



**Escuela de Administración de Empresas.**

**Estudio de mercado para determinar si existe la necesidad de ofrecer en el Cantón central de Limón la carrera de Gestión de la Producción y Servicios por parte del Colegio Universitario de Limón.**

**Proyecto Final de Graduación para optar por el grado de Bachillerato en Administración de Empresas.**

**Elaborado por**

**Marcelly de los Ángeles Brenes Salas**

**Profesor tutor**

**Marco Martínez Mora, MDE**

**Limón, Costa Rica**

**I Semestre 2019**

# Índice

Resumen.....	vii
Abstract.....	vii
Palabras claves.....	viii
Introducción.....	1
1. Capítulo I planteamiento del problema.....	3
1.1 Marco Referencial (aspectos generales de la empresa) Antecedentes.....	4
1.2 Justificación.....	16
1.3 Objetivos de la investigación.....	17
1.3.1 Objetivo general.....	17
1.3.2 Objetivos específicos.....	17
1.4 Pregunta de investigación.....	18
1.5 Alcances y limitaciones.....	19
1.6 Cronograma.....	20
2. Capítulo II revisión de la literatura.....	21
2.1 Investigación.....	22
2.1.1 Tipos de enfoque.....	22
2.1.2 Investigación básica.....	23
2.1.3 Investigación aplicada.....	24
2.1.3.1 Investigación de Mercados.....	24

2.2 Grupos focales .....	26
2.2.1 Ventajas del grupo focal.....	26
2.2.2 Composición del grupo focal .....	27
2.3 Encuestas .....	28
2.3.1 Ventajas de las encuestas .....	28
3. Capítulo III método de la investigación. ....	29
3.1 Enfoque de la investigación .....	30
3.2 Diseño de la investigación.....	30
3.3 Unidad de análisis .....	31
3.4 Población y muestra .....	32
3.5 Técnica de recolección de datos .....	35
3.6 variables de investigación .....	36
3.7 Estrategias de análisis de datos .....	41
4. Capítulo V análisis de los resultados.....	42
4.1 Análisis de los resultados de las encuestas .....	43
4.1.1 Sección 1: situación actual .....	43
4.1.2 Sección 2: Opinión y conocimiento de la carrera. ....	48
4.1.3 Sección 3: Preferencia de los encuestados en cuanto a reclutamiento. ....	63
4.1.4 Sección 4: Perfil de las empresas encuestadas.....	65
4.2 Análisis de los resultados del grupo focal .....	67

5. Capítulo VI Conclusiones y recomendaciones.....	69
5.1 Conclusiones.....	70
5.2 Recomendaciones.....	72
6. Bibliografía.....	73
7. Apéndices.....	74
7.1 Grupo focal Apéndice 1 .....	74
7.2 Encuesta Apéndice 2.....	81
7.3 Tablas Apéndice 3.....	90
7.4 Documentación de limitación. Apéndice 4.....	98
7.5. Datos de los encuestados. Apéndice 5.....	99
8. Anexos .....	101
8.1 Listado de empresas Anexo 1 .....	101
8.2 Oficio entregado a la Decana del CUNLIMÓN Anexo 2.....	102

## **Índice de Gráficos**

Gráfico 1. Necesidad de personal capacitado en producción y servicios en la zona de Limón. ....	44
Gráfico 2. Demanda laboral de la carrera producción y servicios en la zona de Limón. ....	45
Gráfico 3. Necesidad de profesionales de producción y servicios.....	46
Gráfico 4. Plazas disponibles en las empresas de la zona de Limón para el área de producción y servicios. .....	47
Gráfico 5. Salario mensual que están dispuestos a pagar las empresas a un egresado de un Diplomado de gestión de producción y servicios, abril 2019. ....	48

Gráfico 6. Áreas donde las empresas de la provincia de Limón podrían aceptar un profesional de la carrera de producción y servicios.....	50
Gráfico 7. Idiomas necesarios para desempeñar labores en el área de producción y servicios. ....	51
Gráfico 8. Áreas o temáticas que deberían tener conocimiento los profesionales de producción y servicios. ....	53
Gráfico 9. Conocimiento de oferta de carrera. ....	56
Gráfico 10. Disposición de las empresas de la zona de Limón para contratar a un egresado de la carrera de producción y servicios. ....	57
Gráfico 11. Puestos de trabajo en que colocarían a un profesional egresado del área de producción y servicios.....	58
Gráfico 12. Calificación de los empresarios a las signaturas que cursan los estudiantes de la carrera de producción y servicios. ....	59
Gráfico 13. Percepción de la carrera de producción y servicios. ....	62
Gráfico 14. Proveniencia de los posibles candidatos cuando se realiza reclutamiento de profesionales. ..	63
Gráfico 15. Medios de preferencia para enterarse de posibles candidatos. ....	64
Gráfico 16. Procedencia del capital de la empresa. ....	65

## Índice de Tablas

Tabla 1. Necesidad de personal capacitado en producción y servicios en la zona de Limón.....	90
Tabla 2. Demanda laboral de la carrera de producción y servicios en la zona de Limón.....	90
Tabla 3. Necesidad de profesionales de producción y servicios.....	90
Tabla 4. Plazas disponibles en las empresas de la zona de Limón para el área de producción y servicios. ....	91

Tabla 5. Salario mensual que están dispuestos a pagar las empresas a un egresado de un Diplomado de Gestión de producción y servicios. ....	91
Tabla 6. Área donde las empresas de la provincia de Limón podrán aceptar un profesional de la carrera de producción y servicios. ....	92
Tabla 7. Idiomas necesarios para desempeñar labores en el área de producción y servicios. ....	92
Tabla 8. Áreas o temáticas que deberían tener conocimiento los profesionales de producción y servicios. ....	93
Tabla 9. Conocimiento de oferta de carrera. ....	94
Tabla 10. Disposición de las empresas de la zona de Limón para contratar a un egresado de la carrera de producción y servicios. ....	94
Tabla 11. Puestos de trabajo en que colocarían a un profesional egresado del área de producción y servicios. ....	94
Tabla 12. Calificación de los empresarios a las signaturas que cursan los estudiantes de la carrera de producción y servicios. ....	95
Tabla 13. Percepción de la carrera de producción y servicios. ....	96
Tabla 14. Proveniencia de los posibles candidatos cuando se realiza reclutamiento de profesionales. ....	96
Tabla 15. Medios de preferencia para enterarse de posibles candidatos. ....	97
Tabla 16. Procedencia del capital de la empresa. ....	97

### **Índice de ilustraciones**

Ilustración 1. organigrama del CUNLIMÓN. ....	9
Ilustración 2. Logo del CUNLIMÓN. ....	8

Ilustración 3. Salario mínimo de un Diplomado universitario, Fuente: Ministerio de trabajo y seguridad social 2019.....	49
---	----

### **Índice de cuadros**

Cuadro 1. Giras y laboratorios.....	10
Cuadro 2. Plan de estudio. ....	15
Cuadro 3. Diseño de la investigación .....	31
Cuadro 4. Lista de colegios.....	32
Cuadro 5. Cálculo de la muestra. ....	34
Cuadro 6. Unidades muestrales.....	35
Cuadro 7. Variables de investigación. ....	41
Cuadro 8. Necesidades de información ( grupo focal) .....	77
Cuadro 9. listado de recursos necesarios para el grupo focal (presupuesto.....	79
Cuadro 10. Aspectos logísticos (grupo focal).....	80

## **Resumen**

Esta investigación está enfocada en determinar si existe la necesidad de ofrecer una carrera de Gestión de la Producción y servicios para el mercado laboral en el cantón central de Limón. Además, Conocer la percepción de la población estudiantil de la zona tanto del CUNLIMÓN como de la carrera de Gestión de la producción y servicios.

Como parte de la búsqueda de información, para conocer los resultados se sometieron a estudio dos poblaciones las cuales fueron; empresarios del cantón central de Limón a los cuales se le aplicó una serie de preguntas de un cuestionario que se elaboró para este estudio y estudiantes de colegios para esta población el método que se utilizó fue un grupo focal para que cada uno diese su opinión.

Al finalizar este estudio de mercado se obtuvo que el resultado más relevante es que la mayoría de las empresas del cantón central de Limón no tienen plazas disponibles para una persona capacitada en el área de producción y servicios.

Se espera que con los resultados obtenidos con este estudio de mercado se pueda ayudar al CUNLIMÓN a tomar futuras decisiones en cuanto a la carrera de gestión de la producción y servicios.

## **Abstract**

This research is focused on determining if there is a need to offer a career in Production Management and services for the labor market in the central canton of Limón. In addition, to



know the perception of the student population in the area of both CUNLIMÓN and the career of Management of production and services.

As part of the search for information, two populations were studied to know the results; businessmen of the central canton of Limón to which a series of questions was applied to a questionnaire that was prepared for this study and students of schools for this population. The method that was used was a focus group so that each one could give their opinion.

At the end of this market study, it was found that the most relevant result is that most of the companies in the central canton of Limón do not have available places for a person trained in the area of production and services.

It is expected that with the results obtained with this market study CUNLIMÓN can be helped to make future decisions regarding the career of production management and services.

### **Palabras claves**

- Investigación de mercados
- Técnicas de recolección de datos
- Gestión en la producción y servicios
- Análisis de datos
- Grupos focales
- Encuestas

## **Introducción**

En el presente informe se desarrolla un estudio de mercado para determinar si existe la necesidad de ofrecer en el cantón central de Limón la carrera de producción y servicios del CUNLIMÓN, donde se plantea el objetivo general derivándose de este los objetivos específicos.

El desarrollo de la investigación se divide en cinco capítulos donde el primer capítulo define los antecedentes de la empresa, se realiza la justificación de este estudio, además se describe la problemática de la investigación la cual es ¿Cómo podrían las autoridades del Colegio Universitario de Limón determinar si existe una demanda potencial para la carrera de Gestión de la producción y servicios para el mercado laboral en el cantón central de Limón al primer semestre del 2019?

El segundo capítulo es la revisión de la literatura, este capítulo es en donde se hace referencia a los temas que se consideran importantes a la hora de realizar la investigación, aquí se explica lo que es la investigación y las dos tendencias que existen para investigar, además de las dos estrategias de recolección de datos que fueron utilizadas las cuales son encuestas y grupo focal.

El tercer capítulo incluye la descripción de la metodología donde se detalla el enfoque y diseño de la investigación, además la unidad de análisis, población y muestra, cuáles fueron las variables de la investigación y la estrategia de análisis de datos.

En el cuarto capítulo se detalla gráfica y textualmente el análisis de los resultados obtenidos con esta investigación. y en el último capítulo se describen las conclusiones y recomendaciones.

Al finalizar el proyecto se presentan las fuentes bibliográficas utilizadas para la realización de la investigación, apéndices donde se incluye información generada para la investigación como

encuesta y preguntas para el grupo focal, además de los anexos donde se presenta información adicional que fue útil durante del desarrollo de la investigación.

## **1. Capítulo I planteamiento del problema**



El propósito de este capítulo se basa en explicar de forma analítica el planteamiento del problema y la justificación, detallar el objetivo general y los específicos de una manera amplia para conocer hacia donde se dirige la investigación, además de se detallan los alcances y limitaciones que tuvo el proyecto a medida que se iba desarrollando.

### **1.1 Marco Referencial (aspectos generales de la empresa) Antecedentes.**

Según la página web del Colegio Universitario de Limón (2019) se relata que bajo la ley 1941 en el año 1999 se crea el Colegio Universitario de Limón, una institución semiautónoma de educación superior, dos años después se firma un convenio de articulación con los demás colegios universitarios como lo son el Colegio Universitario de Cartago (CUC), Alajuela (CUNA), Puntarenas (CUP), además de la Escuela Centroamericana de Ganadería (ECAG) y el Ministerio de Educación Pública (MEP); mediante estas instituciones se realizarían préstamos para impartir las carreras que el CUNLIMÓN iba a impartir.

Con cuarenta y cuatro estudiantes de la carrera de diplomado de Computación empresarial, además de sesenta y cinco personas en el programa de técnicos la institución abre sus puertas en la provincia de Limón en el año 2002.

En el siguiente año se abren nuevas carreras como diplomados de inglés como Segunda Lengua, Dirección de Empresas y Guía Naturalista, en este mismo año suceden dos acontecimientos muy importantes para la institución ya que se abre una sede en el cantón de Pococí y además se firma un convenio de articulación con la Universidad de Costa Rica (UCR) sede de Limón, esto para que los estudiantes pudieran continuar con sus estudios y finalizar el

bachillerato universitario. De esta misma manera se firma un convenio con el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA).

El CUNLIMÓN continúa expandiéndose en otros cantones en el año 2004 al 2007 logrando tener sedes en Matina, Talamanca y Siquirres. En este último año la institución firma convenio con la UNED y nace el Conservatorio de las Artes y la Música del Caribe y el establecimiento de la Escuela de Música en Limón.

La UNA realiza una petición de abrir una sede en Sarapiquí, en la cual el CUNLIMÓN acepta y abre su sede en el año 2009. Por último, la institución en el año 2010 abre una sede en el cantón de Guácimo contando así con una cobertura en los seis cantones de la provincia de Limón.

### **1.1.1 Misión**

Según el Colegio Universitario de Limón (2018). Su misión es “Institución parauniversitaria estatal que ofrece a la región, formación del talento humano que permita contribuir a impulsar el desarrollo social, económico, académico y cultural de la Provincia de Limón”.

### **1.1.2 Visión**

Según el Colegio Universitario de Limón (2018). Su visión es “Ser líder en el ámbito de la educación parauniversitaria estatal, brindando a la comunidad limonense programas innovadores y oportunos con las necesidades y los cambios del entorno de la región y del país”.

### **1.1.3 Valores institucionales**

A continuación, se presentan los valores organizacionales del CUNLIMÓN:

- Compromiso con la Institución

- Solidaridad con la sociedad
- Excelencia Académica
- Responsabilidad
- Humanismo
- Ética

#### **1.1.4 Fin**

Es fin del CUNLIMON la formación superior para universitaria y técnica del talento humano que permita impulsar el desarrollo social, económico, académico y cultural de la población limonense, mediante la oferta de carreras relacionadas con los ejes de desarrollo regional.

(Colegio Universitario de Limón, 2018)

#### **1.1.5 Principios**

- La implementación de programas académicos en respuesta a los ejes de desarrollo de la provincia de Limón.
- La promoción de la cultura y los deportes, mediante la elaboración de planes, programas y proyectos institucionales.
- El respeto hacia la igualdad de oportunidades y equidad de género entre la comunidad institucional.
- Establecimiento de alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas, de orden nacional o internacional, que permita la implementación de acciones con valor agregado para la comunidad estudiantil.

