Según Sánchez (2015) las **empresas** son organizaciones de personas y recursos que buscan la consecución de un beneficio económico con el desarrollo de una actividad o servicio en particular cubriendo necesidades en un entorno determinado. Esta unidad productiva puede contar con una sola persona y debe buscar el lucro y alcanzar una serie de objetivos marcados en su formación, además en las empresas debe existir una adecuada administración para su correcto funcionamiento a lo largo del tiempo y según López (2019) el **proceso administrativo** es el conjunto de etapas en el orden de: planeación, organización, dirección y control; es el medio de integrar diferentes actividades para poner en marcha la estrategia empresarial. Después de definir los objetivos empresariales y formular la estrategia que la empresa pretende desarrollar, analizando el ambiente que rodea la empresa, la tarea que debe desempeñarse y la tecnología que se utilizará, así como las personas involucradas, debe administrarse la acción empresarial que pondrá en práctica la estrategia seleccionada.

Según Chiavenato (2001) Las etapas del proceso administrativo son cuatro (4) que se van a describir detalladamente cada una a continuación: la primera etapa es la **planeación**, en esta fase serán previstos los objetivos y metas que deberá cumplir la empresa y los métodos a llevar a cabo; se debe desarrollar un plan que contenga las diferentes actividades futuras que se van a realizar y dicho plan deberá implementarse en el plazo dispuesto. La segunda etapa es la **organización**, al finalizar la planeación de los objetivos y actividades futuras a realizar para lograr las metas propuestas, después es importante es distribuir cada actividad entre los diferentes grupos de trabajo que componen una empresa. Esto va a depender de las aptitudes físicas e intelectuales de cada colaborador, la finalidad de la organización es asignar un objetivo a cada área de la empresa para que pueda ser cumplido con el mínimo de gastos. La tercera etapa es la **dirección**, esta es necesaria la figura de un gerente capaz de

dirigir, tomar decisiones, instruir y ayudar a los diferentes sectores laborales. En la ejecución se busca dar el primer paso en las actividades designadas a los grupos de trabajo para que sigan realizando esas actividades de manera periódica y eficaz. Por último, la cuarta etapa es el **control**, este tiene como importancia garantizar que la empresa esté encaminada hacia el rumbo del éxito. Si bien cada función puede ser realizada al pie de la letra, eso no garantizará que la entidad se incline hacia un camino económico positivo. El control es una tarea administrativa que debe ser ejercida con profesionalidad y de forma transparente; tiene actividades que se desarrollan en una empresa que sirven para analizar sus puntos altos y los puntos bajos, con el fin de corregir o de mantener en niveles deseables.

También Chiavenato (2001) dice que la **planeación estratégica** permite establecer el quehacer y el camino que deben recorrer las organizaciones para alcanzar las metas previstas, teniendo en cuenta los cambios y demandas que impone su entorno. Los dirigentes cumplen la tarea primordial de enfrentar la incertidumbre generada por los elementos incontrolables e imprevisibles desde el ambiente de tarea y el ambiente general. Al estar al tanto de las amenazas ambientales y las oportunidades disponibles para la empresa y desarrollar estrategias para enfrentar a largo plazo estos elementos ambientales.

Las empresas venden sus artículos en un **mercado** nacional e internacional por lo que Ávila (2004) este es el lugar donde se realiza el proceso de operación de intercambio de bienes y servicios, las personas y empresas actúan como compradores y vendedores, gracias al avance de la tecnología hoy en día ya no se necesita un espacio físico para realizar este tipo de actividades; y este mercado se encuentran dos conceptos muy visibles, uno es la **oferta** que es la cantidad total de bienes y servicios que los vendedores están dispuestos a colocar a la venta en un mercado a un precio determinado y el otro concepto es la **demand**a que muestra la cantidad total de solicitudes por algún bien o servicio en específico que las personas desean comprar.

Hoy en día en un mundo globalizado Ávila (2004) cuenta que la **economía** es la ciencia que estudia la forma de administrar los recursos disponibles para satisfacer las necesidades humanas, las personas, empresas y gobiernos analizan sus decisiones en relación con la producción, distribución y consumo de los bienes y servicios. La economía tiene sus respectivos sectores los cuales son: el **sector primario** que obtiene el producto de sus actividades directamente de la naturaleza, sin ningún proceso de transformación. Como la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la caza y la pesca. El **sector secundario** son todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías. El **sector terciario** incluye todas aquellas actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía. Como ejemplos de ello tenemos el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, etc. Por último, el **sector cuaternario** es el mercado que ofrece tecnología muy especializada como el de la informática o el que corresponde a laboratorios especializados de investigación.

4.2 Marco Contextual

En este apartado se mostrarán las principales investigaciones desde el ámbito internacional, nacional y local que están en coherencia con el objeto de estudio del análisis sobre el plan estratégico corporativo de la constructora MAJA.

- ***Internacional***

En México se realizó una investigación denominada “La planeación estratégica como herramienta de toma de decisiones en la gestión empresarial de las Pymes”, el problema abordado fue la necesidad del uso e implementación de planeación en las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes), la metodología utilizada fue una investigación de campo de tipo exploratorio, Los resultados de esta investigación demuestran que las empresas no realizan planeación y se lo hacen, lo realizan de manera

informal, no está plasmado por escrito, esto conlleva a que haya una dificultad para medir la productividad y rendimiento de la empresa (Durán, M. et al,2018)

En Ecuador se realizó una investigación denominada “La planeación estratégica y su aporte al desarrollo organizacional de las microempresas”, el objetivo de la investigación es conocer si la planeación estratégica aporta al crecimiento empresarial y contribuye al crecimiento económico del país, la metodología utilizada fue los métodos descriptivo, analítico y sintético y la técnica de la encuesta, la que se realizó a 50 microempresas, Los resultados de esta investigación demuestran que la mayoría de las empresas encuestadas realizan planeación estratégica de forma empírica y el restante no realizan ningún tipo de planeación, lo que conlleva que las empresas no hayan tenido un crecimiento considerable. (Tóala, S. et al.2022)

En España se realizó una investigación denominada “La planificación estratégica como método de gestión pública: experiencias en la administración española”, el problema abordado es facilitar la comprensión y ejecución del sistema y también porque en el campo de la planificación estratégica, prácticamente no existen guías adaptadas al sector público que tengan en cuenta las diferencias existentes con el sector privado, la metodología utilizada fue desarrollada por la IGSAP para implementar un sistema de planificación estratégica y dirección por objetivos adaptado a las particularidades de las organizaciones administrativas, los resultado encontrados fueron que prácticamente no existen guías adaptadas al sector público que tengan en cuenta las diferencias existentes con el sector privado. (Sánchez, C y Ramos, B, 2020):

En México se realizó una investigación denominada “Incidencia de la planeación estratégica y la gestión en la competitividad de las empresas que ofrecen servicios turísticos en la ciudad de Oaxaca de Juárez”, en la investigación se plantean modelos metodológicos para la explicación de la competitividad a través de la planeación estratégica en Oaxaca, la metodología utilizada fue cuantitativa con cuarenta y cuatro encuestas aplicadas., Los resultados de esta investigación demuestran la planeación estratégica

incide en la competitividad empresarial, además en la gestión y puesta en marcha de planes y estrategias. (Guzmán, A., et al., 2020)

En Ecuador se realizó una investigación denominada “Plan estratégico para lograr la sostenibilidad de la escuela de conducción Sportmancar”, el objetivo de la investigación es analizar la planeación estratégica para la sostenibilidad de la escuela de conducción Sportmancar, la metodología utilizada fue transaccional no experimental, aplicación de encuesta, la que se realizó a 14 colaboradores, entre propietarios, gerentes y colaboradores, Los resultados de esta investigación demuestran que para la escuela de conducción se hace necesario elaborar un plan estratégico empresarial en el que se haga un análisis interno y externo de la empresa, para así tomar las decisiones en pro de mejorar lograr su sostenibilidad. (Robles, et al., 2020)

En España se realizó una investigación denominada “La planificación estratégica en las universidades públicas en España: un análisis de sus objetivos”, el problema abordado es tratar de responder a los nuevos retos que la sociedad y el contexto internacional les demandan asumiendo nuevos roles y misiones, la metodología utilizada es explorar si las universidades públicas españolas definen sus objetivos y estrategias para adaptarse o dar respuesta a las demandas cambiantes de la sociedad adoptando un patrón de comportamiento homogéneo («deseable») o si lo hacen de forma diferenciada, los resultados encontrados fueron que muestran que los criterios de evaluación establecidos por los gobiernos para financiar a las universidades o el protagonismo mediático adquirido por los rankings universitarios internacionales favorecen la progresiva homogenización de objetivos y estrategias en detrimento de la diferenciación. (García Aracil, A, 2013)

- **Nacional**

En Colombia se realizó una investigación en el 2016 acerca de la “minería de datos en gestión del conocimiento de pymes de Colombia”, la gestión del conocimiento es una disciplina cuyo objetivo se centra en desarrollar el conocimiento en las fases de adquisición, almacenamiento, transformación,

distribución y utilización, con la finalidad de lograr ventajas competitivas, por otra parte la minería de datos es el proceso de descubrir conocimiento útil y entendible, desde grandes bases de datos almacenados en distintos formatos, por medio de modelos inteligibles. Se realizó un software que evaluó las buenas prácticas para la gestión del conocimiento en varias pymes de distintas ciudades del país, las cuales lo usaron y se encontraron con resultados de que se está desarrollando una cantidad más elevada de buenas prácticas en Barranquilla y muy pocas en Bogotá. (Marulanda, et al., 2016)

En Colombia se realizó una investigación en el 2017 acerca de la “Gestión del talento humano en las plazas de mercado en Colombia” La metodología empleada consistió en revisar, por un lado, antecedentes de campo para rastrear el estado de la problemática a investigar en el contexto colombiano, y por otro, antecedentes teóricos para sustentar la importancia de los procesos de gestión humana dentro de las organizaciones. Se concluyó que en las plazas de mercado junto con algunas pymes en Colombia los procesos de gestión humana que se desarrollan tienen un carácter funcional y obedecen a actividades aisladas que no guardan interrelación entre ellas. De esta manera, la gestión del talento humano en las plazas de mercado y las pymes del país no logra alcanzar una perspectiva estratégica dentro de las organizaciones y aunque en teoría el ser humano ha dejado de ser considerado un recurso, este paradigma aún no se materializa en las prácticas de las organizaciones en Colombia. (Gómez, N. & González, E. 2017)

En Colombia se realizó una investigación en el 2022 acerca de un “Modelo econométrico para el análisis de la elección de modo de transporte en viajes domésticos”, donde el transporte utilizado por los colombianos para viajar a ciudades dentro del país ha tenido un incremento del 45% del año 2012 al 2016, gracias a la aparición de aerolíneas de bajo costo, por lo que el objetivo de un sistema de transporte es satisfacer la demanda mediante la provisión de una oferta adecuada que corresponda a sus exigencias. La pregunta que se hacen los administradores de las empresas de transporte terrestre y aéreo de pasajeros es: ¿Cómo satisfacer la demanda de viajes a diferentes horas del día en cada uno de

los trayectos interdepartamentales, restringidos por una operación limitada? y la respuesta es de acuerdo a la demanda en cada uno de los trayectos. Las variables tiempo, la cual incluye tiempo de acceso, de viaje y de espera, el costo la cual está compuesta por la tarifa para cada uno de los modos y la frecuencia resultaron ser significativas a la hora de elegir el modo de transporte de las personas. (Muñoz, C. et al., 2022)

En Colombia se realizó una investigación en el 2014 acerca de un “Análisis del Perfil de Innovación en un grupo de empresas colombianas” y se encontró que, con relación a la dimensión organizacional, se pueden reunir las empresas en tres grupos tomando como base la disposición de los recursos e infraestructura y el direccionamiento estratégico. El primer grupo está formado por empresas que no tienen recursos ni infraestructura y no realizan el segundo grupo está formado por empresas que no cuentan con recursos, pero poseen infraestructura y planean algunos pocos objetivos de innovación tecnológica, pero sin estar integrados a la planeación empresarial, mientras que el tercer grupo, por empresas que poseen recursos e infraestructura para administrar y poseen poca innovación tecnológica. Se utilizaron encuestas que permitieron calificar a las empresas encuestadas un perfil según los resultados de las mismas, estas al igual invierten un pequeño porcentaje de las utilidades en investigación y desarrollo. (Zartha, J. et al., 2014)

En Colombia se realizó una investigación en el 2012 acerca de “Análisis de la aplicación del sistema de costeo estándar en las empresas manufactureras colombianas” el objetivo del Sistema de Costos Estándar es disciplinar y controlar todas las actividades y operaciones llevadas a cabo en la empresa con la finalidad de mejorar los resultados. Al prever y disciplinar los costos para todas las operaciones y todas las actividades, el sistema de costos estándar exige que en todas las áreas operativas de la empresa se opere según los métodos más eficiente. La metodología que se usó fue por medio de encuestas a los directores del área correspondiente de cada una de las empresas seleccionadas; los resultados obtenidos fueron no hay claridad sobre lo que es el costeo estándar, al

igual que las aplicaciones utilizadas para el registro transaccional de los costos y los inventarios, han tenido una influencia significativa en la aplicación de prácticas equivocadas en el manejo de costos, Una parte importante de las empresas están generando una revalorización de inventarios en el momento de actualizar los costos estándar, etc. (Duque et al., 2012)