- Promoción de acciones y proyectos vinculados con el uso y manejo integrado de los materiales, desechos, agua y energía que permitan que la institución se convierta en un modelo de gestión ambiental. (Colegio Universitario de Limón, 2018)

#### **1.1.6 Políticas institucionales**

- Fortalecimiento de la infraestructura institucional en la Sede y cantones de la provincia de Limón.
- Implementación de Programas académicos basados en los ejes de desarrollo regional.
- Promoción de la música, el arte y los deportes mediante acciones desarrolladas institucionalmente.
- Promoción de la igualdad de oportunidades y equidad de género entre los funcionarios y estudiantes del CUNLIMON.
- Establecimiento de convenios de cooperación con Universidades Públicas (UCR-UNA-TEC-UNED-UTN) e instituciones gubernamentales y privadas.
- Fortalecimiento del Programa acuícola que se tiene por la ley 8436 (Ley de Pesca y Acuicultura) de INCOPECA.(Aprobado en Sesión de Consejo Directivo N°23 de fecha setiembre del 2010)
- Promover acciones de uso y manejo integrado de los materiales, desechos, agua y energía de forma tal que la institución se convierta en un modelo de gestión ambiental sostenible mediante la ejecución de actividades que fomenten la cultura de conservación del medio ambiente a través de programas de gestión dirigidos al personal docente, administrativo y a los estudiantes del CUNLIMON. (Colegio Universitario de Limón, 2018)



### **1.1.7 Objetivos institucionales**

- Responder a la demanda del mercado con una oferta académica vinculada con los diversos sectores sociales, culturales y productivos del país.
- Disponer de las condiciones adecuadas para el desarrollo de los servicios educativos.
- Identificar fuentes de financiamiento para ampliar infraestructura y cobertura de servicios educativos en la provincia de Limón.
- Posicionar al CUNLIMON como institución parauniversitaria estatal líder en la Provincia de Limón. (Colegio Universitario de Limón, 2018)

### 1.1.8 Organigrama

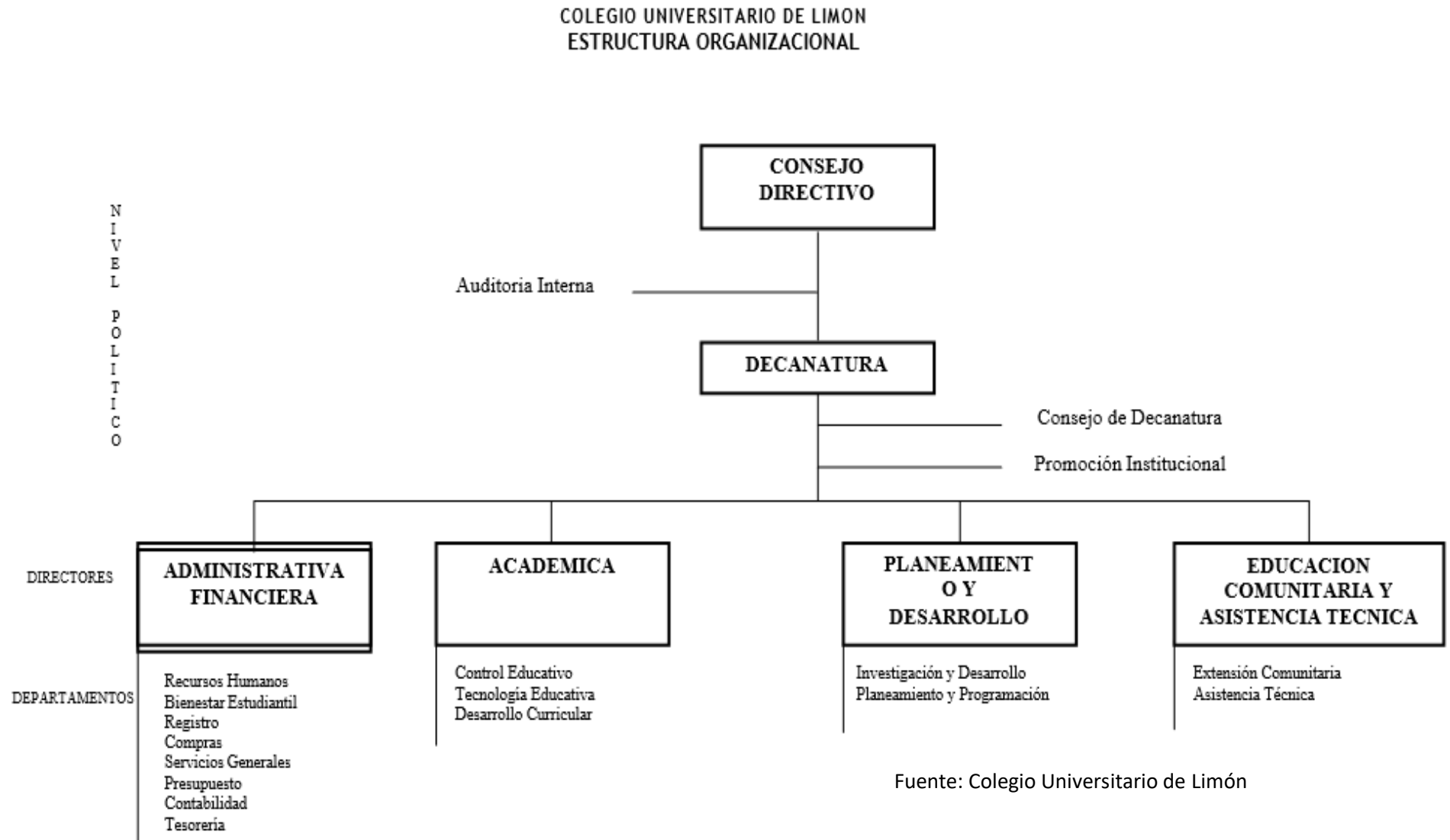


Ilustración 1. organigrama del CUNLIMÓN

### 1.1.9 Logo de la institución



Fuente: Colegio Universitario de Limón.

*Ilustración 2. Logo del CUNLIMÓN*

### 1.1.10 Descripción de área o departamento específico donde se desarrolló el TFG

#### **Dirección de Planeamiento y Desarrollo**

Según el plan operativo institucional del CUNLIMÓN (2018) Es la encargada de realizar los estudios necesarios para justificar la apertura, desarrollo o congelamiento de carreras, así como la elaboración de aquellos procesos tendientes al desarrollo integral de la Institución.

Son sus funciones:

- Planear, dirigir, coordinar y supervisar la programación y desarrollo de actividades técnicas, científicas y administrativas de la Dirección.
- Realizar los estudios de análisis administrativos tendientes a mejorar la organización y el funcionamiento institucional.
- Planear, dirigir, supervisar y evaluar los estudios e investigaciones de proyectos para la apertura, desarrollo y cierre de carreras cortas, programas educativos y administrativos.
- Realizar estudios sobre las necesidades cualitativas y cuantitativas institucionales en el campo de recursos humanos.

- Coadyuvar en la formulación de la política administrativa acorde con los objetivos, estructura y programas institucionales, para la asignación y uso correcto de los recursos humanos, financieros y de informática.

Son departamentos de dicha Dirección los siguientes: Planeamiento y Programación e Investigación y Desarrollo. Se cuenta con una plaza (la primera citada en el párrafo anterior) por lo que gran parte del quehacer recae sobre el equipo de trabajo existente.

#### **1.1.11 Descripción de la carrera**

Según el documento Diplomado en Gestión de la producción y servicios (2015).

La carrera en Gestión de la Producción y Servicios es un diplomado de educación superior para universitaria y se divide en 24 cursos de carácter presencial que se distribuyen en 6 cuatrimestres. El plan de estudios dura dos años y tiene un valor de 85 créditos. Una vez completado y aprobado el plan de estudios, en el cuatrimestre siguiente, el estudiante realiza la opción de graduación que por la naturaleza, objetivos y perfil de la carrera es una práctica supervisada. En el transcurso de la carrera los estudiantes realizarán 5 giras y 2 laboratorios como parte de la estrategia para lograr los objetivos del curso. El siguiente cuadro presenta la distribución de giras y laboratorios:

**Cuadro 1.**  
**Giras y Laboratorios**

Curso	Giras	Laboratorios
<b>Fundamentos de la Producción</b>	1	
<b>Principios de Seguridad e Higiene Ocupacional</b>	1	
<b>Salud y Seguridad Laboral en Terminales Logísticas</b>	1	
<b>Metrología y Normalización</b>		1
<b>Control de Inventarios</b>	1	
<b>Programación y Control de la Producción</b>	1	
<b>Control de Calidad</b>		1
<b>Total</b>	5	2

Fuente: Colegio Universitario de Limón.

*Cuadro 1. Giras y laboratorios.*

### **1.1.12 Perfil Profesional**

Según el documento Diplomado en Gestión de la producción y servicios (2015).

El Diplomado en Gestión de la Producción y Servicios tiene los conocimientos y destrezas para desempeñarse en control y mejoramiento de los sistemas de producción, aplicando estándares de seguridad y calidad. También tiene conocimientos en el manejo de inventarios, coordinación de personal, distribución de cargas de trabajo, distribución de planta, análisis de

tiempos y movimientos. Puede coordinar transporte, almacenamiento y compras y participar en procesos de programación de la producción. Tiene habilidades de comunicación oral y escrita y conocimientos básicos de inglés técnico.

### **1.1.13 Objetivos de la carrera**

Según el documento Diplomado en Gestión de la producción y servicios (2015).

#### **1.1.13.1 Objetivo general**

Formar Diplomados en Gestión de la Producción y Servicios con los conocimientos y habilidades necesarios para la gestión programación y control de los procesos productivos y de servicios.

#### **1.1.13.2 Objetivos específicos**

- Coordinar procesos de producción y servicios.
- Aplicar habilidades de comunicación oral y escrita en su entorno laboral.
- Ejercer el dominio básico de un segundo idioma.
- Aplicar principios de seguridad e higiene ocupacional.
- Conocer los códigos, normas y procedimientos de seguridad en terminales logísticas.
- Elaborar procedimientos de control de calidad.
- Calcular los costos de producción.
- Aplicar técnicas de control de inventarios.
- Realizar estudios de tiempos y movimientos.
- Supervisar personal operativo.

- Participar en la programación de los procesos productivos

## **1.1.14 Especificaciones de la carrera**

### **1.1.14.1 Requisitos de ingreso**

Según el documento Diplomado en Gestión de la producción y servicios (2015). Los requisitos de ingreso son los siguientes:

- Original y copia de Título de Bachillerato en Educación Media
- Original y copia de Recibo de Póliza Estudiantil del INS
- Original y copia de Cédula de Identidad
- Fotografías recientes tamaño pasaporte
- Entrevista de selección.

### **1.1.14.2 Malla curricular**

Según el documento Diplomado en Gestión de la producción y servicios (2015).

La malla curricular de la carrera de Diplomado en Gestión de la Producción y Servicios contempla dos ejes básicos:



Código PS; significa Producción y Servicios. Aquí se agrupan los cursos fundamentales de la carrera para adquirir la competencia



laboral. Código CG; significa Competencias Generales. Son las materias transversales y básicas que complementan la formación profesional.

A continuación, se muestra la malla curricular de la carrera Diplomado en Gestión de la Producción y Servicios del Colegio Universitario de Limón. Es importante destacar que se



entiende por un crédito como la “unidad valorativa del trabajo del estudiante que equivale a tres horas reloj semanales de trabajo del mismo, durante 15 semanas, aplicadas a una actividad que ha sido supervisada, evaluada y aprobada por el profesor” según lo establece el Artículo 35 del Reglamento a la Ley que regula las Instituciones de Enseñanza Superior Parauniversitaria. N°38639-MEP

### Plan de estudios del Diplomado en Gestión de la Producción y Servicios

Según el documento Diplomado en Gestión de la producción y servicios (2015). Detalla el plan de estudios de la siguiente manera:

CODIGO	REQUISITOS	CORREQUISITOS	NOMBRE DEL CURSO	HORAS DE ESTUDIO	HORAS PRESENCIALES	TOTAL DE HORAS SEMANALES	CREDITOS
<b>I CUATRIM.</b>							
<b>PS11</b>	BACHILLERATO		FUNDAMENTOS DE PRODUCCIÓN	6	4	10	3
<b>CG11</b>	BACHILLERATO		COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA	6	4	10	3
<b>CG12</b>	BACHILLERATO		PRECÁLCULO	8	4	12	4
<b>CG13</b>	BACHILLERATO		INGLÉS INTRODUCTORIO	6	4	10	3
<b>II CUATRIM</b>							
<b>PS21</b>	PS11		DIBUJO TÉCNICO	6	4	10	3
<b>PS22</b>	PS11		PRINCIPIOS DE HIGIENE Y SEGURIDAD OCUPACIONAL	6	4	10	3
<b>CG21</b>	CG12		CÁLCULO DIFERENCIAL E INTEGRAL	8	4	12	4
<b>CG22</b>	CG13		INGLÉS TÉCNICO	6	4	10	3
<b>III CUATRIM.</b>							
<b>PS31</b>	PS22		SALUD Y SEGURIDAD LABORAL EN TERMINALES LOGÍSTICAS	6	4	10	3
<b>PS32</b>			ANÁLISIS ESTADÍSTICO I	8	4	12	4
<b>CG31</b>	CG21		ÁLGEBRA LINEAL	8	4	12	4

<b>CG32</b>	PS11		HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS I	8	4	12	4
<b>IV CUATRIM.</b>							
<b>PS54</b>	CG11		RELACIONES LABORALES	6	4	10	3
<b>PS42</b>	PS32		COSTOS INDUSTRIALES I	6	4	10	3
<b>CG43</b>	CG31		ANÁLISIS ESTADÍSTICO II	8	4	12	4
<b>CG 44</b>	CG32		HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS II	8	4	12	4
<b>V CUATRIM.</b>							
<b>PS64</b>	PS54	CG11	DIRECCIÓN DE PERSONAL	6	4	10	3
<b>PS52</b>	CG32		ESTUDIO DEL TRABAJO I	8	4	12	4
<b>PS53</b>	PS42		COSTOS INDUSTRIALES II	6	4	10	3
<b>PS41</b>	CG32		METROLOGÍA Y NORMALIZACIÓN	8	4	12	4
<b>VI CUATRIM.</b>							
<b>PS51</b>	CG32		CONTROL DE INVENTARIOS	8	4	12	4
<b>PS61</b>	PS52		ESTUDIO DEL TRABAJO II	8	4	12	4
<b>PS63</b>	PS53		PROGRAMACIÓN Y CONTROL DE LA PRODUCCIÓN	8	4	12	4
<b>PS62</b>	PS41	CG43	CONTROL DE CALIDAD	8	4	12	4
<b>Total Créditos</b>							85

Finalizado el Plan de Estudios y en el siguiente cuatrimestre, se procede a realizar los requisitos de graduación según lo consignado en el Artículo 29 del Reglamento que Regula la Educación Superior Parauniversitaria.

Fuente: Colegio Universitario de Limón

*Cuadro 2. Plan de estudio.*

## **1.2 Justificación**

Esta investigación se realiza bajo la necesidad que tiene el Colegio Universitario de Limón de conocer la pertinencia de la carrera de Gestión de la Producción y Servicios con la que actualmente cuentan en su oferta académica, verificar si es necesario que la institución oferte dicha carrera para la zona de Limón y por ende, si fuese necesario buscar, la manera de adaptar la carrera a lo que necesita el mercado laboral Limonenses, es decir, que dicha investigación determine cuáles son las materias o conocimientos más importantes que son necesarios para impartir la carrera de una forma exitosa garantizando a los egresados ser colocados en el mercado laboral en la zona de Limón.

Según Pablo Garita (funcionario del CUN Limón), desde 2016 se ha ofertado la carrera de Gestión de producción y servicios en el Colegio Universitario de Limón, pero sólo se pudo conformar un grupo en ese año, del cual se graduaron únicamente 5 personas, cabe destacar que no se ha vuelto a abrir ningún grupo desde ese momento, ya que no hay estudiantes matriculados desde que se abrió la carrera. Con estos resultados, la administración del Colegio desea saber si es necesario cerrar la carrera, pues no está teniendo la demanda esperada.

Al haber graduado personas en ese diplomado, la normativa vigente exige que exista un estudio de mercado que justifique la ausencia de demanda de la carrera en el mercado, y así, que el Consejo Superior de Educación pueda aprobar el cierre.

### **1.3 Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1 Objetivo general**

Desarrollar una investigación de mercado para determinar si existe la necesidad de ofrecer una carrera de Gestión de la Producción y servicios para el mercado laboral en el cantón central de Limón al primer semestre del 2019.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Determinar el perfil de las de los encuestados.
- Conocer la percepción en cuanto a gustos y preferencias que tienen los encuestados acerca de la carrera de Gestión de la Producción y Servicios.
- Conocer la preferencia que tienen los encuestados en cuanto a las estrategias de comunicación de la carrera de Gestión de la producción y servicios del colegio universitario de Limón.
- Conocer la percepción que tienen los encuestados con respecto a las instalaciones físicas que ofrece el Colegio Universitario de Limón.
- Conocer la percepción que tienen los encuestados en cuanto a los precios de las carreras que ofrece el Colegio Universitario de Limón.
- Determinar los rangos salariales que estarían dispuestos a pagar los empleadores para egresados de la carrera de Gestión de la producción y servicios.
- Determinar la demanda potencial de empleadores para la carrera de Gestión de la producción y servicios.

#### **1.4 Pregunta de investigación**

¿Cómo podrían las autoridades del Colegio Universitario de Limón determinar si existe una demanda potencial para la carrera de Gestión de la producción y servicios para el mercado laboral en el cantón central de Limón al primer semestre del 2019?

## **1.5 Alcances y limitaciones**

### **1.5.1 Alcances**

Esta investigación se llevará a cabo en el departamento de Dirección de Planeamiento y Desarrollo del Colegio Universitario de Limón siendo colaborarle a la institución y a la misma vez cumplir con el requisito de graduación la principal razón de realizar la investigación de mercados que se pretende. El señor Pablo Garita quien es el encargado del departamento se encontró muy anuente a cualquier ayuda que se me presentó y a la vez a la hora de ya tener finalizada la investigación será utilizada para tomar decisiones en cuanto a la carrera en la que se trabajó la cual es Producción y Servicios.

### **1.5.2 Limitaciones**

El principal factor que limitó esta investigación de mercados fue que a la hora de realizar las encuestas a las empresas no todas contestaron el cuestionario , ya que cuando se hizo la visita personalmente, algunas de ellas no las contestaron inmediatamente y solicitaron que se les enviara de manera digital por correo electrónico, sin embargo, tampoco contestaron por este medio, aunque se hizo seguimiento enviando nuevamente correos, tampoco se obtuvo respuesta, de las 23 encuestas que se debían hacer solamente se pudieron recolectar 16. Ver apéndice 4

## 1.6 Cronograma

Cronograma de Actividades del Proyecto de Graduación																				
Actividades	S e m a n a s																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Inicio de estadía en la empresa (CUN Limón)	■																			
Establecer el alcance del estudio		■																		
Elaboración del Capítulo II Marco Teórico			■	■	■															
Elaboración del capítulo III Marco metodológico de la investigación						■														
Vista a empresas para encuestas y realización del focus group con los colegios							■	■	■	■										
Elaboración del capítulo IV análisis de la situación actual											■	■								
Elaboración del capítulo VI conclusiones y recomendaciones													■	■						
Revisión integral del documento por parte del estudiante																■				
Entrega del informe final a los profesores lectores																	■			
Atender observaciones de los lectores																		■		
Entrega final del proyecto																		■		
Fin de estadía en la empresa																	■			
Defensa Oral																		■	■	

## **2. Capítulo II revisión de la literatura**





Este capítulo está dedicado a fundamentar con una base teórica con todos los conceptos e ideas que integran la investigación realizada.

## **2.1 Investigación**

La investigación surge de la curiosidad, del afán por descubrir, por conocer algo, e implica siempre un aprendizaje, de modo que investigar es producir un saber a partir de la experiencia y de la curiosidad.

Las personas constantemente están investigando en la vida cotidiana, cuando tienen una duda o inquietud; ya que investigar es una actividad que está relacionada con la obtención de nuevos conocimientos o la intención de solucionar cualquier inconveniente. Según Sampieri, Hernández y Batista (2006) se define como investigación al “conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema” (p.18).

A las investigaciones de se le puede dar dos enfoques los cuales son cualitativo y cuantitativo, esto va a depender de los datos que se vayan a recolectar ya sean numéricos o características y cualidades. Según Sampieri, Hernández y Batista (2006) “Durante el siglo XX surgieron dos aproximaciones a la investigación: el *enfoque cuantitativo* y el *enfoque cualitativo*. En términos generales, los dos enfoques emplean procesos cuidadosos, sistemáticos y empíricos para generar conocimiento” (p.18).

### **2.1.1 Tipos de enfoque Enfoque Cualitativo**

Cuando hablamos de un enfoque cualitativo nos referimos a la recolección de datos sin medición numérica; es aquí donde se analizan opiniones, características, cualidades de algo o de alguna situación en particular obteniendo datos descriptivos. Según Zikmund y Babin (2009)

afirma que un enfoque cualitativo “Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (p.7).

### **Enfoque Cuantitativo**

Con el enfoque cuantitativo podemos determinar la viabilidad de una investigación ya que se hacen pruebas, se formulan hipótesis de investigación, se van obteniendo datos para luego ser procesados con recursos estadísticos para asegurar el máximo control, en este enfoque si se usan datos numéricos. Este enfoque “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Zikmund y Babin, 2009, p.4)

Existen dos tendencias para investigar, la primera es la investigación básica también conocida como investigación fundamental, exacta o investigación pura, y la segunda es la investigación aplicada.

#### **2.1.2 Investigación básica**

Gracias a la investigación básica se da origen a nuevos avances en la ciencia ya este tipo de investigación no lleva una meta específica y su principal enfoque no es solucionar un problema en particular, si no que conforme va avanzando la investigación con los resultados que se van encontrando se determina la problemática que hay y es aquí donde surgen nuevos descubrimientos que pasan a ser atendidos no en el momento exacto dando como resultado un nuevo avance científico.

Según Mina (2009) “La investigación básica está orientada al incremento de la densidad de información teórica de una determinada disciplina científica”. (p.7). Por otro lado, Cívicos y Hernández (2007) señalan que la investigación básica no considera una aplicación inmediata,

pero se tiene en cuenta que, a partir de sus resultados y descubrimientos pueden surgir nuevos productos y avances científicos (p.37)

### **2.1.3 Investigación aplicada**

Por el contrario de la investigación básica la investigación aplicada tiene como propósito hacer un uso inmediato del conocimiento existente para atender una decisión específica. Según Mina (2009) “La investigación aplicada confronta teorías. Busca obtener un nuevo conocimiento técnico de aplicación inmediata en un problema determinado”. (p,7)

Dentro de la investigación aplicada se encuentra la investigación de mercados.

#### **2.1.3.1 Investigación de Mercados**

La investigación de mercados es una técnica para recopilar información muy útil, con esta técnica se puede obtener retroalimentación del mercado meta, o bien obtener información cuando se quiere lanzar un producto nuevo y conocer el impacto que este puede llegar a tener.

Según Zikmund y Babin (2009) afirma que la investigación de mercados:

Es la aplicación del método científico en la búsqueda de la verdad acerca de los fenómenos de marketing. Estas actividades incluyen la definición de oportunidades y problemas de marketing, la generación y evaluación de ideas, el monitoreo del desempeño y la comprensión del proceso de marketing. Dicha investigación es más que la mera aplicación de encuestas. Este proceso incluye el desarrollo de ideas y teorías, la definición del problema, la búsqueda y acopio de información, el análisis de los datos, y la comunicación de las conclusiones y sus consecuencias (p.5).

Con la recolección de datos mediante esta técnica se puede recolectar información valiosa que se puede utilizar para corregir errores, realizar mejoras o para tomar decisiones importantes.

Como todo procedimiento una investigación de mercados para llevar un orden y una secuencia debe seguir una serie de pasos:

1. Observación del fenómeno.
2. Formulación de la hipótesis.
3. Prueba de hipótesis.
4. Predicción del futuro.

Antes de realizar la investigación mediante cuestionarios el investigador analiza la situación actual del estudio que se va a realizar, seguido de esto con la información recopilada se debe elaborar una hipótesis de lo que está sucediendo, Cuando hablamos de hipótesis se refiere a una afirmación que se hizo y esta requiere ser comprobada y poder seguir dos caminos; buscar nuevas tendencias o Disminuir las tarifas de los enunciados hasta donde la estructura de costos te lo permita. (Benassini 2009, p.12)

### **¿Cuándo se necesita de la investigación de mercados?**

Cuando una empresa u organización requiere tener retroalimentación acerca de ella puede acudir a llevar a cabo una investigación de mercados para así poder tomar decisiones con precisión y exactitud.

Según Zikmund y Babin (2009) afirma que se necesita de la investigación de mercados cuando;

La necesidad de tomar decisiones inteligentes bien informadas motiva en última instancia la investigación de mercados. No toda decisión requiere este tipo de investigación. Así, cuando se enfrenta una decisión clave, un gerente de marketing debe considerar inicialmente si realiza o no dicha investigación. La determinación de realizarla se centra: (1) en restricciones de tiempo; (2)

la disponibilidad de datos; (3) la naturaleza de la decisión que se debe tomar, y (4) el valor de la información que se deriva de la investigación, comparada con sus costos. (p.19)

Existen gran variedad de técnicas para la recolección de datos para una investigación de mercados, en esta investigación se usarán dos las cuales son: grupos focales y encuestas.

## **2.2 Grupos focales**

Esta es una técnica donde se puede observar más de cerca a las personas que están siendo entrevistadas, los datos obtenidos mediante esta técnica son más precisos ya que se pueden observar sus reacciones, opiniones y gestos en tiempo real, que nos permite entender lo que la persona en cuestión quiere transmitir, una desventaja de esta técnica puede ser que las personas sean tímidas y no se expresen mucho, lo que puede significar que se dificulte el análisis de los datos.

Según Zikmund y Babin (2009) afirma que un grupo focal es:

Una entrevista de grupo focal es una entrevista no estructurada, de flujo libre, con un pequeño grupo de personas, entre seis y diez. Los grupos focales están dirigidos por un moderador entrenado que sigue un formato flexible para alentar el diálogo entre los participantes. Tópicos comunes son los programas de empleados, significados de marca, problemas con productos, temas publicitarios o conceptos de nuevos productos (p.142).

### **2.2.1 Ventajas del grupo focal**

Según Zikmund y Babin (2009) las ventajas de los grupos focales son “que permiten que la gente ventile sus sentimientos, ansiedades y frustraciones reales, así como la profundidad de sus convicciones, con sus propias palabras. Aunque otros enfoques también lo facilitan, los grupos focales ofrecen varias ventajas” (p.142):

1. Son relativamente rápidos.
2. Fáciles de ejecutar.

3. Permiten que quienes participan induzcan en forma creativa las ideas de los demás.
4. Ofrecen perspectivas múltiples.
5. Garantizan flexibilidad para descripciones más detalladas.
6. Muestran alto grado de escrutinio.

### **2.2.2 Composición del grupo focal**

Para llevar a cabo un grupo focal se deben seleccionar una cantidad de personas que sean adecuadas y necesarias para llevar a cabo el estudio que se piensa realizar.

Según Zikmund y Babin (2009) define que la composición del grupo focal es la siguiente;

El tamaño ideal del grupo focal es de seis a diez personas. Si es demasiado pequeño, uno o dos miembros pueden intimidar a los demás. Los conjuntos demasiado grandes no permiten la adecuada participación de cada miembro del grupo. Los grupos homogéneos parecen funcionar mejor porque permiten que los investigadores se concentren en consumidores con estilos de vida, experiencias y habilidades de comunicación similares. La sesión no se acalora con demasiadas discusiones y diferentes puntos de vista que se originan por los diversos antecedentes. Asimismo, desde una perspectiva etnográfica, quienes participan deben ser miembros de una cultura exclusiva e identificable (p.144).

Los grupos focales permiten a la persona que está realizando la investigación tener información precisa y poder ver las reacciones que están teniendo los participantes, de esta manera se evita que las respuestas sean manipuladas o sesgadas ya que el participante va actuando de manera natural y con el pensamiento que realmente tiene acerca del tema que se está tratando.

## **2.3 Encuestas**

Con las encuestas se debe tener en cuenta que la persona que está siendo encuestada puede perder el interés si esta está conformada por una gran cantidad de preguntas que pueden resultar aburridas, por esta razón la persona que está realizando una investigación debe tener cuidado a la hora de elaborar el cuestionario para que resulte atractivo y pueda ser completado con éxito.