En Colombia se realizó una investigación en el 2015 acerca de los “Aportes de administración de empresas agropecuarias”. Se realiza con el apoyo de 27 Centros de Atención Universitaria (CAU) ubicados en diferentes sitios del territorio colombiano. Teniendo en cuenta que el sector agropecuario contribuye fundamentalmente en la formación de individuos capaces de transformar las comunidades, de fomentar el uso de tecnologías apropiadas y desarrollar procesos productivos novedosos en busca de desarrollo social y regional, bajo el respeto por la cultura y la naturaleza del entorno, con lo cual se puede ampliar también las posibilidades de mejoramiento económico y calidad de vida de las comunidades. Incluye diversas prácticas académicas, procesos investigativos, pasantías, acompañamiento a comunidades vulnerables, programas de educación continua en distintas áreas, para diversos grupos y públicos, asesorías, consultorías, proyectos interinstitucionales, formación para generar proyectos de emprendimiento y desarrollo empresarial; contribuyendo a la solución de problemas rurales y atiende las demandas de estudiantes del sector, que buscan capacitarse y profundizar en el conocimiento de los sistemas productivos, mercadeo y la administración de las empresas agropecuaria, siendo, un elemento crucial para el logro de la competitividad del país y el desarrollo del sector rural. (Gómez, J. & Suárez, N. 2015)

- **Local**

En Medellín se realizó una investigación denominada “El propósito del Plan Estratégico de Implementación de la Política Pública de Procesos y Medios de Comunicación Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos (MAICC) del municipio de Medellín”, el objetivo es ser un instrumento gerencial que permita proyectar las acciones y actividades a ejecutar durante los próximos

ocho años, la metodología utilizada fue de cadena de valor la cual consiste en generar una “relación secuencial y lógica entre insumos, actividades, productos y resultados en la que se añade valor a lo largo del proceso de transformación total”, los resultados encontrados fueron que permitirá programar las tareas de las diferentes dependencias involucradas en la ejecución de la política. Así mismo, proyectar los productos (parciales o definitivos) que se esperan obtener en cada año, facilitar el seguimiento del cumplimiento de las metas y guiar la toma de decisiones de manera oportuna. (Alcaldía de Medellín, 2020)

En Medellín se realizó una investigación en el 2003 acerca de “La gestión del conocimiento en las empresas de servicios Medellín”, el objetivo de esta investigación es Evaluar la incidencia que han tenido los procesos de Gestión del Conocimiento en algunas de las empresas de Medellín entre 1995 y 2001. El diseño de investigación seleccionado fue de corte no experimental. La intención fue observar el estado de algunas variables en el campo de la gestión del conocimiento, y analizar los cambios ocurridos entre dicho periodo. Se puede concluir que las empresas objeto de la muestra, aunque son empresas grandes, bien estructuradas y poseedoras de grandes capitales en sus activos tangibles, están aún en un proceso incipiente en lo referente al registro de los procesos de gestión del conocimiento. (Múnera et al., 2003)

En Medellín se realizó una investigación en el 2009 acerca de “El comunicador corporativo como sujeto político en las Pymes de Medellín”, cuyo objetivo es analizar el impacto y el accionar de los egresados del programa de Comunicación y Relaciones Corporativas como sujetos políticos en las pequeñas y medianas empresas (PYMES), ubicadas en el Municipio de Medellín entre los años 2002 a 2006, por medio de encuestas a las empresas donde se encuentran las personas egresadas en dicho periodo, los resultados se ven reflejados en el aporte que los comunicadores y relacionistas corporativas le vienen dando a la comunicación en las organizaciones estudiadas y, en particular, en el desarrollo de la imagen corporativa, la definición de mercados, el establecimiento de diferentes estrategias para

mejorar las relaciones con los públicos, en el sostenimiento de las relaciones con los clientes y en el estudio de las necesidades de los mismos y en la definición estratégica de los procesos de comunicación. (Galvis, C. & Botero, L. 2009)

En Medellín se realizó una investigación en el 2018 acerca de “Las condiciones de bienestar laboral en una empresa del sector hotelero”. Las empresas necesitan una continua atención al trabajador y su familia, y cómo ésta influye en el desempeño y productividad del trabajador. La investigación Caracterización sociodemográfica de los trabajadores de un hotel de la ciudad de Medellín (2018) pretendió diagnosticar las condiciones de vida de los trabajadores, con el fin de proponer estrategias a sus directivos en la implementación de programas de desarrollo y bienestar social laboral, que contribuyan con la calidad de vida del capital humano y sus familias y garanticen al mismo tiempo la competitividad del negocio en los nuevos modelos socioeconómicos del sector. Se utilizó la encuesta semiestructurada para la recolección de datos tanto personales, como laborales, familiares, sociales, demográficos, económicos, ambientales y de salud. Los resultados obtenidos es de una población que se ha limitado a una formación básica, se observa formación para el trabajo (técnica y tecnologías). Se capacitan solo en lo que la empresa les patrocina (inglés). La participación en grupos se destaca que hacen parte de encuentros religiosos, deportivos y académicos. Llama la atención un alto porcentaje que no participa en ninguno, situación que facilitaría el manejo de estrés, espacios de esparcimiento e incremento de bienestar. (Jiménez et al., 2018)

En Medellín se realizó una investigación en el 2018 acerca de “Implementación de tecnologías estrategia para fortalecer la productividad y competitividad de las Pymes de la confección”. La orientación del diseño metodológico de la investigación corresponde a un estudio descriptivo cuantitativo, no experimental, con toma de datos longitudinal; se trabajó con una población de 1.034 pequeñas empresas; se utilizó la encuesta estructurada como instrumento único para la recolección de la información. De acuerdo con los hallazgos se puede concluir que, en su mayoría, las Pymes ubicadas

en el sector El Hueco de la ciudad de Medellín son pequeñas empresas entre once y cincuenta empleados, además, son organizaciones aún con pocos procesos tecnificados, lo que implica que su nivel de productividad aún está muy generalizado en mano de obra horas hombre, donde los procedimientos pueden ser más lentos y con un margen de error alto. Finalmente, se concluye que invertir en tecnología para el fortalecimiento de los procesos productivos y administrativos puede convertirse en la estrategia más efectiva para que las Pymes del sector. (Córdoba, M. 2018)

En Medellín se realizó una investigación en el 2020 acerca de la “Exploración de factores que motivan a los estudiantes universitarios a crear empresas en Medellín”. Uno de los principales generadores de empleo es la creación de empresas, considerada como factor que impulsa la eficacia, la innovación, la integración y el crecimiento económico y el desarrollo social; la metodología de recolección de información para lograr el objetivo fueron los grupos focales. Es una técnica de recolección de información mediante una entrevista grupal semiestructurada a estudiante de las universidades: Instituto Tecnológico Metropolitano (ITM), la Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO) y la Universidad de Medellín. Se encontró que, para un estudiante, el papel del docente es fundamental a la hora de crear empresa. Un docente que guíe procesos emprendedores debe, preferiblemente, ser integral en el tema de emprendimiento para garantizar un desarrollo continuo en el estudiante que trascienda lo instructivo formativo y se materialice en la puesta en marcha de iniciativas; las experiencias familiares empresariales son un componente motivador, sin embargo, parece ser más influyente el entorno social, especialmente el apoyo que brindan las unidades de emprendimiento y grupos de apoyo de las universidades. Son estas las que en gran medida jalonan decididamente el emprendimiento universitario. (Maussa, et al., 2020)

En Medellín se realizó una investigación en el 2011 acerca de la “Evaluación de la regulación de servicios públicos domiciliarios de acueducto y electricidad”. En Colombia, las reformas basadas en las Leyes 142 y 143 de 1994, introdujeron cambios institucionales y metodológicos en la regulación

tarifaria. El esquema previo, basado en el suministro de dichos servicios en forma de monopolios, fue sustituido por una estructura abierta y competitiva; el objetivo es evaluar, a través de un contractual, cómo hubiese sido la evolución tarifaria de no presentarse la reforma de los 90's en los servicios de acueducto y electricidad. Así mismo, establecer si la regulación generó una mejora en el bienestar de los consumidores. Como resultado las reformas de mediados de los noventa introdujeron cambios institucionales y metodológicos en la regulación tarifaria. En lo institucional, la transformación más significativa fue la desaparición de la Junta Nacional de Tarifas y la creación de tres comisiones que asumieron sus funciones de regulación tarifaria en los sectores de energía, acueducto y telecomunicaciones. En lo metodológico, la regulación tarifaria se estableció bajo tres modalidades: libertad regulada, libertad vigilada y libre fijación de las tarifas. (Vélez et al., 2011)

4.3 Marco Legal

En este apartado se enunciarán un conjunto de leyes, decretos, resoluciones, normas, reglamentos y entidades que conforma todo lo relacionado para ejercer el desarrollo de la actividad comercial en el sector de la construcción.

Tabla 4

Entidades regulatorias del sector de la construcción

Entidades regulatorias del sector de la construcción			
Entidad	Objetivo	Subsector en el que incide	Enlace
Ministerio de Hacienda y Crédito Público	Asesorar al presidente y entidades del Gobierno Nacional y apoyar a otras entidades del Estado en la construcción e implementación de políticas sectoriales, territoriales y poblacionales. Incidir en la formación de opinión pública cualificada y en la toma de decisiones de los sectores público y privado. Liderar la asignación y promover el uso efectivo de los recursos de inversión pública. Promover el desarrollo y el ordenamiento territorial, y la descentralización. Promover la efectividad de las políticas y proyectos de inversión pública a partir de su seguimiento y evaluación.	Edificación e Infraestructura	https://sedeelectronica.minhacienda.gov.co/Se deElectronica/#noba ck-button
Departamento Nacional de Planeación - DNP	Diseño, orientación, coordinación, seguimiento y evaluación de las políticas de desarrollo urbano, vivienda, agua potable y saneamiento básico.	Edificación e Infraestructura	https://www.dnp.gov.co/DNPN/Paginas/default.aspx
Ministerio de Vivienda, Ciudad y Territorio	Formular, adoptar, dirigir, coordinar y ejecutar la política pública, planes y proyectos en materia de desarrollo territorial y urbano planificado del país.	Edificación e Infraestructura	http://www.MinVivienda.gov.co/
Comisión de Regulación Agua Potable y Saneamiento Básico	Regulación de monopolios en la prestación de servicios públicos para que el préstamo del servicio se dé, de manera eficiente.	Edificación e Infraestructura	https://www.cra.gov.co/seccion/inicio.html

Ministerio de Minas y Energía	Formular, adoptar, dirigir y coordinar la política en materia de generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica.	Edificación e Infraestructura	https://www.minenergia.gov.co/
ICONTEC	ICONTEC, a través de diferentes comités y equipo de trabajo, participa activamente en la definición de normas que contribuyen al crecimiento de estos sectores.	Edificación e Infraestructura	https://www.icontec.org/
Fondo Nacional de Vivienda FONVIVIENDA	Consolidación del sistema nacional de información de vivienda y ejecución de políticas del gobierno nacional en materia de vivienda VIS urbana.	Edificación	http://www.minambiente.gov.co/images/finanzas-y-presupuesto/pdf/Estados_Financieros_2010/Estados_Financieros_del_Fondo_Nacional_de_Vivienda_-_FONVIVIENDA/Segundo_Trimestre_2010_-_notas.pdf
Fondo Nacional del Ahorro - FNA	Administración eficiente de las cesantías y contribución a la solución del problema de vivienda y de educación de los afiliados.	Edificación	https://www.fna.gov.co/
Curadurías Urbanas	Verificación del cumplimiento de las normas urbanísticas y edificación vigentes en el municipio o distrito, otorgando así las licencias de construcción y de urbanización.	Edificación	Su ubicación en la web depende de la jurisdicción de la curaduría, la cual a su vez depende de la localidad y de la ciudad donde se encuentre el terreno de interés por parte del constructor.
Oficinas de Planeación	Coordinar la elaboración, ejecución y seguimiento de planes de desarrollo, coordinar la elaboración, reglamentación, ejecución y evaluación del POT.	Edificación e Infraestructura	https://www.mininterrio.gov.co/elministro/funciones/oficina-asesora-de

Secretarías de Hábitat	Formulación e implementación de políticas de hábitat que mejoren la vivienda	Edificación	https://www.habitatbogota.gov.co/transparencia/organizacion#funciones-deberes
Superintendencia de Sociedades	Contribuir a la preservación del orden público económico por medio de las funciones de fiscalización gubernamental sobre las sociedades comerciales y ejercer las facultades jurisdiccionales previstas en la ley.	Edificación e Infraestructura	https://www.superiedades.gov.co/_layouts/15/start.aspx#/SitePages/Inicio.aspx
Ministerio de Trabajo	Formular, adoptar y orientar la política pública en materia laboral que contribuya a mejorar la calidad de vida de los colombianos, para garantizar el derecho al trabajo decente, mediante la identificación e implementación de estrategias de generación y formalización del empleo	Edificación e Infraestructura	http://www.mintrabajo.gov.co/web/guest/Inicio

Fuente propia con datos de Colombia aprende.