Según Zikmund y Babin (2009) afirma que;

Es frecuente que la investigación requiera hacer preguntas a potenciales entrevistados que se deben contestar de manera verbal o escrita. A través de cuestionarios o entrevistas se recolectan datos mediante el correo, el teléfono, en línea o cara a cara. Así, una encuesta se define como un método de recolección de datos primarios a partir de la comunicación con una muestra representativa de individuos. Las encuestas ofrecen una instantánea en un punto de tiempo determinado (p.188).

### **2.3.1 Ventajas de las encuestas**

Cuando un investigador recolecta los datos mediante encuestas son muchas las ventajas que este obtiene ya que es una técnica que no necesita gran inversión económica. Según Zikmund y Babin (2009) las ventajas de las encuestas son “Las encuestas constituyen un medio barato, eficiente y preciso para evaluar información sobre una población”. (p.189)

### **3. Capítulo III método de la investigación.**





El propósito de este capítulo es presentar los métodos que se utilizarán para la obtención de resultados, donde se hace referencia al enfoque y diseño de la investigación, la unidad de análisis, la estrategia de muestreo, las variables y la estrategia de análisis de datos.

### 3.1 Enfoque de la investigación

La investigación cuenta con un tipo de enfoque mixto, debido a que no se busca comprobar ninguna hipótesis, sino que se realiza una recolección de información no estandarizado. Además, se cuenta referida a un diseño investigación-acción ya que se obtendrá información la cual será utilizada para conocer si la carrera tiene demanda en el mercado laboral del cantón Central de Limón.

### 3.2 Diseño de la investigación

El Diseño de la investigación abarca información del contenido del proyecto donde se estipula el enfoque del proyecto, exploratorio descriptivo donde se menciona que se realizó, encuestas, enfoque grupal, esto se divide en 2 grupos la población estudiantil con grupo focal y empresas siendo esta la población principal con encuestas.

Esta investigación presenta un diseño NO EXPERIMENTAL y la temporalidad es transversal

<b>Enfoque Mixto</b>	
<b>Alcance:</b>	Exploratorio descriptivo
<b>Diseños no experimentales:</b>	Encuestas, Grupo Focal

<b>Diseño:</b>	Investigación-Acción
<b>Temporalidad:</b>	Transversal
<b>Técnica:</b>	Encuestas y Grupo Focal

Fuente: Elaboración propia.

*Cuadro 3. Diseño de la investigación*

**3.3 Unidad de análisis**

Según Sampieri, Fernández y Batista (2006). “Aquí el interés se centra en “qué o quiénes”, es decir, en los participantes, objetos, sucesos o colectividades de estudio (las unidades de muestreo), lo cual depende del planteamiento y los alcances de la investigación” (p.172). Esta investigación cuenta con dos unidades de análisis a saber:

**3.3.1 Unidad de análisis 1**

El estudiante potencial de los principales Colegios del cantón central de Limón que estén en cuarto o quinto grado al primer semestre del 2019.

**3.3.2 Unidad de análisis 2**

La empresa (Empleadora) del cantón central de Limón al primer semestre 2019, con potencial para contratar profesionales en gestión de la producción y servicios.

### 3.4 Población y muestra

Según Sampieri, Collado y Batista (2006). “Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.174).

Según Sampieri, Collado y Batista (2006). “Una muestra es un subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de ésta”. (p.173)

En esta investigación de mercados se va a trabajar con dos poblaciones.

#### 3.4.1 Población 1

Los estudiantes de quinto año del colegio técnico y los estudiantes de cuarto año en los colegios académicos matriculados de los principales colegios del Cantón central de Limón

<b>NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN</b>
Colegio de Limón
C.T.P. de Limón
Nocturno de Limón
Liceo nuevo de Limón
Colegio de Pacuare
Colegio deportivo de Limón
María Inmaculada
Adventista de Limón
Sección nocturna C.T.P. de Limón
Caribbean School
San marcos
Científico de Costa Rica Atlántico -UNED-
Sagrada familia

Fuente: Elaboración propia.

*Cuadro 4. Lista de colegios.*

### 3.4.2 Muestra de la población 1

Mediante una muestra no probabilística o dirigida se eligió una muestra por conveniencia, se tomarán los principales colegios del cantón central de Limón, por cuotas usando una muestra de 13 estudiantes en total, un estudiante por cada colegio.

### 3.4.3 Población 2

Las empresas de servicios y producción del cantón central de Limón. Existe una base de datos de 50 empresas que fue facilitado por el CUNLIMÓN; ver anexo 1

### 3.4.4 Muestra de la población 2

Mediante un muestreo probabilístico con reemplazo se eligió la muestra.

#### 3.4.4.1 Cálculo de la muestra

Tamaño de muestra de una proporción de una población finita		
Datos		Cálculos
N=110	Población Finita	$n = \frac{P(1 - P)}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{P(1 - P)}{N}}$
P=0.5		
n=?		
E=0.03		

	Resuelto	$n = \frac{0,5(1-0,5)}{\frac{0,03^2}{1,65^2} + \frac{0,5(1-0,5)}{50}} \quad N = \frac{46,89}{2} = 23$

Fuente: Elaboración propia

*Cuadro 5. Cálculo de la muestra.*

Al realizar el cálculo de la muestra se obtuvo un total de 23 lo cual corresponde al número de empresas que serán encuestadas.

**3.4.4.2 Técnica de selección de las unidades muestrales**

La técnica de selección de las unidades muestrales es probabilístico aleatorio simple con reemplazo.

Como se mencionó anteriormente para este estudio se contaba con una base de datos de 50 empresas y la manera de seleccionar las 23 empresas que se obtuvieron por medio de la muestra fue por medio de la plataforma de Excel con la formula Aleatorio. Entre, donde cada empresa en la base de datos estaba enumerada del 1 al 50, con la formula se escogieron 23 números aleatorios y posteriormente se verificó a cuál empresa correspondía número, a continuación, se presentan las empresas seleccionadas al azar:

Número de empresa	Empresa
2	Aeromar
4	Alcaribe
10	Caribeños
12	Constructora Meco
13	Cosevi

15	CROWLEY
16	Del Monte
19	Flogar
20	Florida ICE y FARM
21	GAS Z
24	Grupo Hutchinson
26	ISIVEN
27	JAPDEVA
33	RENZI
35	RITEVE
40	SISLOCAR
41	TERMICON
42	TICONTAINER
44	Trans. Int. GASH
46	Transportes HL
47	TRANSUP
49	Veragua Rainforest
50	YARA

Fuente: Elaboración propia

*Cuadro 6. Unidades muestrales.*

NOTA: Cabe destacar que si alguna de las empresas no colabora con la encuesta esta será remplazada por otra.

### **3.5 Técnica de recolección de datos**

#### **3.5.1 Población 1**

La técnica de recolección de datos que se va a usar con los estudiantes de colegio de quinto grado en el colegio técnico y estudiantes de cuarto grado en los colegios académicos es un grupo focal.

Se realizó una planificación para el grupo focal la cual se puede ver en el apéndice 1.

### 3.5.2 Población 2

La técnica de recolección de datos que se va a usar con las empresas es Entrevistas, Cuestionario en el cual se elabora una serie de preguntas que se le aplicara a la muestra a través de dos vías:

Cuestionario administrado el mismo puede apreciarse en el apéndice 2.

Cuestionario administrado vía telefónica, en caso de no ser efectivo se enviarán por correo electrónico a cada empresario y en última instancia si fuera necesario se hace visita a la empresa para aplicar el cuestionario personalmente.

### 3.6 variables de investigación

<b>Objetivo</b>	<b>Variable (s) Población 1 (estudiantes)</b>	<b>Variable (s) Población 2 (empresas)</b>	<b>Operacionalización teórica</b>	<b>Medición</b>
Determinar el perfil del encuestado	Edad	Edad	Según la real academia española (2019) es el “Tiempo que ha vivido una persona u otro ser vivo contando desde su nacimiento”.	Años de vida, rangos etarios

	Ingreso económico	NA	Según ecofinanzas (2019). Se define como “Cantidad de Dinero que una familia puede gastar en un periodo determinado sin aumentar ni disminuir sus activos netos”.	Colones
	Ubicación geográfica	Ubicación geográfica	Según la Real Academia Española (2019) ubicación geográfica se define como “Lugar donde reside una persona”	Pregunta abierta
	NA	Procedencia del capital de la empresa	Según la real academia española (2019). Origen es “el principio de donde nace o se deriva algo”  Según la real academia española	Capital público o privado, pregunta cerrada



			(2019). Capital se define como “conjunto de dinero y bienes materiales aportados por los socios de una empresa”	
Conocer la percepción en cuanto a gustos y preferencias que tienen los encuestados acerca de la carrera de gestión de producción y servicios	Modalidad de educación	NA	Según la real academia española (2019) modalidad se define como “modo de ser o de manifestarse algo”	Virtual o presencial
Conocer la preferencia que tienen los encuestados en cuanto a las estrategias de comunicación de la	Estrategias de comunicación	NA	Según la real academia española (2019). Estrategia se define como “En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una	Redes sociales Periódico Radio TV

<p>carrera de gestión de producción y servicios</p>			<p>decisión óptima en cada momento”</p> <p>Según la real academia española (2019).” Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor</p>	
<p>Conocer la percepción que tienen los encuestados con respecto a las instalaciones físicas que ofrece la carrera de gestión de producción y servicios</p>	<p>Instalaciones físicas</p>	<p>NA</p>	<p>Según la real academia española (2019). instalaciones se define como “Recinto provisto de los medios necesarios para llevar a cabo una actividad profesional o de ocio. U. m. en pl. Instalaciones industriales, educativas, deportivas”.</p>	<p>Excelente, bueno, regular o malo</p>

<p>Conocer la percepción que tienen los encuestados en cuanto a los precios de las carreras que ofrece el CUN Limón</p>	<p>Precio</p>	<p>NA</p>	<p>Según la real academia española (2019). Precio se define como “el valor pecuniario en que se estima algo”</p>	<p>Colones</p>
<p>Determinar los rangos salariales que estarían dispuestos a pagar los empleadores para egresados de la carrera de gestión de producción y servicios</p>	<p>NA</p>	<p>Rango Salario</p>	<p>Según la real academia española (2019). Rango se define como “Amplitud de la variación de un fenómeno entre un límite menor y uno mayor claramente especificados”</p> <p>Según la real academia española (2019). Salario se define como “Paga o</p>	<p>Colones</p>

			remuneración regular.”	
Determinar la demanda potencial de empleadores para los egresados de la carrera de producción y servicios	NA	Demanda	Según la real academia española (2019). Demanda se define como “acción de buscar”	Demanda alta, media o baja

**Fuente: Elaboración propia, 2019.**

*Cuadro 7. Variables de investigación.*

### **3.7 Estrategias de análisis de datos**

La herramienta utilizada para analizar los datos recopilados con las encuestas es Excel donde ya obtenidas las encuestas contestadas se procedió a graficar las respuestas de manera grupal para cada pregunta del cuestionario, para el grupo focal la estrategia utilizada fue grabar un video del momento en que realizo el grupo focal y luego se procedió a revisar el video las veces que fuera necesario para procesar la información recopilada.

## **4. Capítulo V análisis de los resultados**

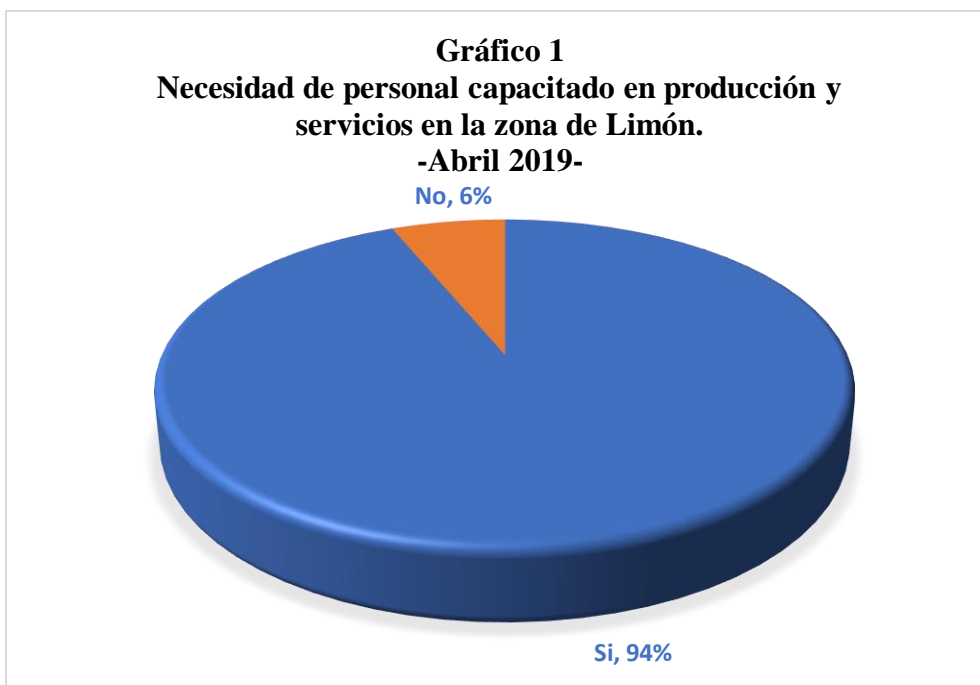


Los resultados obtenidos en esta investigación de mercados se presentan en dos partes. La primera parte corresponde a la sección de las encuestas que fueron aplicadas en las empresas de Limón centro y la segunda parte al grupo focal realizado a los estudiantes de los principales colegios del cantón central de Limón.

#### **4.1 Análisis de los resultados de las encuestas**

##### **4.1.1 Sección 1: situación actual**

En la siguiente sección se muestran los gráficos de las primeras 4 preguntas del cuestionario estas determinan la situación actual de las empresas del cantón central de Limón en cuanto a necesidad de personal capacitado en el área de producción y servicios y demanda laboral que tiene la carrera.



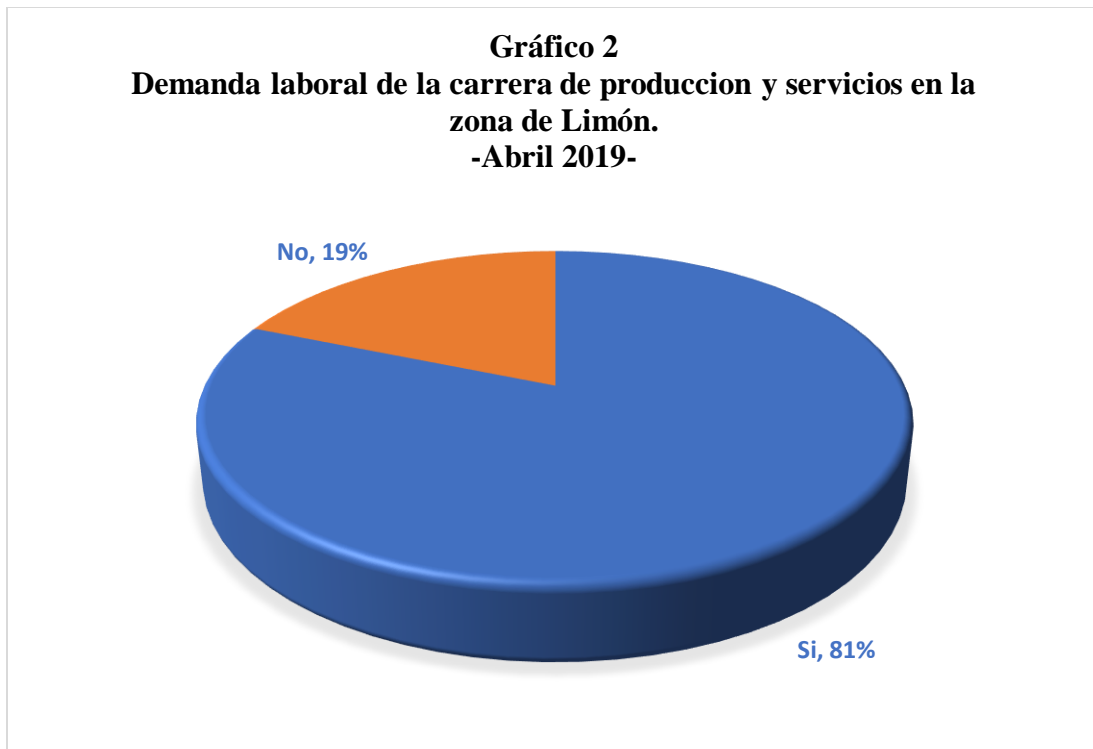
*Gráfico 1. Necesidad de personal capacitado en producción y servicios en la zona de Limón.*

Fuente: Ver apéndice 3 tabla N°1

Según los datos del gráfico N°1 se determina que el 94% de los encuestados creen que es necesario que exista personal capacitado en el área de producción y servicios en la zona de Limón y solo un 6% cree que no es necesario.

Según los datos del gráfico N°1 se puede evidenciar que la mayoría de los encuestados determinan que la zona de Limón debe contar con personal capacitado en el área de producción y servicios.

**Gráfico 2**  
**Demanda laboral de la carrera de producción y servicios en la zona de Limón.**  
**-Abril 2019-**



*Gráfico 2. Demanda laboral de la carrera producción y servicios en la zona de Limón.*

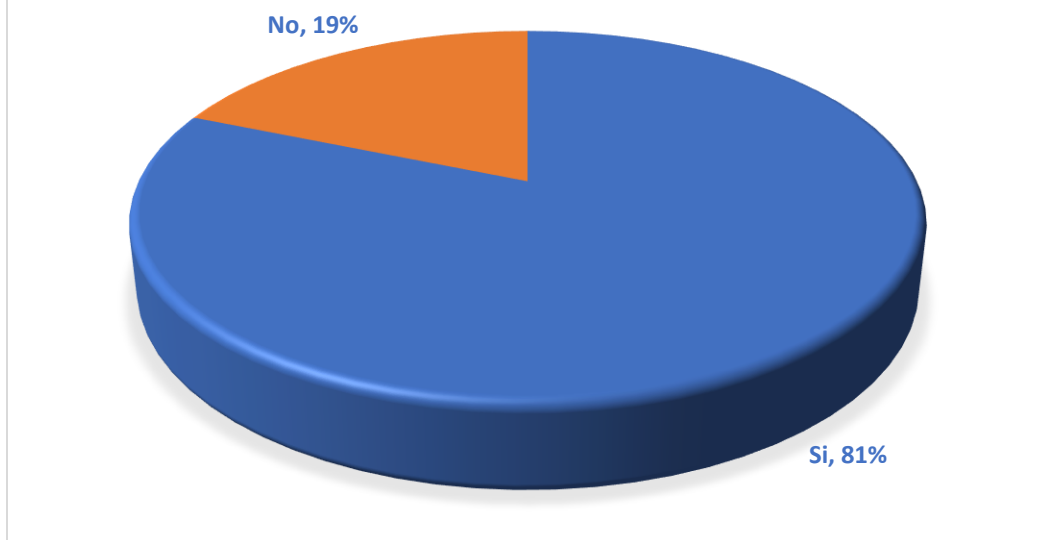
Fuente: ver apéndice 3 tabla N°2

Según los datos del gráfico N°2 se determina que el 81% de los encuestados creen que un egresado de la carrera de producción y servicios tiene demanda laboral en la zona de Limón, mientras que sólo un 29% cree que los egresados de esta carrera no tienen demanda laboral en la zona de Limón.

Según los datos del gráfico N°2 se puede evidenciar que la mayoría de los encuestados determinan que las personas egresadas de la carrera de producción y servicios tienen demanda laboral y por ende encontrar trabajo en la zona de Limón.



**Gráfico 3**  
**Necesidad de profesionales de producción y servicios.**  
**-Abril 2019-**

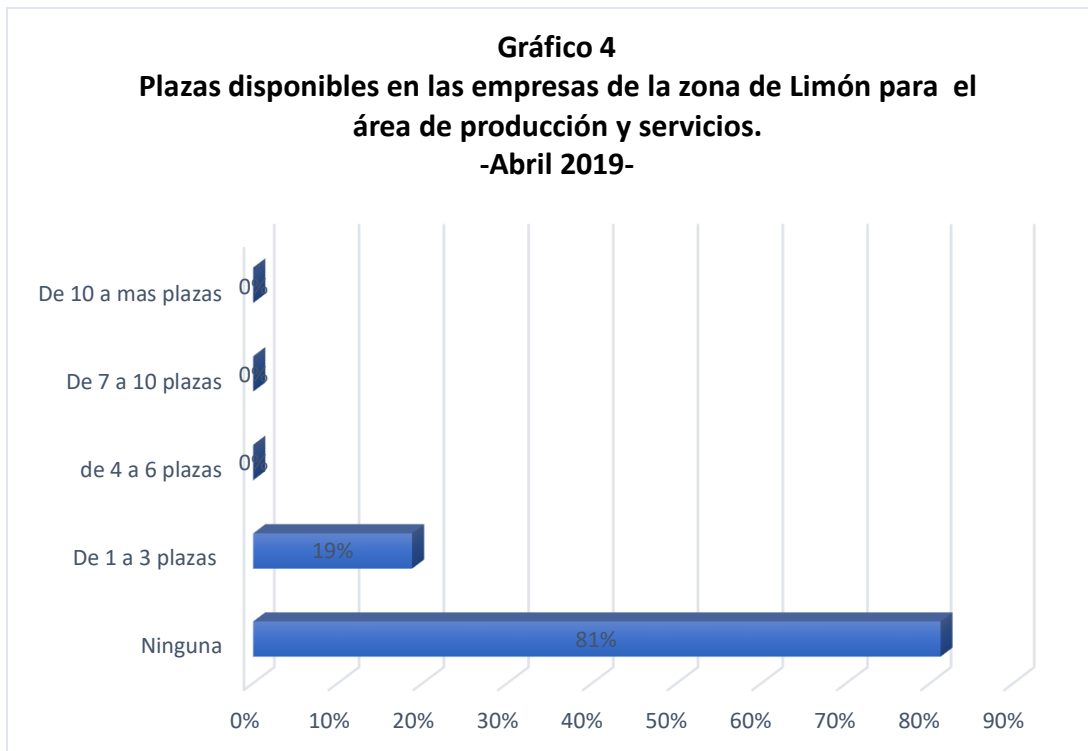


*Gráfico 3. Necesidad de profesionales de producción y servicios.*

Fuente: ver apéndice 3 tabla N°3

Según los datos del gráfico N°3 el 81% de los encuestados no tiene la necesidad de contratar a un profesional del área de producción y servicios en sus empresas, mientras que el 19% de ellos determinaron que si tienen la necesidad de contratar a un profesional de esta área.

Según los datos del gráfico N°3 se puede evidenciar que la mayoría de los encuestados determinan que no tienen la necesidad de contratar personal del área de producción y servicios en las empresas donde ellos trabajan.



*Gráfico 4. Plazas disponibles en las empresas de la zona de Limón para el área de producción y servicios.*

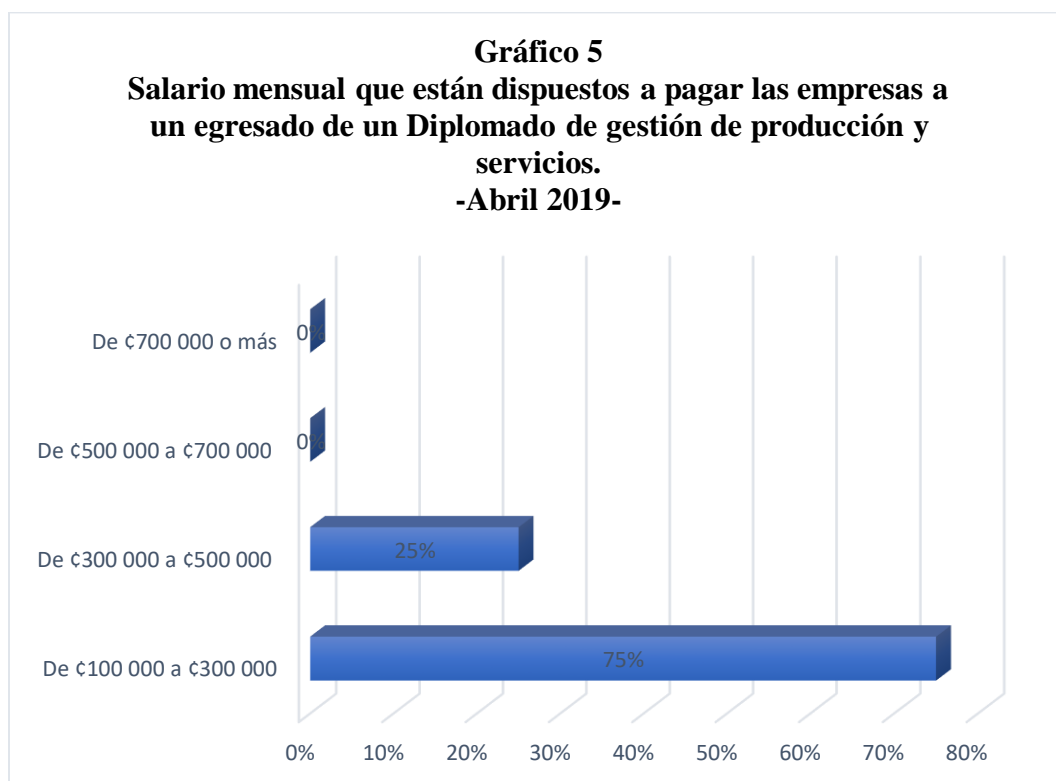
Fuente: Ver apéndice 3 tabla N°4

Según los datos del gráfico N°4 se determina que el 81% de los encuestados no tienen ninguna plaza disponible para contratar a una profesional del área de producción y servicios, solamente el 29% de ellos indican tener de 1 a 3 plazas disponibles.

Según los datos del gráfico N°4 se puede evidenciar que la mayoría de los encuestados determinan que no tienen plazas disponibles en sus empresas para contratar a un profesional del área de producción y servicios.

#### 4.1.2 Sección 2: Opinión y conocimiento de la carrera.

En la siguiente sección se muestran los gráficos de las siguientes 9 preguntas del cuestionario estas determinan si los encuestados tienen el conocimiento de que la institución imparte esta carrera, además lo que opinan los encuestados acerca de la misma en cuanto a salarios, puestos, plazas, idiomas, conocimientos que tienen y los que deberían tener los egresados de la carrera, además de la percepción que tienen los encuestados acerca de la carrera.



*Gráfico 5. Salario mensual que están dispuestos a pagar las empresas a un egresado de un Diplomado de gestión de producción y servicios, abril 2019.*

Fuente: Ver apéndice 3 tabla N°5

Según los datos del gráfico N°5 se determina que un 75% de los encuestados estarían dispuestos a pagar un rango salarial de €100 000 a €300 000 a un profesional del área de

producción y servicios a nivel de diplomado, mientras que un 25% estarían dispuestos a pagar un rango salarial de ¢300 000 a ¢500 000 en caso de contratar a un profesional de esta área.

Según los datos del gráfico N°5 se puede evidenciar que la mayoría de los empresarios encuestados están dispuestos a pagar un monto menor al salario mínimo que corresponde a un profesional del área de producción y servicios a nivel de diplomado.

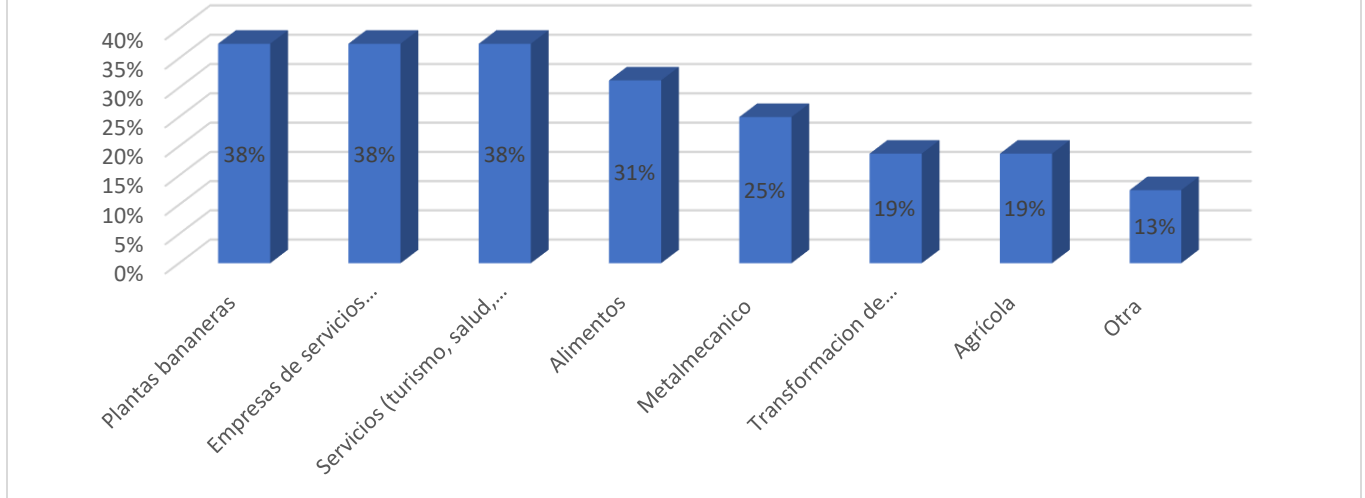
Ocupación	Siglas	Año 2019	Año 2018	Año 2017	Semestre 2016	Semestre 2016
Diplomado parauniversitario*	DES	¢ 487.662.29	¢ 473.642.47	¢ 462.406.00	¢ 457.193.99	¢ 454.919.39
Diplomado universitario*	DES	¢ 487.662.29	¢ 473.642.47	¢ 462.406.00	¢ 457.193.99	¢ 454.919.39

Mostrando desde 1 hasta 2 de 2 registros (filtrado de 250 registros en total)

*Ilustración 3. Salario mínimo de un Diplomado universitario, Fuente: Ministerio de trabajo y seguridad social 2019.*

Según la ilustración anterior se puede evidenciar que un salario mínimo para un Diplomado universitario es de más de ¢400 000.