Tabla 5

Leyes, decretos y resoluciones

Leyes, decreto y resoluciones			
Ley/ Decreto/ Resolución	Objeto	Subsector	Enlace
Ley 0061 de 1978	Ley Orgánica de Desarrollo Urbano, con el objeto de lograr condiciones óptimas para el desarrollo de las ciudades y de sus áreas de influencia en los aspectos físico, económico, social y administrativo, todo núcleo urbano con más de 20.000 habitantes deberá formular su respectivo Plan Integral de Desarrollo con base en las	Edificación e Infraestructura	https://amco.gov.co/Archivos/Otros/ley_0061_151278.pdf

	técnicas modernas de planeación urbana y de coordinación urbano-regional. Modificada por la Ley 0617 del 2000.		
Ley 0009 de 1989	Por la cual se dictan normas sobre planes de desarrollo municipal, compraventa y expropiación de bienes y se dictan otras disposiciones. El objeto de lograr condiciones óptimas para el desarrollo de las ciudades y de sus áreas de influencia en los aspectos físico, económico, social y administrativo, los municipios con una población mayor de cien mil (100.000) habitantes. Modificada por ley 002 de 1991. Modificada por la Ley 388 de 1997.	Edificación e Infraestructura	http://www.MinVivienda.gov.co/LeyesMinVivienda/0009%20-%201989.pdf
Ley 002 de 1991	Por la cual se modifica la Ley 9a. de 1989 en las Áreas Metropolitanas el plan de desarrollo expedido por la Junta Metropolitana prevalecerá sobre los planes que adoptaren los municipios que integran el área en las materias que son de competencia de las respectivas áreas. Artículos 1, 3 y 4. Derogado expresamente por el Artículo 138 de la Ley 388 de 1997.	Edificación	https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=1575
Ley 003 de 1991	Por la cual se crea el Sistema Nacional de Vivienda de Interés Social, se establece el subsidio familiar de vivienda, se reforma el Instituto de Crédito Territorial, ICT, y se dictan otras disposiciones. Modificada por Ley 388 de 1997. Reglamentada parcialmente por el Decreto 1160 de 2010.	Edificación	http://www.MinVivienda.gov.co/LeyesMinVivienda/0003%20-%201991.pdf

Decreto 1898 de 2016	Definir esquemas diferenciales para la prestación de los servicios de acueducto, alcantarillado y aseo, y para el aprovisionamiento de agua para consumo humano y doméstico y de saneamiento básico en zonas rurales del territorio nacional.	Infraestructura	http://www.suinjuriscol.gov.co/viewDocumento.asp?id=30027091
----------------------	---	-----------------	---

Decreto 945 de 2017	Por la cual se modifica parcialmente el Reglamento Colombiano de Construcción Sismo Resistente NSR10.	Edificación e Infraestructura	https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20945%20DEL%2005%20DE%20JUNIO%20DE%202017.pdf
Decreto 1203 de 2017	Por medio del cual se modifica parcialmente el Decreto 1077 de 2015 Único Reglamentario del Sector Vivienda, Ciudad y Territorio y se reglamenta la Ley 1796 de 2016, en lo relacionado con el estudio, trámite y expedición de las licencias urbanísticas y la función pública que desempeñan los curadores urbanos y se dictan otras disposiciones.	Edificaciones	http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%201203%20DEL%2012%20DE%20JULIO%20DE%202017.pdf
Resolución 1096 de 2000	Por la cual se adopta el Reglamento Técnico para el sector de Agua Potable y Saneamiento Básico – RAS. Formular la política de Gobierno en materia social del país relacionada con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos del agua potable y saneamiento básico y expedir Resoluciones, circulares y demás actos administrativos de carácter general o particular necesarios para el cumplimiento de sus funciones.	Edificación e Infraestructura	http://www.MinVivienda.gov.co/ResolucionesAgua/1096%20-%202000.pdf
Resolución 424 de 2001	Por la cual se modifica la Resolución número 1096 de noviembre 17 de 2000 que adopta el Reglamento Técnico para el sector de Agua Potable y Saneamiento Básico RAS	Edificación e Infraestructura	http://www.MinVivienda.gov.co/ResolucionesAgua/0424%20-%202001.pdf

Fuente propia con datos de Colombia aprende.

Tabla 6

Normas, técnicas y reglamentos

Normas técnicas y reglamentos			
Nombre	Objeto	Subsector en el que se aplica	Enlace
Reglamento Colombiano para Construcciones Sismo Resistentes NSR 10	Reglamento encargado de regular las condiciones con las que deben contar las construcciones con el fin de que la respuesta estructural a un sismo sea favorable. Fue promulgada por el Decreto 926 del 19 de marzo de 2010.	Edificación e Infraestructura	https://www.idrd.gov.co/sitio/idrd/sites/default/files/imágenes/9titulo-i-nsr-100.pdf
Norma Técnica Colombiana 121	Norma de ingeniería civil y arquitectura. Cemento Portland. Especificaciones físicas y mecánicas. Esta norma establece los requisitos físicos y mecánicos que deben cumplir los siguientes tipos de cemento Portland: 1,1 M, 2, 3, 4 y 5	Edificación e Infraestructura	https://tienda.icontec.org/wpcontent/uploads/pdfs/NTC121.pdf
Norma Técnica Colombiana 396	Norma de Ingeniería Civil y Arquitectura. Método de ensayo para determinar el asentamiento del concreto.	Edificación e Infraestructura	https://tienda.icontec.org/wpcontent/uploads/pdfs/NTC396.pdf
Norma Técnica Colombiana 454	Norma de Concreto Fresco. Toma de muestras.	Edificación e Infraestructura	https://tienda.icontec.org/wpcontent/uploads/pdfs/NTC454.pdf
Norma Técnica Colombiana 504	Norma de Ingeniería Civil y Arquitectura. Refrentado de especímenes cilindros de Concreto.	Edificación e Infraestructura	https://tienda.icontec.org/wpcontent/uploads/pdfs/NTC504.pdf
Norma Técnica Colombiana 550	Norma de Concretos. Elaboración y curado de especímenes de concreto en obra.	Edificación e Infraestructura	https://tienda.icontec.org/wpcontent/uploads/pdfs/NTC550.pdf

Norma Técnica Colombiana 673	Norma de Concretos. Ensayo de resistencia a la compresión de cilindros normales de Concreto.	Edificación e Infraestructura	https://tienda.icontec.org/wpcontent/uploads/pdfs/NTC673.pdf
------------------------------	--	-------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia con datos de Colombia aprende.

Teniendo en cuenta todas las anteriores leyes, resoluciones y decretos, se puede observar que existe un marco legal bien estructurado que es el ministerio de hacienda y crédito público, además de otras entidades estatales y municipales las encargadas de dar orden y de implementar políticas, licencias, permisos, normas, etc.

Todas estas regulaciones son para el sector de la construcción en entidades públicas y privadas en Colombia, con el fin de generar confianza a todos los ciudadanos, de promover el desarrollo económico, el empleo y la mano de obra calificada.

4.4 Marco Teórico

En este apartado se mostrarán las principales teorías de los conceptos de planeación estratégica que abordan la investigación del análisis sobre el plan estratégico corporativo de la constructora MAJA

A lo largo del tiempo la planificación estratégica ha tenido muchas definiciones de varios autores y pasado por diferentes etapas, pero la planificación estratégica tiene sus inicios en el siglo XX, debido a que Taylor y Fayol querían que se acabara la forma empírica de trabajo y que las empresas empezaran a usar la planificación estratégica como modelo de dirección (Sánchez Jacas, I. 2017) esta se incluye por primera vez en el año 1953, las empresas fueron las que desarrollaron el proceso de planeación de manera formal, desde entonces varios autores como Mannheim” “planificación para la libertad” se fundamentaba en la formación de una clase media educada y en ascenso que asumiera los retos de equilibrar la tensión entre las tendencias monopolizadoras y las desintegradoras del poder político y económico” (Clímaco, J 2012).

Más adelante, según Chichivenato (1995) la planeación estratégica “se refiere a la manera como una empresa intenta aplicar una determinada estrategia para alcanzar los objetivos propuestos. Es generalmente una planeación global y a largo plazo. Igualmente, según Bianchi (1995) “es el esfuerzo sistemático y más o menos formal de una empresa, para establecer sus propósitos, objetivos, políticas, estrategias básicas; desarrollando planes detallados con el fin de ponerlos en práctica, lograr los propósitos.” (Reyes, 2012)

Después según los autores Mintzberg, Bruce y Lampel (1998) hablaron de la planificación estratégica y la basaron en tres modelos, **Prescriptivos**, la planificación estratégica debe ser consistente con los propósitos de la organización, se realiza el análisis DOFA, además la elaboración de estrategias se realiza de manera más formal donde se integran tendencias y escenarios, donde estas generen acceso al ámbito competitivo y social; **Descriptivos**, la formación de estrategias se enfoca en un proceso más de liderazgo, y no tanto en la comunidad, igualmente en este modelo la formación se enfoca en un proceso mental, aprendizaje continuo, intercambio, alianzas, proceso colectivo y ambiental. **Transformativo**, la formación de estrategias como un proceso continuo, donde se derivan periodos con ciclos de vida en las organizaciones. (Clímaco, J 2012).

En el siglo XXI para Martínez y Pedrós y Milla Gutiérrez (2005) un plan estratégico es un documento que sintetiza a nivel económico - financiero, estratégico y organizativo el posicionamiento actual y futuro de la empresa y cuya elaboración nos obligará a plantearnos dudas acerca de nuestra organización, de nuestra forma hacer las cosas y marcarnos una estrategia en función de nuestro posicionamiento actual y del deseado.

En el año siguiente, según Pacheco (2006, p.38) la planeación estratégica, “es el proceso por el cual los directores de una organización prevén su futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones para alcanzarlos” (El buzón de Pacioli, 2013), de igual manera, según Steiner (2007) considera que el proceso de planeación estrategia se debe comenzar desde varios puntos de partida, y que todos los

elementos de la planeación estratégica deben ser abarcados en algún punto. Igualmente señala los puntos de partida (Misión de la empresa, Suerte, Identificación de oportunidades y peligros, potencialidades y debilidades, Objetivos, Un problema, Momento de intuición, Pronóstico y recopilación de información sistemáticos, Investigación y desarrollo, Estrategia, Productos y/o mercados, Oportunismo (El buzón de Pacioli, 2013).

Según Vargas (2008) la planeación estratégica no es solo para las grandes empresas, sino que también, se puede implementar y es totalmente necesario en las microempresas, con el fin de poder implementarla de manera exitosa, es necesario tener al alcance la información de la ventas de la empresa en periodo de 3 a 5 años, analizar el mercado en que se encuentra, diferenciar a los clientes y compradores de la compañía, cuáles son los productos que más se venden y cuál es su rotación de venta, tener clara la competencia, los costos y el margen de rentabilidad; a partir de estos análisis implementar los objetivos estratégicos de manera que sean alcanzables en un periodo de tiempo definido y desarrollar un sistema de control que garantice el cumplimiento de los objetivos

Entonces la planeación estratégica es el medio por el cual la empresa cumple los objetivos propuestos, Suarez y Altahona (2009) la definen como un proceso desde la alta gerencia que busca formulación de ventajas competitivas para darle un rumbo estratégico a la empresa, haciendo uso eficiente de recursos. (González & Rodríguez, 2020)

En ese orden de ideas para Fuentes y Luna (2011) conciben la planeación estratégica como un “proceso de previsión para el futuro, analizando factores internos y externos estableciendo estrategias como medio de acción, enmarcadas en la visión, misión, de manera que permita el logro de objetivos a largo plazo”. (González & Rodríguez, 2020)

Según el autor Sainz de Vicuña (2012) al hablar de plan estratégico se proyecta al plan maestro en el que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que haya adaptado “hoy” en referencia a lo que hará en los próximos tres años, para lograr una organización más competitiva que le

permita satisfacer las expectativas de sus diferentes grupos de intereses (stakeholders). (Marciniak, 2013), Igualmente para Massie (2013) la planeación estratégica es un “proceso por el cual se comienza con el planteamiento de objetivos, que conlleva a un desarrollo de políticas, se elaboran luego los planes, los procedimientos y posterior se hace una retroalimentación de información para ajustarse al cambiante medio” (González & Rodríguez, 2020)

Ahora, para Macías y Mero (2022) la planeación estratégica en las empresas ha cambiado venido cambiando con el transcurso de los años, gracias a la red global, más conocida como Internet. Ambas autoras mencionan que dicha planeación se debe enfocar en un sistema piramidal, que va desde lo individual, es decir, las destrezas y competencias empleadas por cada colaborador son claves para la empresa cumplir con los objetivos propuestos; lo segundo es la competitividad empresarial, que recae sobre los líderes de cada uno de los procesos de producción y administrativos; la última es la competitividad nacional, que se enfoca más hacia lo externo de la empresa, pues en esta se debe conquistar a los consumidores locales e internacionales con el fin de ser competitivo a lo largo del tiempo, superando los obstáculos de cambios que son más frecuentes gracias a los avances tecnológicos. (Macías, M & Mero, J.2022)

5 Diseño Metodológico

- **Línea de investigación institucional**

La investigación denominada Análisis sobre el plan estratégico corporativo de la Constructora MAJA en la ciudad de Medellín en el año 2022 presenta una consonancia con la línea de investigación gestión estratégica para la globalidad que pertenece al grupo de investigación de ciencias económicas y administrativas (Gicea, 2022)

- **Eje temático**

La investigación denominada Análisis sobre el plan estratégico corporativo de la Constructora MAJA en la ciudad de Medellín en el año 2022 pertenece al programa de Administración de Empresas de la facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Minuto de Dios, este perfil tiene correspondencia con el administrador de empresas poner el perfil de un administrador El egresado del programa de Administración de Empresas se destaca por ser un líder organizacional con visión prospectiva para responder a las necesidades de las organizaciones económicas y sociales, con una visión estratégica que le permite reconocer las oportunidades y amenazas de un entorno económico. Así, está en capacidad de crear e implementar soluciones empresariales dentro de un marco de desarrollo sostenible para la humanidad, sin olvidar su compromiso y responsabilidad con el desarrollo del ser humano, de la comunidad y de la organización para incorporar el uso y aplicación de las nuevas técnicas de gestión, en todos los niveles de liderazgo organizacional y empresarial. (Uniminuto, 2019)

- **Enfoque de la investigación**

La investigación denominada Análisis sobre el plan estratégico corporativo de la Constructora MAJA en la ciudad de Medellín en el año 2022 presenta un enfoque de tipo mixto debido que guarda coherencia con lo expuesto por Sampieri (2014) "Combinación del enfoque cuantitativo y el cualitativo" (p.36)

- **Diseño**

El diseño de la investigación denominada Análisis sobre el plan estratégico corporativo de la Constructora MAJA en la ciudad de Medellín en el año 2022 es de tipo no experimental dado que presenta consonancia Como señala Agudelo, G. et al. (2008), " En la investigación no experimental las variables independientes ya han ocurrido y no pueden ser manipuladas, el investigador no tiene control directo sobre dichas variables, no puede influir sobre ellas porque ya sucedieron, al igual que sus efectos. Igualmente, Agudelo, G. et al. (2008) expone que "La investigación no experimental posee un control menos riguroso que la experimental y es más complicado inferir relaciones causales, pero la investigación no experimental es más natural y cercana a la realidad cotidiana" (p.42)

- **Alcance**

La investigación denominada Análisis sobre el plan estratégico corporativo de la Constructora MAJA en la ciudad de Medellín en el año 2022 es descriptivo, según Sampieri (2014) dice:

"Consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Con los estudios descriptivos se 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". (p. 92)

- **Población**

La población objeto de estudio estará conformado por 5 administrativos y 12 operativos (información directa de la Constructora MAJA)

- **Tamaño de la muestra**

Teniendo en cuenta que el tamaño de la población objeto de estudio es pequeño, la cual corresponde a la Constructora Maja & Asociados S.A.S., se entrevistará a todo el tamaño de la muestra por lo tanto no será necesario hacer uso de la fórmula del tamaño óptimo de la muestra por una población finita.