**Gráfico 6**  
**Áreas donde las empresas de la provincia de Limón podrían aceptar un profesional de la carrera de producción y servicios.**  
**-Abril 2019-**



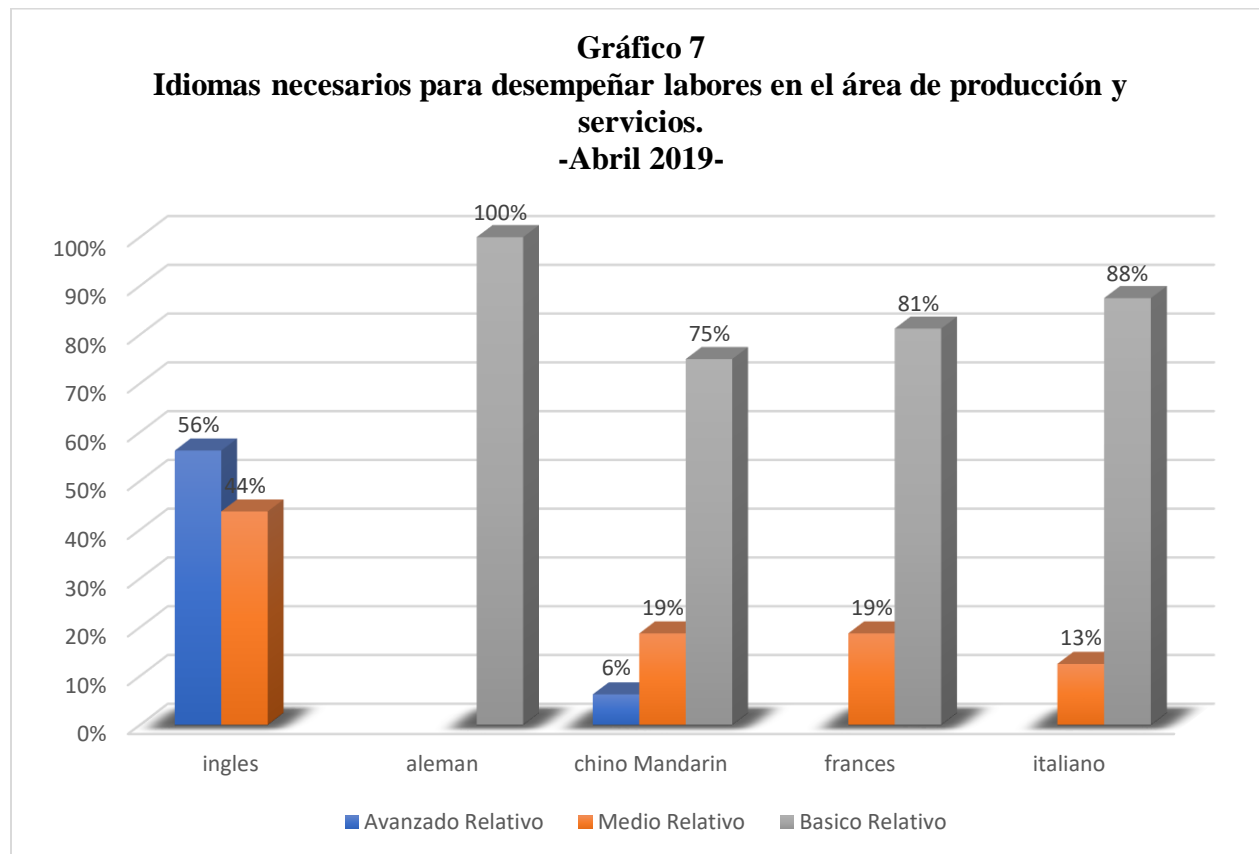
*Gráfico 6. Áreas donde las empresas de la provincia de Limón podrían aceptar un profesional de la carrera de producción y servicios.*

Fuente: Ver apéndice 3 tabla N°6

Según los datos del gráfico N°6 se puede notar que el 38% de los encuestados creen que las empresas podrían aceptar a un egresado de la carrera de producción y servicios en las áreas de plantas bananeras, empresas de servicios (bancos, telecomunicaciones, etc.), servicios como turismo, salud, etc..., un 31% indica que podrían ser aceptados en el área de alimentos, un 25% indica que en el área de metalmeccánico, un 19% indica que en el área de transformación de materiales y agrícola mientras que un 13% indica que pueden ser aceptados en otra área como almacenes fiscales, terminales portuarias y coordinación de transporte.

Según los datos del gráfico N°6 se puede evidenciar que la mayoría de los encuestados determinan que las empresas pueden aceptar a un egresado de la carrera de producción y

servicios en las áreas de plantas bananeras, empresas de servicios (bancos, telecomunicaciones, etc.), servicios como turismo, salud, etc... para desempeñar su labor profesional.



*Gráfico 7. Idiomas necesarios para desempeñar labores en el área de producción y servicios.*

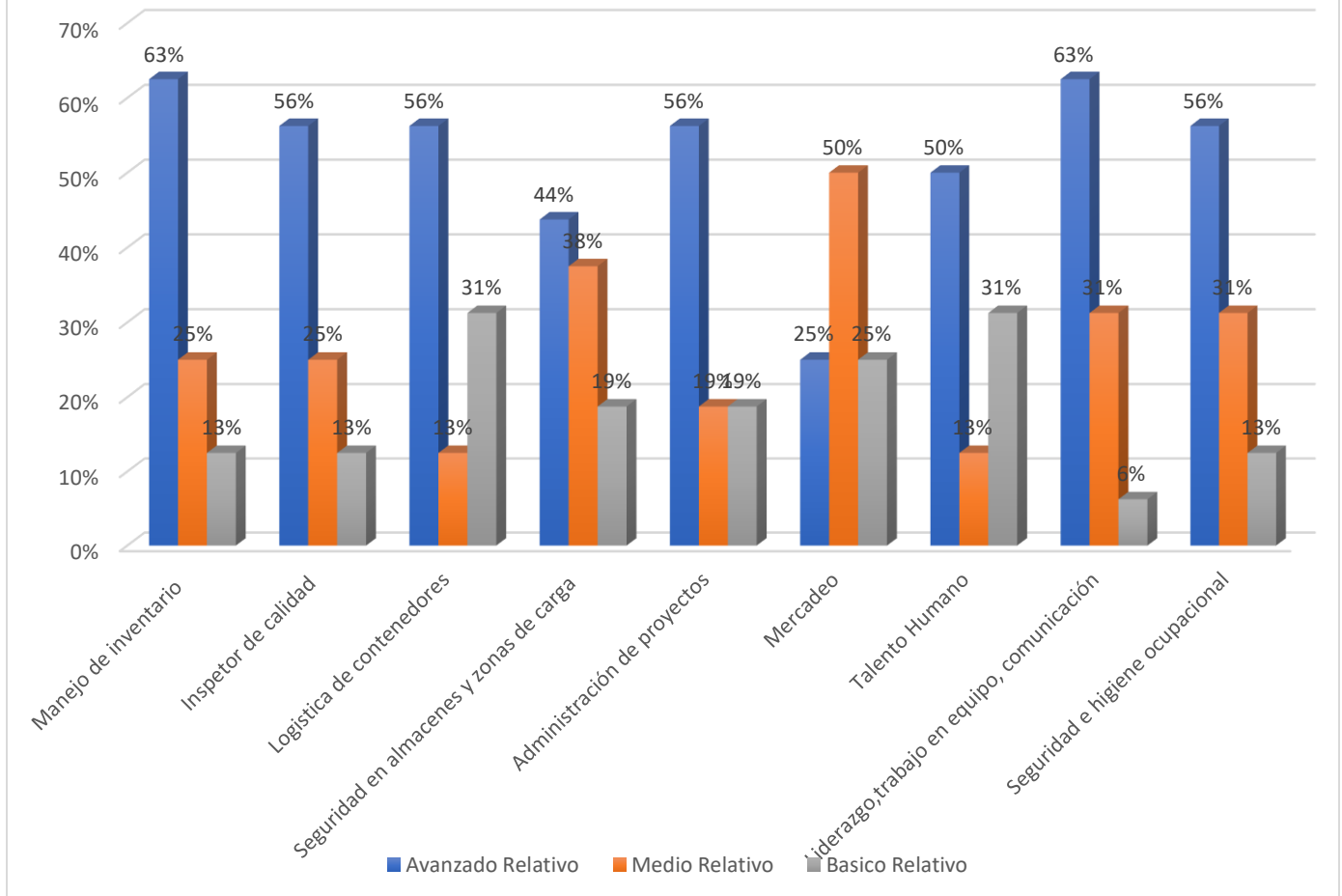
Fuente: Ver apéndice 3 tabla N°7

Según los datos del gráfico N°7 se puede notar que el 56% de los encuestados determinaron que un egresado de la carrera de producción y servicios debe tener un nivel avanzado del idioma inglés para desempeñar la labor en el área, un 44% indica que deberían tener un nivel medio del idioma inglés, el 100% de ellos indica que deben tener un nivel básico en el idioma alemán, el 6% indica que deben dominar en un nivel avanzado el idioma chino mandarín, un 19% indica que deben tener un nivel medio este mismo idioma y el 75% hace referencia a que el chino mandarín solamente se necesita en un nivel básico, en cuanto al idioma francés el 19% de los

encuestados determinan que deben tener un nivel medio y el 81% determinan que el francés solamente deben tener un conocimiento básico , mientras que del idioma italiano el 13% indica que deben dominar el idioma a un nivel medio y el 88% indica que solamente necesitan un nivel básico de este idioma.

Según los datos del gráfico N°7 la mayoría de los encuestados coinciden en que los profesionales del área de producción y servicios deben dominar el idioma ingles de manera avanzada para desempeñar su labor en el área, actualmente el CUNLIMÓN en su maya curricular únicamente ofrece el idioma inglés.

**Gráfico 8**  
**Áreas o temáticas que deberían tener conocimiento los profesionales de producción y servicios.**  
**-Abril 2019-**



*Gráfico 8. Áreas o temáticas que deberían tener conocimiento los profesionales de producción y servicios.*

Fuente: Ver apéndice 3 tabla N°8

Según los datos del gráfico N°8 determinan que el 63% de los encuestados indica que los egresados de la carrera de producción y servicios a nivel de diplomado además de la formación que reciben deberían tener conocimiento en el área de manejo de inventario en un nivel avanzado, mientras que el 25% y el 13% indican que en esta área solo deben tener un



conocimiento medio y básico respectivamente, de igual manera un 56% indica que deberían tener conocimiento como inspector de calidad en un nivel avanzado, el 25% indica que en esta área necesita un conocimiento medio y un 13% indica que solamente necesitan un conocimiento a nivel básico en esta área. El 56% de los encuestados determinan que en el área de logística de contenedores deben tener un conocimiento avanzado mientras que el 13% y el 31% indican que solamente necesitan un conocimiento medio y básico respectivamente. En el área de almacenes y zonas de carga el 44% de los encuestados determinan que deben tener un conocimiento avanzado y medio en esta área, un 38% indica que necesitan un conocimiento medio, mientras que el 19% hace referencia a que solo necesitan un conocimiento básico en esta área.

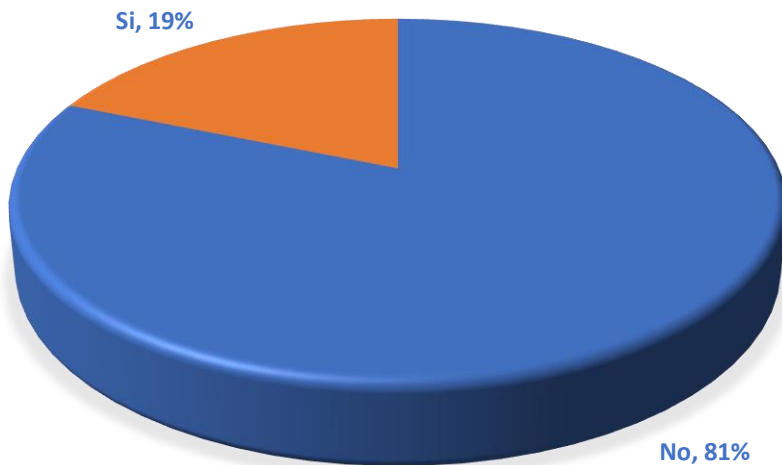
En el área de administración de proyectos el 56% de los encuestados determina que los profesionales de esta área deben tener un conocimiento avanzado, el 19% indica que se necesita un conocimiento medio y básico. En cuanto al área de mercadeo solo el 25% de los encuestados indican que se necesita un nivel avanzado y el 50% y el 25% de los encuestados determina que se necesita un conocimiento medio y básico respectivamente.

En el área de talento humano el 50% de los encuestados indica que se necesita un nivel avanzado y el 13% y 31% determina que se necesita un nivel medio y básico de conocimiento en esta área respectivamente. En el área de trabajo en equipo, comunicación y liderazgo el 63% de los encuestados coincide en que los profesionales de producción y servicios deberían tener un conocimiento avanzado y el 31% y el 6% indica que se necesita solamente un conocimiento medio y básico respectivamente.

Y por último en el área de seguridad e higiene ocupacional un 56% de los encuestados determina que deberían tener un conocimiento avanzado, mientras que el 31% y 13% indica que se necesita un conocimiento medio y básico respectivamente.