- **Fuentes técnicas, instrumento de recolección de información**

La investigación utiliza fuentes primarias, que son recolectadas a través de encuestas y se aplicó a 19 personas.

- **Análisis y tratamientos de datos**

El tratamiento de los datos se hace con base a la información aportada por la encuesta, el análisis y el tratamiento de los datos se hacen para fines académicos y se hace un análisis unidimensional de cada una de las variables más importantes de la encuesta y posterior a ello se hace un análisis correlacional entre los enfoques más importantes de la empresa.

6 Resultados

A través de una encuesta realizada a los colaboradores de la Constructora Maja & Asociados S.A.S., se puede evidenciar varios factores internos en la empresa con el fin de observar el cumplimiento de objetivos en la presente investigación; para ello, dando respuesta al primer objetivo específico que se caracteriza en: “Identificar los elementos óptimos de un plan estratégico corporativo de una organización”, se presenta a continuación el siguiente resultado:

Figura 1

Elementos principales de la misión, visión y valores.

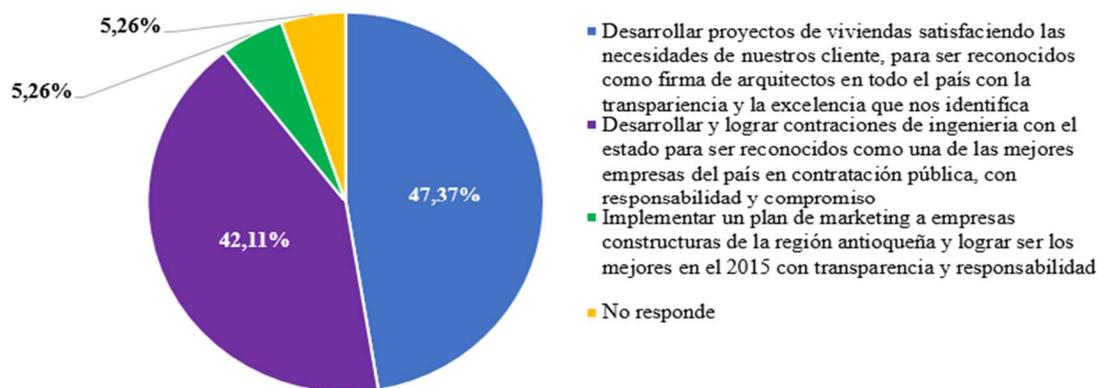


Figura 1. Elementos principales de la misión, visión y valores. Elaboración propia.

En la figura 1, observamos que un poco más de la mitad de los empleados no conocen la misión, visión y los valores empresariales, al decir que la empresa contrata obras de ingeniería y construcción con el estado, mientras que el 47.37% si conoce estos elementos al responder por el desarrollo de proyectos de viviendas y ser reconocidos en el país por este tipo de obras.

Al mismo tiempo en la siguiente figura se muestra el conocimiento que tienen los colaboradores de los elementos principales de la misión, visión y valores según el cargo que desempeñan.

Figura 2

Conocimiento de los elementos principales de la misión, visión y valores según el cargo.

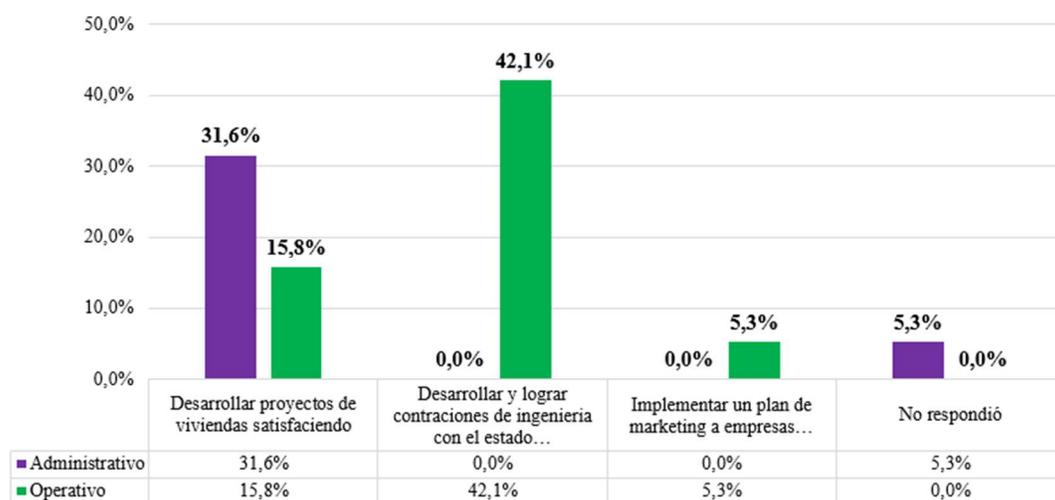


Figura 5. Conocimiento de los elementos principales de la misión, visión y valores según el cargo. Elaboración propia.

Ahora bien, en la figura 2 podemos observar que el 31,6 % personal administrativo conoce la misión, visión y los valores empresariales, mientras que el personal operativo no conoce estos factores.

También reconocer cada una de las áreas de la empresa es parte fundamental del plan corporativo de la constructora, para ello a continuación se muestra el porcentaje de conocimiento.

Figura 3

Conocimiento de las principales áreas de la empresa.



Figura 6. Conocimiento de las principales áreas de la empresa. Elaboración propia.
de la empresa. Elaboración propia.

Luego, en la figura 3 con un 63.16% de los empleados encuestados conocen las áreas de la empresa que la conforman que son: el área de diseño, proyectos y obras, administración y contabilidad; pero hay un porcentaje alto que no las conocen muy bien, porque en la Constructora Maja no existe un área de contratación pública ni ningún interés por el momento en este tipo de mercado.

El conocimiento de las principales áreas de la empresa influye también en el cargo que ocupan los colaboradores por ello a continuación se muestra el nivel de conocimiento según el cargo.

Figura 4

Conocimiento de las principales áreas de la empresa según el cargo.

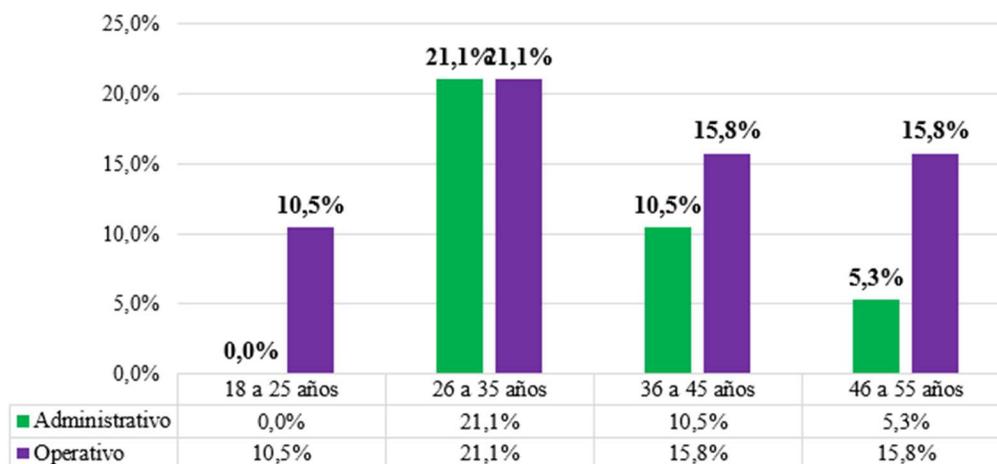


Figura 7. Conocimiento de las principales áreas de la empresa según el cargo.
Elaboración propia.

Desde otro punto de vista, en la figura 4 se puede evidenciar que la empresa está conformada por más de un 40% por personas entre los 26 y 35 años en la parte administrativa como en la operativa, el porcentaje restante se divide entre los distintos rangos de edades.

Por otra parte, los empleados deben conocer los pasos a seguir dentro de las acciones del proyecto que se esté llevando a cabo, por ello es importante saber qué porcentaje de empleados conocen los pasos correctos.

Figura 5

Proceso a seguir en las acciones del proyecto de la empresa.

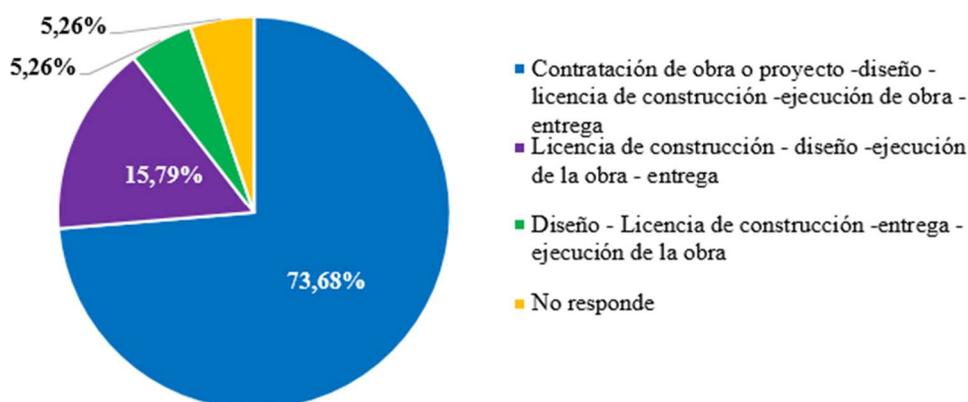


Figura 8. Proceso a seguir en las acciones del proyecto de la empresa. Elaboración propia.

En la figura 5, un porcentaje significativamente alto, que corresponde a un 73.68% de los encuestados conocen los pasos a seguir en un proyecto alto empezando por la contratación de obra hasta llegar a la entrega de los clientes cumpliendo todas sus satisfacciones; por otro lado, los empleados que no conocen muy bien estos pasos, es muy bajo el porcentaje comparados con los que si los conocen.

De acuerdo con lo anterior, el nivel de conocimiento influye mucho en la experiencia y el tiempo laborado dentro de la empresa, por ello se muestra en la siguiente gráfica.

Figura 6

Conocimiento de los procesos a seguir en las acciones del proyecto de la empresa según el tiempo laborado en la empresa.

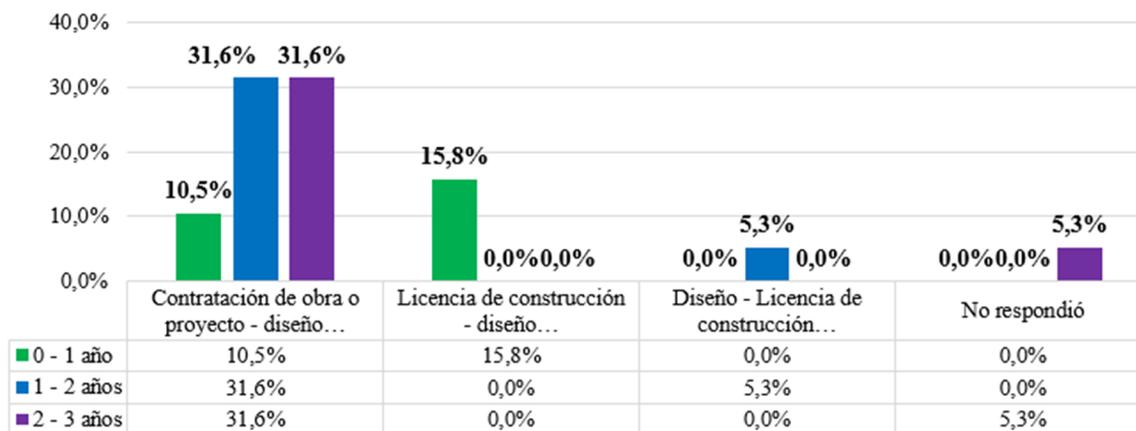


Figura 9. Conocimiento de los procesos a seguir en las acciones del proyecto de la empresa según el tiempo laborado en la empresa. Elaboración propia.