Según los datos del gráfico N°8 se puede evidenciar que los encuestados determinan que es importante que los egresados de la carrera de producción y servicios tengan conocimiento o estén capacitados en las áreas de manejo de inventario, inspector de calidad, logística de contenedores, administración de proyectos, habilidades blandas y seguridad e higiene ocupacional además de la formación que reciben para obtener el diplomado en esta carrera.

**Gráfico 9**  
**Conocimiento de oferta de carrera.**  
**-Abril 2019-**



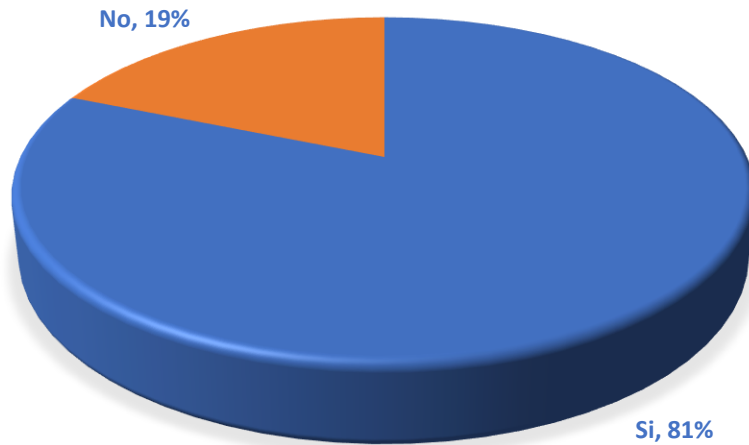
*Gráfico 9. Conocimiento de oferta de carrera.*

Fuente: Ver apéndice 3 tabla N°9

Según los datos del gráfico N°9 el 81% de los encuestados no sabe que el CUNLIMÓN ofrece la carrera de diplomado de Gestión de la producción y servicios y solamente el 19% de los encuestados tiene el conocimiento que esta institución oferta la carrera.

Según los datos del gráfico N°9 la mayoría de los encuestados desconoce que el CUNLIMÓN oferta la carrera de producción y servicios.

**Gráfico 10**  
**Disposición de las empresas de la zona de Limón para contratar a un egresado de la carrera de producción y servicios.**  
**-Abril 2019-**

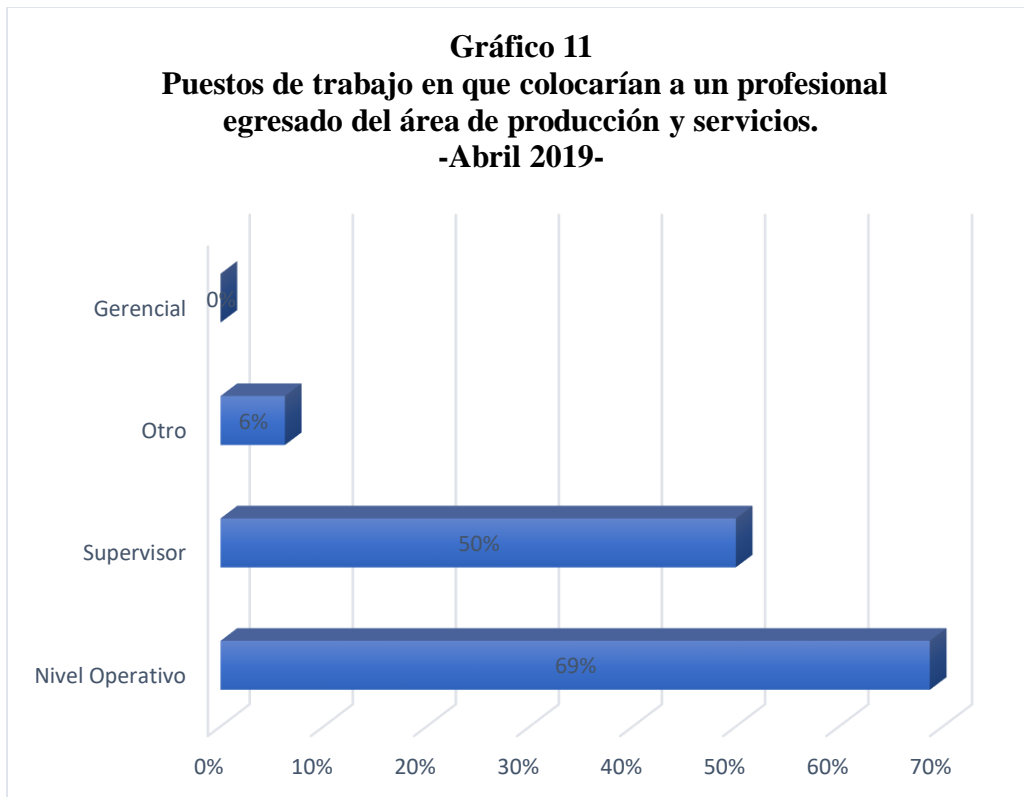


*Gráfico 10. Disposición de las empresas de la zona de Limón para contratar a un egresado de la carrera de producción y servicios.*

Fuente: ver apéndice 3 tabla N°10

Según los datos del gráfico N°10 el 81% de los encuestados estaría dispuesto a contratar a un egresado del CUNLIMÓN en la carrera de diplomado en Gestión de producción y servicios mientras que el otro 19% indica que no contrarían a un egresado del CUNLIMÓN.

Según los datos del gráfico N°10 se puede evidenciar que la mayoría de los encuestados si está dispuesto a contratar a un egresado de la carrera de Diplomado en Gestión de producción y servicios del CUNLIMÓN.

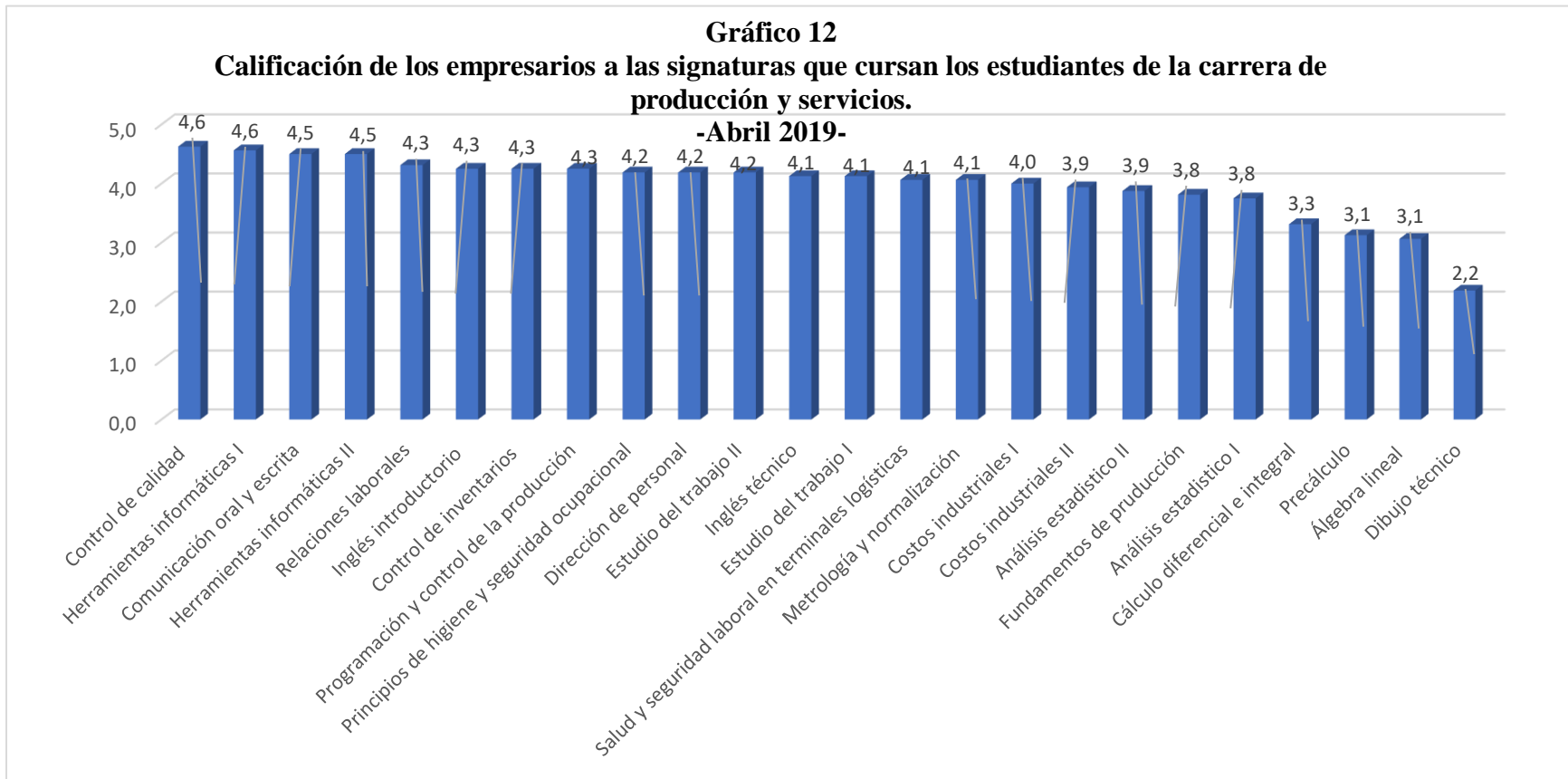


*Gráfico 11. Puestos de trabajo en que colocarían a un profesional egresado del área de producción y servicios.*

Fuente: ver apéndice 3 tabla N°11

Según los datos del gráfico N°11 el 69% de los encuestados determina que colocarían en un puesto a nivel operativo a un egresado de la carrera de producción y servicios, un 50% de los encuestados indica que los colocarían como supervisores y un 6% menciona que los colocarían en otra área.

Según los datos del gráfico N°11 se puede evidenciar que la mayoría de los encuestados colocaría a un egresado de la carrera de producción y servicios en un nivel operativo para desempeñar su labor en una empresa.



*Gráfico 13. Calificación de los empresarios a las signaturas que cursan los estudiantes de la carrera de producción y servicios.*

*Gráfico 14. Calificación de los empresarios a las signaturas que cursan los estudiantes de la carrera de producción y servicios.*

Fuente: Ver apéndice 3 tabla N°12

Según los datos del gráfico N°12 se refleja el nivel de importancia que los empleadores encuestados creen que tiene cada asignatura que cursan los estudiantes de la carrera de producción y servicios del CUNLIMÓN, se utilizó una escala de medición de 1 al 5 donde 1 era totalmente innecesario y 5 totalmente necesario, de los datos obtenidos de la calificación que le asignaron los encuestados se sacó un promedio por cada asignatura para su mayor comprensión.

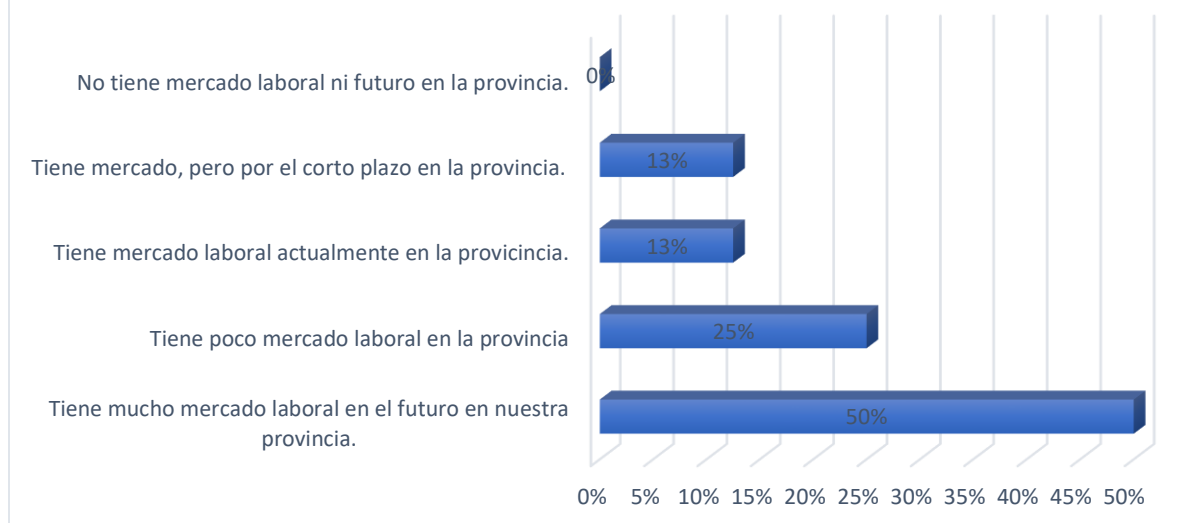
En el grafico se refleja que las asignaturas control de calidad, herramientas informáticas I, comunicación oral y escrita y herramientas informáticas II obtuvieron un promedio de calificación muy similar que ronda entre 4.625 y 4.5. las asignaturas relaciones laborales, control de inventarios, programación y control de producción obtuvieron un promedio que ronda entre 4.3125 y 4.25. Las asignaturas principios de higiene y seguridad ocupacional, dirección de personal, estudio del trabajo II obtuvieron un promedio de 4.1875. Las asignaturas ingles técnico, estudio del trabajo I obtuvieron un promedio de 4.125. Las asignaturas salud y seguridad laboral en terminales logísticas y metrología y normalización obtuvieron una calificación de 4.0625. Las asignaturas costos industriales I, costos industriales II y fundamentos de la producción obtuvieron un promedio que ronda entre 4 y 3.8125. Las asignaturas análisis estadístico I obtuvo un promedio de 3.75, calculo diferencial e integral 3.3125, precálculo 3.125 y algebra lineal 3.0625. y la asignatura dibujo técnico obtuvo un promedio de 2,1875 siendo esta calificada como la de menor importancia.

Según los datos del gráfico N°12 se puede determinar que la mayoría de los encuestados creen que los cursos más importantes de la maya curricular del diplomado de producción y servicios son control de calidad, herramientas informáticas I, comunicación oral y escrita y

herramientas informáticas II, relaciones laborales, control de inventarios, programación y control de producción. Y por el contrario las asignaturas que los encuestados creen que son las menos importantes son análisis estadístico I, cálculo diferencial e integral, precálculo, álgebra lineal y dibujo técnico.