Ahora en la figura 6 muestra que los colaboradores que llevan menos de un año en la empresa no conocen los pasos a seguir en un proyecto de obra con un 15.8% de todos los encuestados, mientras que la gran mayoría de colaboradores que llevan más de un año si conoce los pasos desde el inicio hasta el final en un proyecto de construcción.

El segundo objetivo específico que dice: “Diagnosticar el componente estratégico de la constructora” se presenta a continuación en las siguientes gráficas.

Los colaboradores deben asumir prioridades para cumplir con los objetivos y proyectos de la empresa, la siguiente figura muestra si se identifican las prioridades.

Figura 7

Asumir prioridades para cumplir con los objetivos y demandas de proyectos de la empresa.

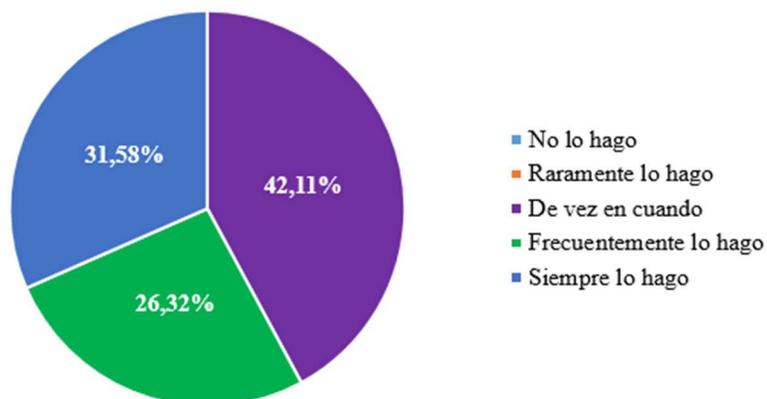


Figura 18. Asumir prioridades para cumplir con los objetivos y demandas de proyectos de la empresa. Elaboración propia.

En la figura 7, es muy importante contar con un excelente talento humano en la empresa, por lo que más de la mitad de los colaboradores, con un 57.9% asumen ser capaces de realizar ajustes y asumir nuevas prioridades en cada uno de los proyectos en que se trabajan; mientras un 42.1% responden que, si lo han hecho, por lo menos en la mitad de los casos en que se les ha presentado. En este punto es importante identificar los empleados que están comprometidos con llevar las actividades que desempeña la empresa a un nivel alto de calidad.

Los colaboradores deben asumir prioridades para cumplir con los objetivos y proyectos de la empresa, la siguiente figura muestra si se identifican las prioridades según el cargo.

Figura 8

Asumir prioridades para cumplir con los objetivos y demandas de proyectos de la empresa según el cargo.

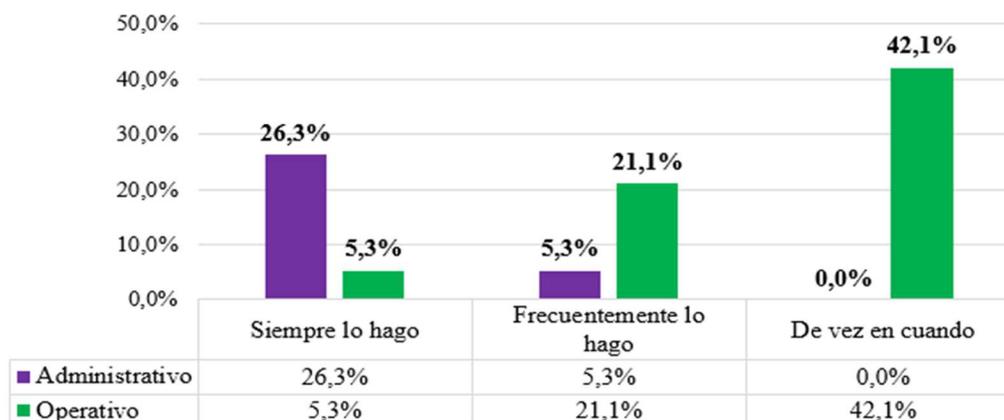


Figura 19. Asumir prioridades para cumplir con los objetivos y demandas de proyectos de la empresa según el cargo. Elaboración propia.

Por lo que se puede concluir con la figura 8 que el personal administrativo siempre casi siempre puede asumir nuevas prioridades y ajustes por su propia cuenta en las funciones a desempeñar, mientras que el personal operativo necesita un poco más de supervisión por parte de los líderes del proyecto, por lo que el 42.1% es un porcentaje alto y el único personal que respondieron la opción: “De vez en cuando”.

Una eficiente asignación de recursos en la empresa permite que se desarrollen satisfactoriamente todos los planes y proyectos, por ello veremos a continuación que tan frecuente los colaboradores coordinan eficientemente los recursos.

Figura 9

Coordinación eficiente en la asignación de recursos.

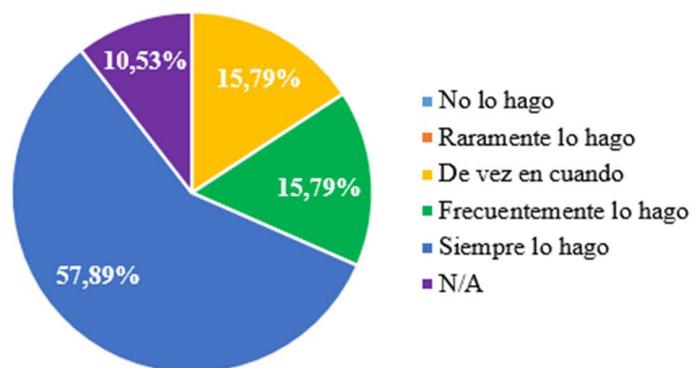


Figura 20. Coordinación eficiente en la asignación de recursos. Elaboración propia.

En la Figura 9 muestra que manejar los recursos de forma eficiente para el cumplimiento de las funciones en los puestos asignados es fundamental e importante para la empresa, un 57.89% responden que siempre lo hacen y un 15.79% manifiesta que lo realizan de manera frecuente, lo que representa un elevado número de colaboradores que desempeñan muy bien sus labores. Es de tener cuidado con las personas que casi no optimizan los recursos, es decir, con los que respondieron “de vez en cuando” y con el 10.5% que decidieron responder: “N/A”.

Igualmente es importante que tanto el personal administrativo y operativo coordinen eficientemente los recursos, en la figura a continuación veremos según el cargo.

Figura 10

Coordinación eficiente en la asignación de recursos según el cargo.

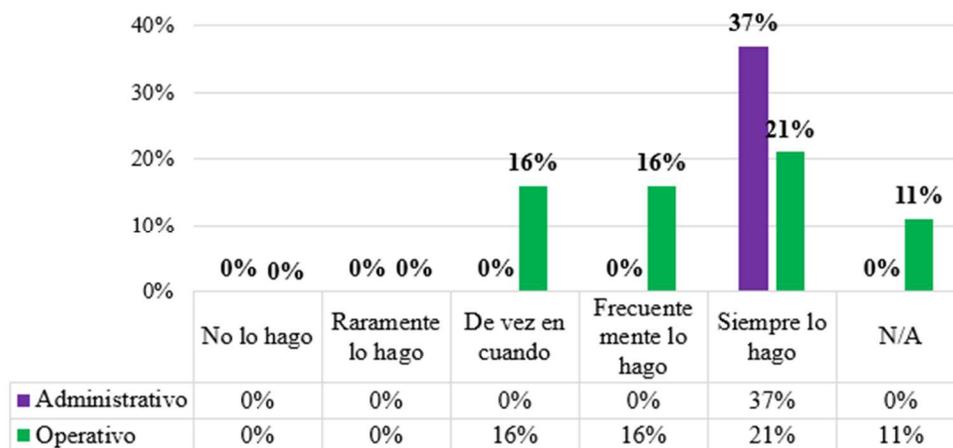


Figura 21. Coordinación eficiente en la asignación de recursos según el cargo.
Elaboración propia.

Se concluye según la figura 10, que el personal administrativo en un porcentaje del 37% coordina eficientemente los recursos asignados, da un buen manejo y lleva un control, así mismo el 21% del personal operativo, mientras que el 43% necesita un poco más de supervisión por parte de los líderes del proyecto.

El tiempo es un factor importante dentro del desarrollo de objetivos y planes en la empresa, por ello se les pregunto a los colaboradores como administran el tiempo para cumplir con las tareas asignadas y a los planes propuestos.

Figura 11

Administración de tiempo y prioridades en relación a los proyectos de la empresa.

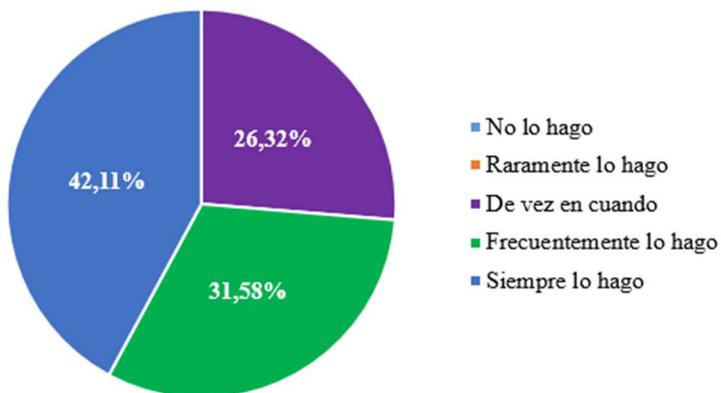


Figura 22. Administración de tiempo y prioridades en relación a los proyectos de la empresa. Elaboración propia.

El tiempo es esencial para todas las empresas, inclusive en la vida personal de todas las personas, por lo que es importante emplear y aprovechar al máximo el tiempo de trabajo, con el fin de cumplir los plazos de entrega y de seguimiento, según la figura 11 los empleados de la Constructora Maja responden que si administran muy bien su tiempo con un 73.69%, mientras un 26.3% que responde que administra el tiempo de buena manera en pocas ocasiones.

Los colaboradores según sea su experiencia dentro de la empresa, sabrán administrar el tiempo para cumplir con todas las labores de la empresa, a continuación, veamos la siguiente figura.

Figura 12

Administración de tiempo y prioridades en relación a los proyectos según el tiempo laborado en la empresa.

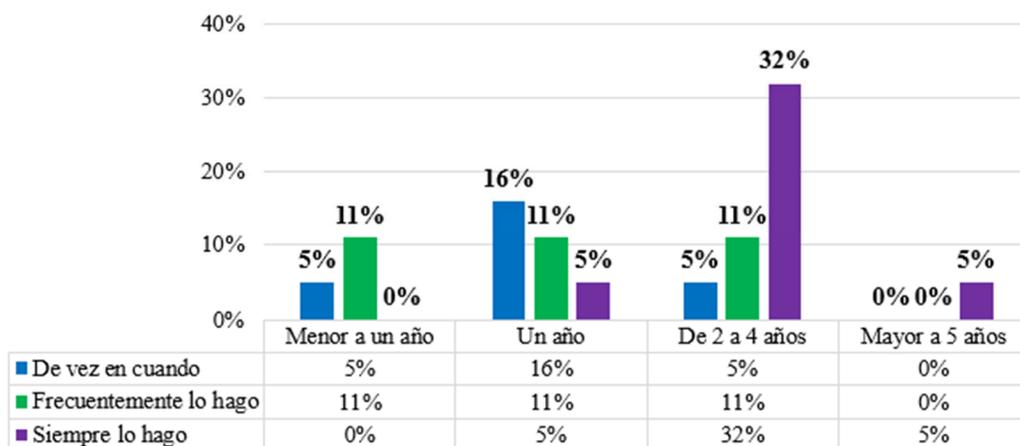


Figura 23. Administración de tiempo y prioridades en relación a los proyectos según el tiempo laborado en la empresa. Elaboración propia.

Por lo cual, en la figura 12, el 37% de los colaboradores, se puede observar que tienen una antigüedad mayor a los dos años administra eficientemente el tiempo y las prioridades, acorde a ello a medida que los empleados tienen la experiencia del trabajo realizan las tareas de mayor necesidad. Mientras que los empleados más nuevos están en un proceso de aprendizaje y acoplamiento.

Durante la pandemia ocasionada por el Covid 19, muchas empresas debieron parar sus actividades, por órdenes del gobierno nacional para así garantizar la seguridad de todas las personas, esto afectó los planes estratégicos de las empresas, incluyendo a la constructora MAJA, por ello preguntamos a los colaboradores como fue la afectación al plan estratégico corporativo y respondieron según la siguiente figura.

Figura 13

Percepción de afectación del plan estratégico corporativo debido al Covid 19.

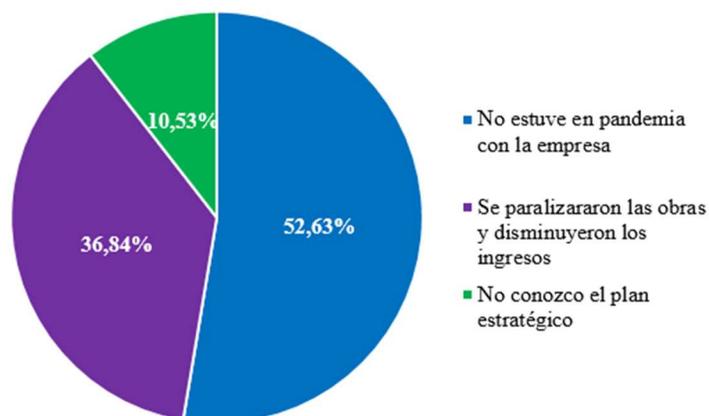


Figura 24. Percepción de afectación del plan estratégico corporativo debido al covid 19. Elaboración propia.

En la figura 13 se observa que representa que más de la mitad de los colaboradores no estuvieron cuando se presentó la emergencia sanitaria mundial ni inclusive en sus inicios, un 36.84% si estuvieron presentes en ese hecho por lo que respondieron en que la empresa tuvo que parar todos sus proyectos de construcción y los ingresos disminuyeron a niveles preocupantes; el 10.53% de los colaboradores no conoce el plan estratégico corporativo de la empresa.

Ahora bien, es importante analizar la percepción de la afectación al plan estratégico corporativo según el cargo de los colaboradores de la empresa, para ello se muestra la siguiente figura.

Figura 14

Percepción de afectación al plan estratégico corporativo debido al Covid 19 según el cargo.

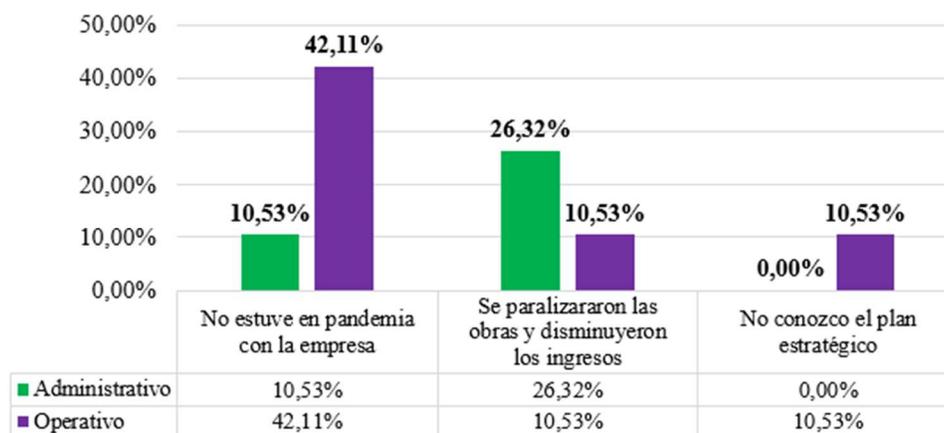


Figura 25. Percepción de afectación al plan estratégico corporativo debido al covid 19 según el cargo. Elaboración propia.

Ahora bien, es importante analizar la percepción de la afectación al plan estratégico corporativo, según la figura 14 podemos concluir que la mayor población operativa, es decir un 42,11% no estuvo durante la emergencia sanitaria, y el 10,52% del personal operativo se vio afectado al tener que paralizar las obras, estuvo afectado el personal administrativo en un 26,32% al momento de tener que parar las obras y disminución de ingresos generados por la emergencia sanitaria.

Y por último el tercer objetivo específico que corresponde a: "Proponer alternativas de solución para la implementación del plan estratégico", se presenta a continuación en los siguientes resultados.

Es importante conocer la percepción de los colaboradores acerca de la empresa, por ello se les pregunto ¿Qué posibilidades hay de que la recomiende a su familia / amigos?

Figura 15

Recomendación de la empresa a familia y amigos.

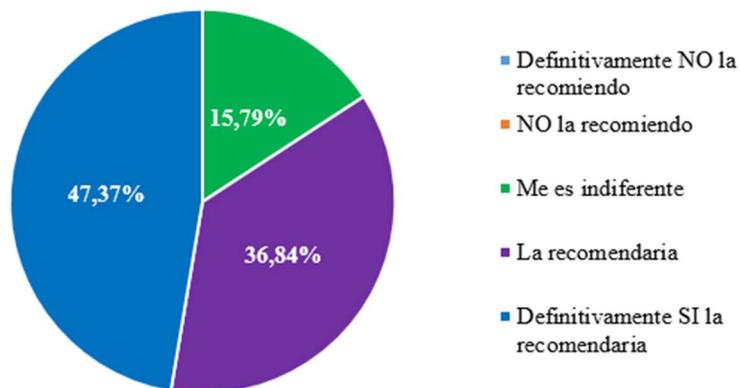


Figura 26. Recomendación de la empresa a familia y amigos.
Elaboración propia.

Los resultados de la encuesta realizada muestran en la figura 15 que un gran porcentaje de los empleados de la empresa la recomendarían para laborar en ella y para contratar los servicios de construcción de la misma, lo que quiere decir que la Constructora Maja se preocupa fundamentalmente por satisfacer a sus clientes y colaboradores, lo que representa en un 84.21% del total de los encuestados; mientras que solo el 15.79% de los empleados no muestran una actitud positiva o negativa por recomendar la empresa a sus familiares y amigos.

De esta misma forma, es importante conocer las posibilidades de recomendar la empresa a familia y amigos según el género y para ello se presentan los siguientes resultados.

Figura 16

Recomendación de la empresa a familia y amigos según el género.

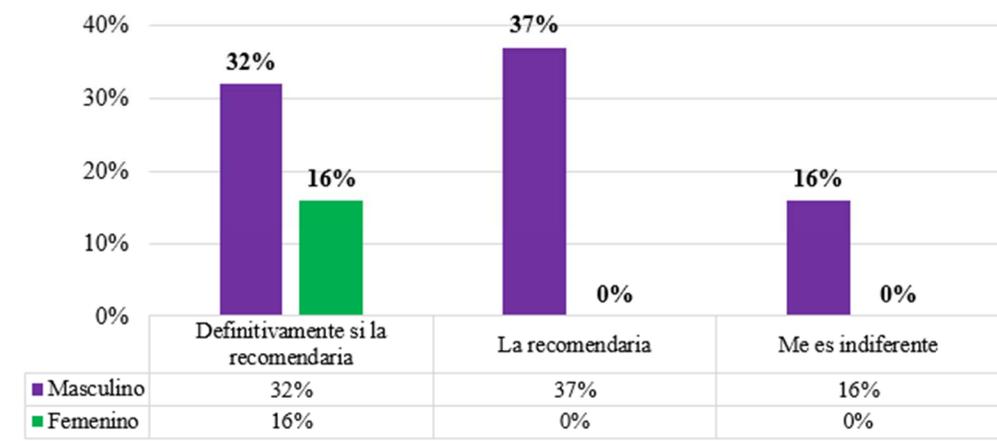


Figura 27. Recomendación de la empresa a familia y amigos según el género.
Elaboración propia.

Por lo que se puede observar en la figura 16 que la mayor parte de la población masculina en un 37% recomendaría el obtener los servicios en la Constructora Maja y un 48% entre la población masculina y femenina definitivamente si recomendaría adquirir los servicios ofrecidos, un 16% le es indiferente recomendar los servicios de la constructora MAJA, se podría indagar o identificar las causas por las cuales no tienen la oportunidad de recomendar, ya sea por desconocimiento en los productos y servicios ofrecidos.

Figura 17

Acciones para realizar un informe dentro de cada una de las áreas.

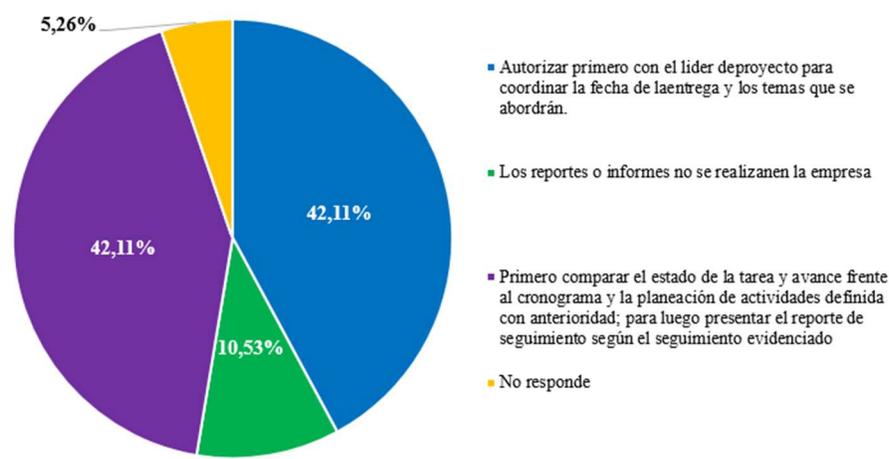


Figura 28. Acciones para realizar un informe dentro de cada una de las áreas.
Elaboración propia.

Al momento de desempeñar las funciones en los puestos de trabajo, cada colaborador debe responder por los tiempos en que se debe llevar a cabo cada actividad, pero no todos deben realizar un informe por escrito de cómo va el proceso. En la figura 17, el 42.11% de los colaboradores respondieron en se debe autorizar primero con el líder del proyecto y el otro mismo número de porcentaje dice que primero es comparar el estado y avance del proyecto con el cronograma; esto se debe a que en el área de proyectos de obras donde los colaboradores que están en el día a día con la labor física de la construcción, no realizan reportes por escrito, sino que se realizan de manera verbal con el líder de proyecto o con el ingeniero, donde este último es el que debe presentar el informe por escrito; a su vez, los colaboradores que respondieron que deben comparar el estado del proyecto con el cronograma, que corresponde al paso correcto a seguir, se trata de los ingenieros y del personal administrativo de la empresa.

En ese orden de ideas es importante conocer el conocimiento de las acciones a seguir delimitadas por el cargo, si es operativo u administrativo, para ello veamos la siguiente figura

Figura 18

Conocimiento de las acciones para realizar un informe dentro de cada una de las áreas según el cargo.

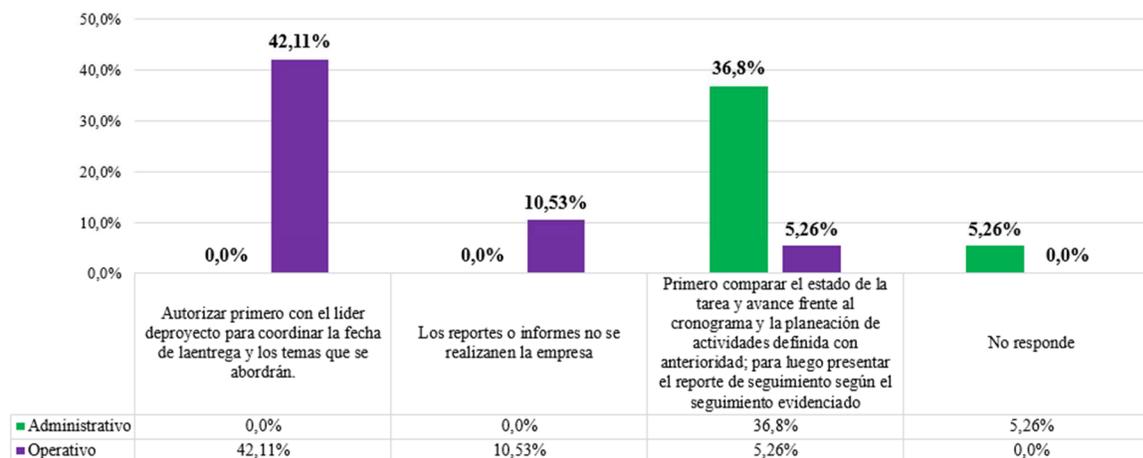


Figura 29. Conocimiento de las acciones para realizar un informe dentro de cada una de las áreas según el cargo. Elaboración propia.

Así mismo, se evidencia en la figura 18 que el personal administrativo con un 36.8% respondió acertadamente en el paso a seguir en los proyectos de la empresa y el personal operativo con un 42.11% respondió que se debe autorizar con los líderes del proyecto.

Por otro lado, el establecimiento de metas dentro de la organización es un factor determinante dentro de un plan estratégico corporativo por ello se hace necesario saber si los colaboradores ¿Establece metas a corto, mediano y largo plazo? Veamos la siguiente figura.

Figura 19

Establecimiento de metas a corto, mediano y largo plazo.

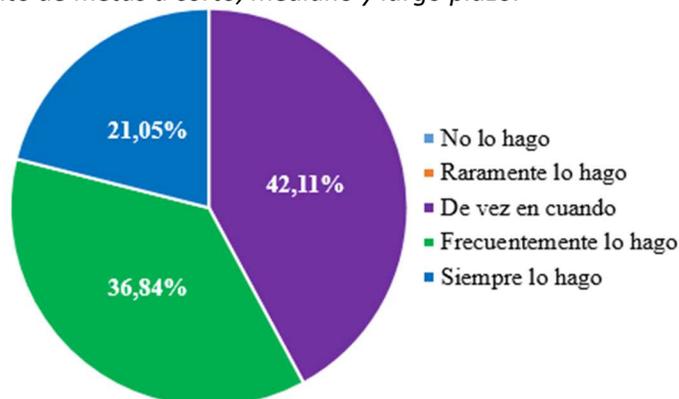


Figura 30. Establecimiento de metas a corto, mediano y largo plazo.
Elaboración propia.

En la figura 19 se observa que más de la mitad de los colaboradores de la empresa manifiestan que si establecen metas dentro de la empresa, con el fin de poder cumplir satisfactoriamente con los plazos de entrega de sus actividades y los proyectos de obra, de igual forma, poder cumplir sus aspiraciones dentro de la organización, pero hay un 42.11% del total de colaboradores que lo hacen muy poco, por lo que haya alta rotación en la empresa desde el inicio de la pandemia hasta el día de hoy, puede ser que busquen algunas otras aspiraciones laborales.

Así mismo es importante saber si el establecimiento de metas se da tanto en los cargos administrativos como operativos.

Figura 20

Establecimiento de metas a corto, mediano y largo plazo según el cargo.

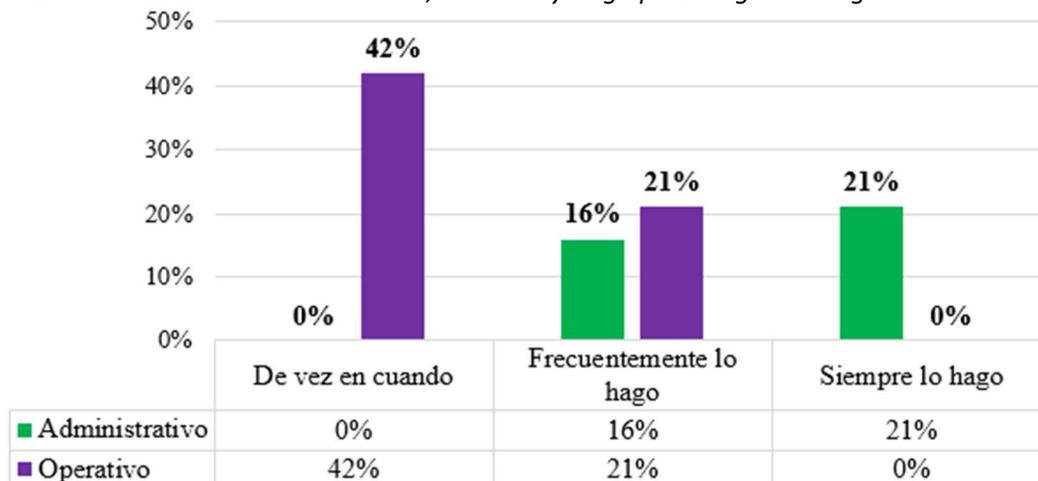


Figura 31. Establecimiento de metas a corto, mediano y largo plazo según el cargo.
Elaboración propia.

En la figura 20, del personal administrativo el 21% establece metas y objetivos dentro de la empresa para el cumplimiento de objetivo igualmente el 16% lo hace de manera frecuente, pero más de la mitad de los colaboradores de la empresa que corresponden al personal operativo el 42% manifiestan que de vez en cuando establecen metas dentro de la empresa, y el 21% que lo hacen de manera frecuente. Las metas laborales de cada uno de los colaboradores son importantes dentro de todas las empresas, porque busca son incentivos y genera valor para la persona adicional al sueldo que se les paga, según Alonso (2004): tener metas propuestas otorga a los colaboradores mucha importancia en varios aspectos como: tener independencia en el trabajo, desarrollarse profesional y personalmente, un trabajo cómodo, un buen clima organizacional, entre otros.

La pandemia del Covid 19 fue un factor determinante en la continuidad de muchas pymes en Colombia, solo lograron continuar aquellas que se adaptaron a los cambios del mercado, por ello se hace necesario conocer, cómo resultado de la pandemia, la empresa ¿Qué ajustes hizo ajustes al plan estratégico?

Figura 21

Ajustes al plan estratégico corporativo debido a la pandemia.

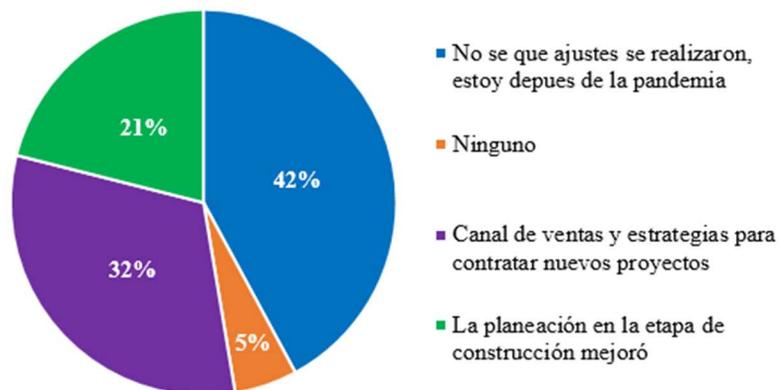


Figura 32. Ajustes al plan estratégico corporativo debido a la pandemia.
Elaboración propia.

Como un gran número de colaboradores nos estuvieron cuando se presentó la pandemia ni en sus inicios, en la figura 21, el 42% respondieron que no saben los ajustes que se realizaron desde ese entonces, el 32% de las personas respondieron que las estrategias de ventas tuvieron que cambiar y mejorar, por otro lado el 21% respondió que la planeación en la etapa de construcción mejoró; estas respuestas son totalmente diferentes, porque se debe a que los encuestados corresponden a todas las áreas de la empresa por lo que se trata de las actividades que desempeñan dentro de la compañía, por lo que ambos puntos de vista mejoraron.

El plan estratégico corporativo es una herramienta para las empresas “El desarrollo de un plan estratégico está diseñado para ayudar a las empresas a prepararse para la pandemia mundial SARS - COVI 2 (COVID 19) y todo lo que pueda presentarse en el futuro, identificando de manera oportuna las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades que se enfrentarán” (Del Peso & Guerrero, 2022)

Además, para un satisfactorio cumplimiento de un plan estratégico corporativo los colaboradores de la empresa deben estar involucrados en los cambios del mismo, para asir a la par con su cumplimiento, para ello, les preguntamos a los colaboradores que ajustes se realizó a este.

Figura 22

Ajustes al plan estratégico corporativo debido a la pandemia de acuerdo al cargo.

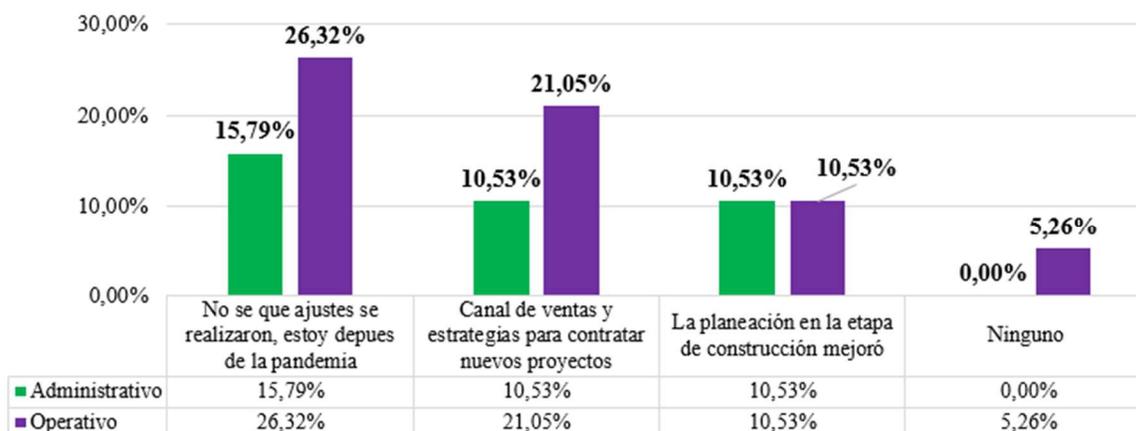


Figura 33. Ajustes al plan estratégico corporativo debido a la pandemia de acuerdo al cargo. Elaboración propia.

De acuerdo a la figura 22 podemos concluir que la mayor parte de la población entre administrativo y operativo 42.11% desconoce si se realizaron ajustes o no al plan estratégico, por lo cual es importante compartir y difundir de manera práctica los cambios que se vieron reflejados con las demás áreas de la empresa que influyeron y participaron en el cambio, que entre las diferentes áreas y funciones se pueda divulgar la información y así poder llegar a todos los empleados y conocer los cambios que se realizan en cada una de las áreas implicadas.

7 Conclusiones

Para los administradores de empresas es primordial apoyar empresas que se encuentran en constante crecimiento, porque la mayoría de las personas que las conforman también se encuentran en una fase de aprendizaje y asumiendo retos día a día, por tal razón necesita ayuda de profesionales con el fin de fortalecer cada una de las áreas que integran la organización, entre ellas el área administrativa.

El uso de herramientas de fuente primaria como las encuestas a cada uno de los colaboradores son importantes a la hora de diagnosticar debilidades y problemas específicos al interior de la organización, con el fin de buscar una pronta y satisfactoria solución para el bien común de todos.

Con los resultados obtenidos de la encuesta, es de suma importancia la implementación de nuevas acciones en el personal operativo, para que conozcan cómo se realizan los procesos internos, la misión, la visión, los valores de la organización y del plan estratégico corporativo.

La empresa debe capacitar al personal a nivel administrativo y operativo para conocer cuáles son los objetivos que tiene para corto, mediano y largo plazo, esto ayudara a que todos los colaboradores estén alineados acorde al plan estratégico corporativo de la empresa.

La mayoría de los colaboradores manifiestan tener un eficiente manejo de los recursos de la empresa y de los que le son asignados en sus labores, igualmente el porcentaje restante manifiesta no hacerlo de forma constante, sin embargo, es de gran responsabilidad de todos realizar una planificación adecuada para el manejo de los mismos, debido a que el manejo inadecuado de estos recursos materiales puede significar contratiempos en proyectos y en el cumplimiento de objetivos.

Debido al Covid 19 la constructora MAJA & Asociados debió cambiar su estrategia en ventas y en proyectos, es decir, empezaron la planificación estratégica para mantenerse dentro del mercado, los colaboradores manifiestan que desde entonces los proyectos en construcción han mejorado.

8 Referencias

- Agudelo, G., Aignerren, J. M., & Ruiz Restrepo, J. (2008). Diseños de investigación experimental y no-experimental. *La Sociología en sus Escenarios*, (18), 1–46. Recuperado de https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/2622/1/AgudeloGabriel_2008_DisenosInvestigacionExperimental.pdf
- Aguilera, A & Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, (32), 1-26. Recuperado el 11 de septiembre de 2022, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000100002&lng=en&tlng=es.
- Alcaldía de Medellín (2020) Plan Estratégico 2021-2029. Política Pública de Procesos y Medios de Comunicación Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos de Medellín. Secretaria de comunicaciones. Recuperado de https://www.medellin.gov.co/es/wp-content/uploads/2021/10/ok_30-12-2020_-Plan-Estrate%CC%81gico-PP-Procesos-y-MAICC.pdf
- Alonso, M. (2004). Centralidad del Trabajo y Metas en el Trabajo: Dos Variables Claves en Orientación Laboral. Redined. Recuperado de: <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/handle/11162/67991>
- Al-Turki, U (2001). A framework for strategic planning in maintenance. *Journal of Quality in Maintenance Engineering*. Recuperado de: <https://www-proquest-com.ezproxy.uniminuto.edu/docview/870471112?pq-origsite=summon>
- Ávila, J. (2004). Introducción a la economía. Plaza y Valdés. Recuperado de: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vqe1mvHmluAC&oi=fnd&pg=PA21&dq=que+es+economia&ots=SZyLZiZz_I&sig=yqBrwvf4NPkc3-RSRPkpS6k__gM#v=onepage&q=que%20es%20economia&f=false
- Chiavenato, I. (2001). Administración proceso administrativo, tercera edición. Mc Graw Hill. Recuperado de: https://www.todostuslibros.com/libros/administracion-proceso-administrativo_978-958-41-0161-7

- Clarke, R. (April 1997). Our corporate strategic plan. *Healthcare Financial Management*. Tomo 51, volumen (4). 16. Recuperado de: <https://www-proquest-com.ezproxy.uniminuto.edu/docview/196375148/fulltextPDF/2771EA733ADD42A7PQ/1?accountid=48797>
- Clímaco, J. (2012). Antecedentes del proceso de planeación estratégica como fundamentos para el logro de un desarrollo endógeno sustentable desde la universidad. *Humanidades Médicas*, 12(3), 464-486. Recuperado en 25 de septiembre de 2022, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-81202012000300008&Ing=es&tIng=es
- Colombia Aprende. (2019). Camacol -Cámara Colombiana de Construcción. Recuperado de: https://www.colombiaaprende.edu.co/sites/default/files/files_public/2021-08/caracterizacion-sector-construccion.pdf
- Coorado, G. & Vagnani, G. (Jan-Jun 2016). Evaluating Corporate Strategic Plans Risk-Based Approach. *Journal of Financial Management & Analysis*. Tomo 29, volumen (1). 15 – 26. Recuperado de: <https://www.proquest.com/docview/1836953504/fulltextPDF/571873802E434F98PQ/1?accountid=48797>
- Córdoba, M. (2018). Implementación de tecnologías estrategia para fortalecer la productividad y competitividad de las Pymes de la confección en Medellín. *Dialnet*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5192207>
- Dane. (2022). Indicadores Económicos Alrededor de la Construcción (IEAC). Octubre 2021 – febrero 2022 con corte a marzo 08 de 2022. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/construccion/indicadores-economicos-alrededor-de-la-construccion#:~:text=En%20el%20cuarto%20trimestre%20de,valor%20agregado%20del%20sector%20construccion%3%B3n>.
- David, F. (2013). *Administración Estratégica*. Pearson. Recuperado de: <https://laurabatres.files.wordpress.com/2018/06/conceptos-de-administracion-estrategica-14edi-david.pdf>

- Del peso, N. & Guerrero, A (2022) Planificación estratégica en el desarrollo de las PYMES Industriales en la Ciudad de Guayaquil en tiempos de pandemia. *Ciencias económicas y empresariales*. Recuperado de DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i1.2604>
- Duque, M. Osorio, J. & Agudelo, D. (2012). Análisis de la Aplicación del Sistema de Costeo Estándar en las Empresas Manufactureras Colombianas. Dialnet. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4172037>
- Durán Acosta, M. M. G., Calles Montijo, D. F., & Leyva Carreras, D. A. B. (2018). La planeación estratégica como herramienta de toma de decisiones en la gestión empresarial de las Pymes. *Revista De Investigación Académica Sin Frontera: División De Ciencias Económicas Y Sociales*, (21). <https://doi.org/10.46589/rdiasf.v0i21.74>
- El buzón de Pacioli, (2013) Planeación estratégica un pilar en la gestión empresarial. Instituto tecnológico de sonora. <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/81/pacioli-81.pdf>
- Fair Disclosure Wire. (April 2018). Pier 1 Imports Inc Discusses the Company's threeyear Strategic Plan and 2019 Guidance Corporate Analyst Meeting – Final. Linthicum. Recuperado de: <https://www-proquest-com.ezproxy.uniminuto.edu/docview/2033797380/fulltext/9E3A326E9FCB406CPQ/1?accountid=48797>
- Fuchs, S., Baricevic, D., & Vukojac, M. (2022). A strategic approach to merging large corporations through the efficiency and effectiveness of their business in world practice. *UTMS Journal of Economics*, 13(1), 76-97. Retrieved from <https://www-proquest-com.ezproxy.uniminuto.edu/scholarly-journals/strategic-approach-merging-large-corporations/docview/2700799352/se-2>
- Galvis, C. & Botero, L. (2009). El comunicador corporativo como sujeto político en las Pymes de Medellín. Dialnet. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3294026>

- García Aracil, A. (2013). La planificación estratégica en las universidades públicas en España: un análisis de sus objetivos. *Aula*, 19, 111–132. <https://doi.org/10.14201/14689>.
<https://revistas.usal.es/index.php/0214-3402/article/view/14689>
- Gómez, N. & González, E. (2017) Gestión del talento humano en las plazas de mercado en Colombia, ¿un proceso exiguo o en construcción? Dialnet. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7854719>
- Gómez, J. & Suárez, N. (2015). Aportes de administración de empresas agropecuarias, Universidad Santo Tomás Educación Abierta y a Distancia en el desarrollo comunitario sector rural Colombia. Dialnet. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7860746>
- González, J & Rodríguez, M (2020) Manual práctico de planeación estratégica. Díaz de Santos. Recuperado de
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=kGzWDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR9&dq=planeacion+estrategica&ots=aBj-kkeHqf&sig=YhplG1mpzyhp6WHiSG9DsZWw30#v=onepage&q&f=false>
- Grupo de investigación en ciencias económicas y administrativas Gicea (2022) Líneas de investigación. Recuperado de <https://www.uniminuto.edu/gicea-antioquia-choco#:~:text=El%20Grupo%20de%20investigaci%C3%B3n%20en,que%20aporten%20soluciones%20a%20las>
- Guzmán Javier, A., Torees Valdez, J., & García Conteras, M., (2020): “Incidencia de la planeación estratégica y la gestión en la competitividad de las empresas que ofrecen servicios turísticos en la ciudad de Oaxaca de Juárez”, *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, n. 28 (junio/junho 2020). En línea: <https://www.eumed.net/rev/turydes/28/planeacion-estrategica-competitividad.html>
<http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes28planeacion-estrategica-competitividad>
- Hernández, Fernández y Baptista. (2001) Metodología de la Investigación. Editorial Mc Graw Hill. México. 2001.
- Jiménez, G. Rivera, A. Gaibao, M. (2018). Las condiciones de bienestar laboral en una empresa del sector hotelero. Estudio de caso en Medellín, Colombia. Dialnet. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7960052>

- Lambin, J. (2009). Dirección de marketing. Gestión estratégica y operativa del mercado. Mc Graw Hill.
Recuperado de:
https://www.academia.edu/11747236/Direcci%C3%B3n_de_marketing_Gesti%C3%B3n_estrat%C3%A9gica_y_operativa_del_mercado
- López, J (2019). Proceso administrativo. Economipedia. Recuperado de:
<https://economipedia.com/definiciones/proceso-administrativo.html>
- Marciniak, R (2013) Que es un plan estratégico? Recuperado de
<https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/01/07/que-es-un-plan-estrategico/>
- Macías, M & Mero, J. (2022). Importancia de Planeación Estratégica en Empresas en el Siglo XXI. Dialnet.
Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8331385>
- Mandhachitara, R & Poolthong, Y. (2011). A model of customer loyalty and corporate social responsibility. The Journal of Services Marketing. Recuperado de: <https://www-proquest-com.ezproxy.uniminuto.edu/docview/864093181?pq-origsite=summon>
- Marulanda, C. López, M. & Mejía, M. (2016). Minería de datos en gestión del conocimiento de pymes de Colombia. Dialnet. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7795735>
- Mausa, F. Urrego, M. Torres, J. Díez, L. Bermúdez, J. & Valencia, A. (2020). Exploración de factores que motivan a los estudiantes universitarios a crear empresas en Medellín, Colombia. Dialnet.
Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8233075>
- McGlone, T. Winters, J. & McGlone, V. (21 April 2011). Corporate Social Responsibility and the Millennials. Journal of Education for Business. Tomo 4, volumen (86). 195 – 200. Recuperado de:
<https://doi-org.ezproxy.uniminuto.edu/10.1080/08832323.2010.502912>
- Ministerio de educación (2022) Concejo Nacional de acreditación. Acreditación de programas pregrado. LINEAMIENTOS PARA LA ACREDITACIÓN DE PROGRAMAS. Recuperado de [articles-186359_lineamientos_2.pdf \(mineducacion.gov.co\)](https://www.mineducacion.gov.co/186359_lineamientos_2.pdf)
- Múnera, M. Mejía, A. Franco, J. Pabón, A & Ortega, O. (2003). La gestión del conocimiento en las empresas de servicios de Medellín. Dialnet. Recuperado de:
<http://www.ejournal.unam.mx/ibi/vol17-35/IBI03505.pdf>

- Muñoz, C. Pineda, B. & Gómez, M. (2022). Modelo econométrico para el análisis de la elección de modo de transporte en viajes domésticos: el rol de las variables latentes. Dialnet. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8485605>
- Naranjo, R; Mesa, M & Solera Salas, José (s.f) De la Administración por objetivos al control estratégico Tecnología en Marcha. Vol. 18 N.º 1. file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-DeLaAdministracionPorObjetivosAlControlEstrategico-4835876%20(1).pdf
- Pérez de Tudela, C. O., Redondo, Y. P., & Sesé Oliván, F. J. (2006). ¿Cómo retener a los clientes? Influencia de los costes de cambio y del nivel de satisfacción. *Revista de Empresa*, 15, 52–65. Recuperado de: <https://web-s-ebsohost-com.ezproxy.uniminuto.edu/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=c4bb5bac-6298-4764-a09e-74c78ea73840%40redis>
- Reyes, O (2012) Planeación Estratégica Para Alta Dirección. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=E-cOc-iRkY8C&oi=fnd&pg=PR4&dq=planeacion+estrategica&ots=6nEIMyMzNL&sig=A7NiiTAYuV5eOomxHIMVcDBAIsY#v=onepage&q=planeacion%20estrategica&f=false>
- Robles Mendoza, D. & Carreño Arteaga, N (2020) Plan estratégico para lograr la sostenibilidad de la escuela de conducción Sportmancar, Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional, ISSN-e 2550-682X, Vol. 5, N.º. 3, 2020, págs. 519-540. DOI: 10.23857/pc. v5i3.1348
- Roy, S. & Young, E. (October 1991). From Paper to Practice: Implementing the Corporate Strategic Plan. *Business Quarterly*. Tomo 55, volumen (3). 119. Recuperado de: <https://www-proquest-com.ezproxy.uniminuto.edu/docview/222606144?pq-origsite=summon>
- Sánchez, C y Ramos, B (2020): La planificación estratégica como método de gestión pública: experiencias en la administración española. *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, núm. 23, pp. 167-171, Instituto Nacional de Administración Pública (INAP) <https://www.redalyc.org/journal/2815/281563033009/html/>
- Sánchez, J. (2015). Empresa. *Economipedia*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>
- Shiva, V. (September 2015). Limiting Corporate Power and Cultivating Interdependence: A Strategic Plan for the Environment. San Francisco. Tomo 30, volumen (2). 26 – 28. Recuperado de:

<https://www-proquest-com.ezproxy.uniminuto.edu/docview/1676076536/fulltextPDF/6DD2EA757EF64F45PQ/1?accountid=48797>

Sampieri, R. (2014). Metodología de la investigación. Mc Graw Hill. Recuperado de:

<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Tracy, B. (2015). Business Strategy the Brian Tracy Success Library. Amacom. Recuperado de:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliouniminuto-ebooks/reader.action?docID=1964253>

Tóala Bozada, S., Tóala Bozada, F., Canarte Baque, A., (2022) La planeación estratégica y su aporte al desarrollo organizacional de las microempresas. *Revista científica dominio de las ciencias*. ISSN-e 2477-8818, Vol. 8, N.º. Extra-1, 2022 (Ejemplar dedicado a: Febrero Especial 2022), págs. 1016-1034 DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i1.2619>

Uniminuto (2019) Administración de empresas. Perfil del aspirante. Recuperado de

<https://www.uniminuto.edu/programas/soacha/administracion-de-empresas>

Valor, C. (March 2007). A global strategic plan for corporate philanthropy. Corporate Communications Preview publication details. Tomo 12, volumen (3). 280 – 297. Recuperado de:

<https://www-proquest-com.ezproxy.uniminuto.edu/docview/214190533/fulltextPDF/705FDAC948A743BAPQ/1?accountid=48797>

Vélez, L. Ramírez, A. Londoño, L. Giraldo Y. & Londoño, D. (2011). Regulación y bienestar económico: Evaluación de la regulación de servicios públicos domiciliarios de acueducto y electricidad en Colombia en los noventa. El caso de Empresas Públicas de Medellín. Dialnet. Recuperado de:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3742221>

Zartha, J. Franco, A. & Eraso, J. (2014). Análisis del Perfil de Innovación en un grupo de empresas colombianas. Dialnet. Recuperado de:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5770995>

Anexos

Encuesta

1. Indique su género

- a. Masculino
- b. Femenino

2. ¿En qué rango de edad se encuentra?

- a. 18 a 25 años
- b. 26 a 35 años
- c. 36 a 45 años
- d. 46 a 55 años
- e. 56 años en adelante

3. Nivel de escolaridad

- 1. Primaria
- 2. Secundaria
- 3. Técnico
- 4. Tecnológico
- 5. Pregrado
- 6. Posgrado
- 7. Ninguna

4. Indique el estrato socioeconómico donde reside actualmente

- a. Estrato 1
- b. Estrato 2
- c. Estrato 3
- d. Estrato 4
- e. Estrato 5
- f. Estrato 6

5. ¿Cuál es el cargo que ocupa dentro de la empresa?

- a. Administrativo
- b. Operativo

6. Indique la antigüedad dentro de la empresa

7. Según su experiencia general con la empresa, ¿Qué posibilidades hay de que la recomiende a su familia / amigos?

- a. Definitivamente NO la recomiendo
- b. NO la recomiendo
- c. Me es indiferente
- d. La recomendaría
- e. Definitivamente SI la recomendaría

8. Los principales elementos de la misión, visión, valores de la empresa son

- a. Desarrollar proyectos de viviendas satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes, para ser reconocidos como firma de arquitectos en todo el país con la transparencia y la excelencia que nos identifica
- b. Desarrollar y lograr contrataciones de ingeniería con el estado para ser reconocidos como una de las mejores empresas del país en contratación pública, con responsabilidad y compromiso
- c. Implementar un plan de marketing a empresas constructoras de la región antioqueña y lograr ser los mejores en el 2015 con transparencia y responsabilidad

9. Las principales áreas de la empresa son:

- a. El área de compras, contabilidad y contratación publica
- b. El área de diseño. administración, contabilidad, proyectos y obras
- c. Logística Internacional, administración y diseño

10. Los procesos a seguir en las acciones del o los proyectos de la empresa son:

- a. Contratación de obra o proyecto - diseño - licencia de construcción - ejecución de obra - entrega
- b. Licencia de construcción - diseño - ejecución de la obra - entrega
- c. Diseño - Licencia de construcción - entrega - ejecución de la obra

11. Para realizar un informe o reporte dentro de su área para a fin de hacer seguimiento a las acciones del o los proyectos de construcción, se debe:

- a. Autorizar primero con el líder de proyecto para coordinar la fecha de la entrega y los temas que se abordarán.
- b. Los reportes o informes no se realizan en la empresa
- c. Primero comparar el estado de la tarea y avance frente al cronograma y la planeación de actividades definida con anterioridad; para luego presentar el reporte de seguimiento según el seguimiento evidenciado

12. ¿Establece metas a corto, mediano y largo plazo?

- a. No lo hago.
- b. Raramente lo hago.
- c. De vez en cuando.
- d. Frecuentemente lo hago.
- e. Siempre lo hago.

13. ¿Es capaz de hacer ajustes para asumir nuevas prioridades y responder a los nuevos objetivos y demandas del o los proyectos de construcción?

- a. Nunca realizo ajustes.
- b. Raramente lo hago.
- c. De vez en cuando.
- d. Frecuentemente lo hago.
- e. Siempre lo hago.

14. ¿Coordina eficiente y acertadamente la asignación de recursos?

- a. No lo hago.
- b. Raramente lo hago.
- c. De vez en cuando.
- d. Frecuentemente lo hago.
- e. Siempre lo hago.
- f. NA

15. ¿Administra eficientemente el tiempo y las prioridades con relación al o los proyectos de construcción?

- a. No lo hago.
- b. Raramente lo hago.
- c. De vez en cuando.
- d. Frecuentemente lo hago.
- e. Siempre lo hago.

16. ¿Cómo afecto al plan estratégico corporativo la pandemia del COVID 19?

17. Como resultado de la pandemia, la empresa ¿qué ajustes hizo ajustes al plan estratégico?

Esta encuesta será utilizada únicamente para fines académicos por lo tanto Autorizo el tratamiento de datos

Sí _____ No _____

Anexo 1. Encuesta. Elaboración propia.