**Gráfico 13**  
**Percepción de la carrera de producción y servicios.**  
**-Abril 2019-**



*Gráfico 15. Percepción de la carrera de producción y servicios.*

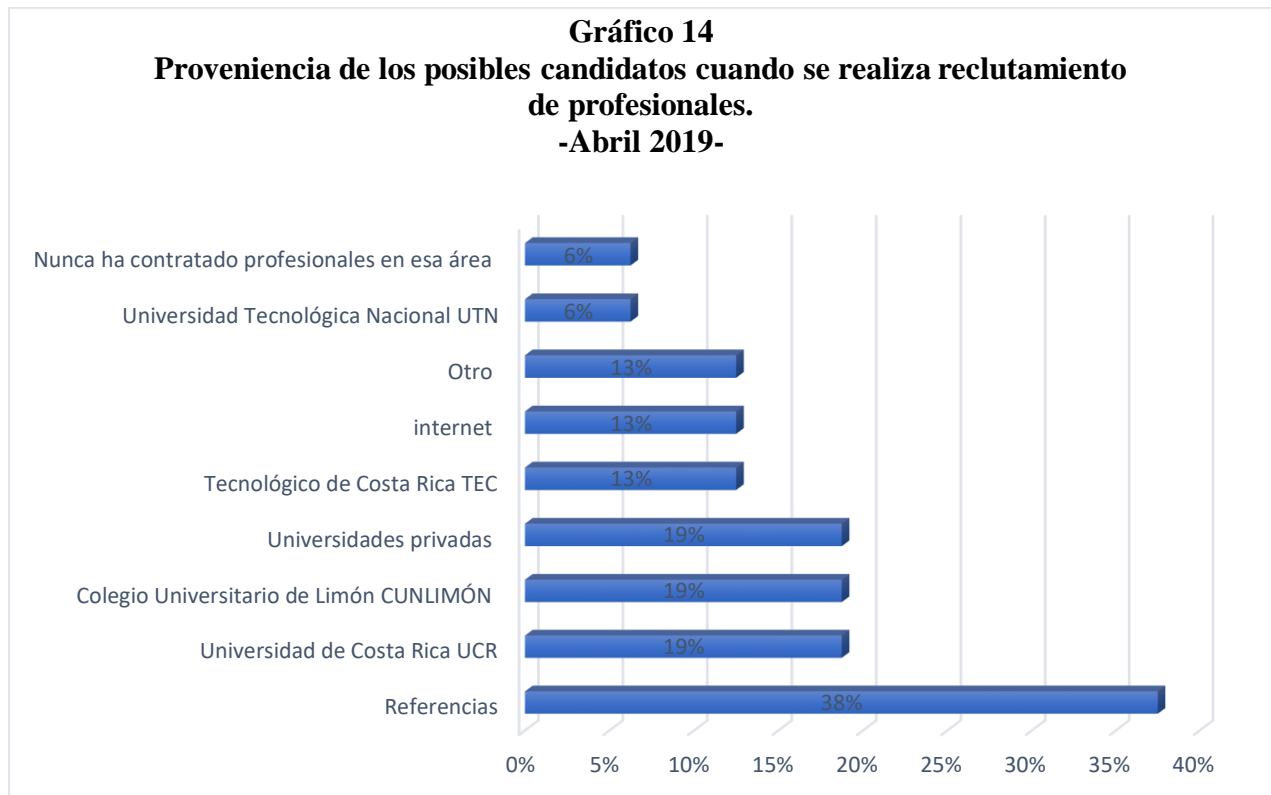
Fuente: Ver apéndice 3 tabla N°13

Según los datos del gráfico N°13 determina que el 50% de los encuestados tiene la percepción de que la carrera de producción y servicios tiene mucho mercado laboral en el futuro en nuestra provincia, el 25% de los encuestados cree que la carrera tiene poco mercado laboral en la provincia, el 13% de los encuestados cree que tiene mercado laboral actualmente en la provincia y que tiene mercado, pero por el corto plazo en la provincia, ninguno de los encuestados cree que no tiene mercado laboral ni futuro en la provincia.

Según los datos del gráfico N°13 la mayoría de los encuestados tiene la percepción de que la carrera de producción y servicios tiene mucho mercado laboral en el futuro en nuestra provincia.

### 4.1.3 Sección 3: Preferencia de los encuestados en cuanto a reclutamiento.

En la siguiente sección se muestran los gráficos de las siguientes 2 preguntas del cuestionario estas determinan las instituciones de dónde vienen capacitadas las personas que ellos contratan, además de los medios por los cuales ellos prefieren enterarse de los posibles candidatos para contratar en sus empresas.



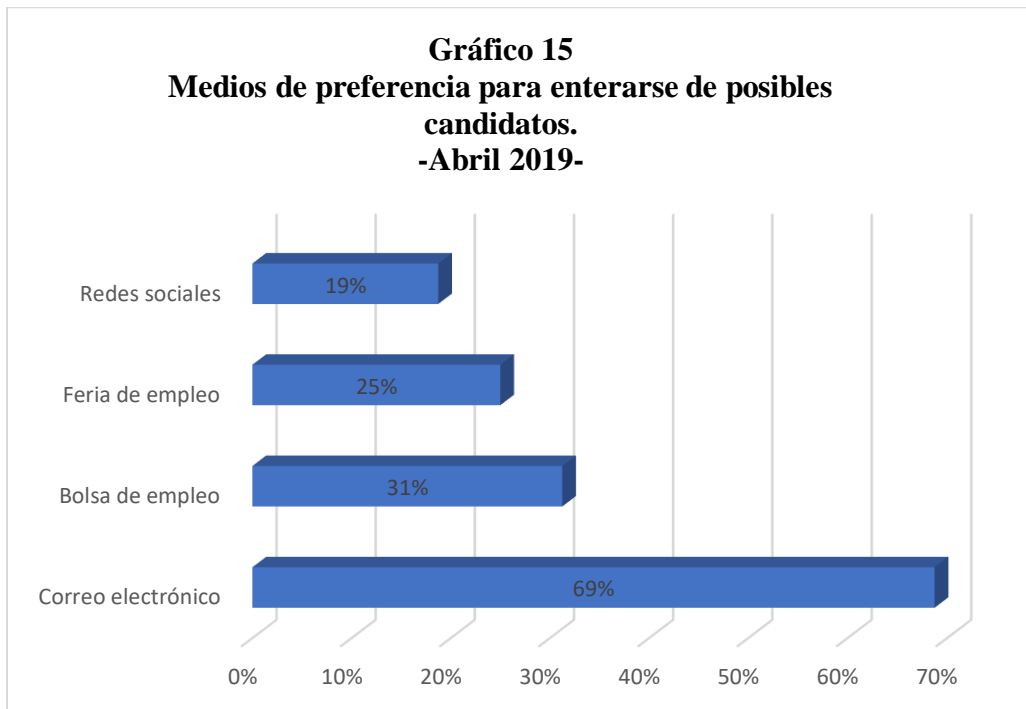
*Gráfico 16. Proveniencia de los posibles candidatos cuando se realiza reclutamiento de profesionales.*

Fuente: Ver apéndice 3 tabla N°14

Según los datos del gráfico N°14 el 38% de los encuestados determina que cuando realiza reclutamiento de profesionales en el área de producción y servicios los candidatos provienen por medio de referencias, el 19% indica que vienen del CUNLIMÓN y de universidades privadas. El 13% de los encuestado indica que los candidatos vienen de internet, la UCR, TEC y otros medios

como bolsa de empleo, mientras que el 6% de los encuestados indica que los candidatos vienen de la UTN y otro 6% de la los encuestados indican que nunca han contratado un profesional de esta área.

Según los datos del gráfico N°14 se puede evidenciar que la mayoría de los encuestados cuando realizan reclutamiento del personal obtienen sus posibles candidatos por medio de referencias.



*Gráfico 17. Medios de preferencia para enterarse de posibles candidatos.*

Fuente: Ver apéndice 3 tabla N°15

Según los datos del gráfico N°15 el 69% de los encuestados les gustaría enterarse de los posibles candidatos para contratar en su empresa por medio de correo electrónico, mientras que un 31% de ellos indico que le gustaría enterarse por medio de la bolsa de empleo. Un 25% indica

que le gustaría enterarse por medios de ferias de empleo y solo un 19% de los encuestados determina que le gustaría enterarse de los posibles candidatos por medio de redes sociales.

Según los datos del gráfico N°15 se puede evidenciar que la mayoría de los encuestados prefieren enterarse de los posibles candidatos para contratar en su empresa por medio de correo electrónico.

#### **4.1.4 Sección 4: Perfil de las empresas encuestadas.**

En la siguiente sección se muestran el grafico de la última pregunta del cuestionario esta determina la procedencia del capital de las empresas.



*Gráfico 18. Procedencia del capital de la empresa.*

Fuente: Ver apéndice 3 tabla N°16

Según los datos del gráfico N°16 el capital de la empresa es 94% de procedencia privado y el 6% de procedencia público.

Según los datos del gráfico N°16 la mayoría de los encuestados indicaron que la procedencia del capital de la empresa donde ellos trabajan es privada.

## **4.2 Análisis de los resultados del grupo focal.**

Para el grupo focal se convocó un total de 13 estudiantes sin embargo el día de la actividad solo se presentaron 6 de ellos, se les aplicó las preguntas (ver apéndice 1) de las cuales se pudo obtener la siguiente información:

El conocimiento sobre la carrera de Gestión de producción y servicios del CUNLIMÓN por parte de los participantes parece ser bajo ya que a la hora de preguntarles que si ellos conocían si el CUNLIMÓN la ofertaba o si sabían de que trataba la carrera, todos contestaron que no sabían y que nunca habían escuchado sobre esa carrera; sin embargo, todos tenían conocimiento sobre El CUNLIMÓN como institución.

Como ninguno de los participantes conocía acerca de la carrera, se les realizó una breve explicación sobre ella y ya sabiendo esta información se les pregunto que si ellos estarían dispuestos a matricular esta carrera y de los 6 participantes solo 1 dijo si matricularía la carrera, los demás indicaron que no les gustaba la carrera.

También se les cuestionó acerca de bajo cual modalidad les gustaría más recibir esta carrera (Presencial, Virtual, Bimodal) a lo que 5 de ellos respondieron que preferían la modalidad presencial y 1 de los participantes indico que le gustaría la modalidad bimodal ya que si alguno no puede ir algún día la recibe de manera virtual y no pierde la lección, seguida de esta pregunta se les cuestiono si prefieren el horario diurno o nocturno para recibir las lecciones a lo que 3 de ellos constaron que de manera nocturna porque de esta manera les quedaba tiempo libre para hacer cosas en día o incluso para poder trabajar y los 3 restantes indicaron que preferían el horario diurno ya que ellos están acostumbrados a este horario.

Al preguntarles acerca de la percepción que tenían sobre las instalaciones del CUNLIMÓN los 6 participantes contestaron que muy buena ya que ellos veían que las aulas eran muy bonitas.

En su totalidad los participantes creen que el valor aproximado de un cuatrimestre de bloque completo es más de 100 000 colones y les causo mucho asombro saber que un cuatrimestre les saldría en aproximadamente de 50 000 colones.

Seguidamente se les hizo la pregunta de que si ellos habían recibido alguna vez publicidad de la institución y los 6 participantes contestaron que no, solamente tenían conocimiento que algún vecino estudiaba en el CUNLIMÓN. Entonces se les pregunto que si les gustaría recibir información o publicidad de las carreras que oferta el CUNLIMÓN a lo que ellos contestaron que sí; por medio de las redes sociales ya que “uno siempre está ahí”, y ellos propusieron que les gustaría que fuera en persona ósea que la institución haga ferias vocacionales.

## **5. Capítulo VI Conclusiones y recomendaciones.**





## **5.1 Conclusiones.**

Una vez presentados gráfica y textualmente los datos que fueron recolectados para esta investigación de mercados se procede a concluir cuales fueron los principales hallazgos esto para dar respuesta a cada uno de los puntos que fueron planteados en los objetivos específicos.

### **Conclusiones del grupo focal:**

- Con los resultados obtenidos en el grupo focal a los estudiantes se llega la conclusión de que ellos prefieren la manera tradicional de recibir lecciones la cual es de manera presencial, además de esto se determina que en cuanto a horario la mitad de los estudiantes sometidos a estudios prefieren un horario nocturno y la otra mitad se inclina por el horario diurno, esto se debe a que existen una parte de la población que trabaja y estudia al mismo tiempo y la otra parte que son estudiantes que toda su vida han estudiado en instituciones diurnas prefieren seguir cursando sus estudios de esta manera ya que solo se dedican a estudiar.
- En su totalidad todos los estudiantes que fueron sometidos a este estudio destacan que nunca han recibido publicidad acerca del CUNLIMÓN y que desconocen la manera en que la institución se promociona y por esta razón no saben las carreras que esta institución ofrece, sin embargo ellos rescatan que les gustaría que la institución llevara a cabo lo que son ferias vocacionales, visitas a los colegios y además de esto les gustaría que se promocionaran más por medio de redes sociales que ya este es un medio donde actualmente las personas pasan gran parte de su tiempo.

- A pesar de que los estudiantes que fueron sometidos a este estudio no conocen mucho acerca del CUNLIMÓN, si han visto sus instalaciones y comentan que se ven en muy buen estado y que son bonitas lo cual capta su atención.
- En su totalidad ninguno de los estudiantes sometidos a este estudio conocía los precios de las materias y cuatrimestres de la institución, ya que ellos pensaban que el costo era igual al de las universidades privadas.

### **Conclusiones de las encuestas:**

- En cuanto a la percepción que tienen los empresarios encuestados acerca de la carrera de producción y servicios es que esta carrera tiene mucho mercado laboral en nuestra provincia, pero en el futuro.
- Con los resultados obtenidos en el estudio de mercado realizado a los empresarios se determina que en la zona de Limón las empresas pagarían a un profesional de producción y servicios a nivel de diplomado un salario por debajo de lo que establece la ley ya que en su mayoría dijeron que lo ellos pagarían sería un salario que ronda entre los ¢100 000 y los ¢300 000, cuando lo que el ministerio de trabajo estipula para un diplomado es un salario de unos ¢487 662 para el año 2019.
- Es interesante que cuando se les pregunta a los empresarios que si creen que en la provincia de Limón se necesita personal capacitado en el área de producción y servicios o que si un egresado de esta carrera tiene demanda laboral en la provincia de Limón ellos responden que sí, pero a la hora de preguntarles que si en su empresa necesitan personal para esta área responden que no; que no tienen ninguna plaza disponible en esta área, cabe destacar que las empresas encuestadas son empresas donde su actividad operativa es afín a la carrera sometida a estudio.

## 5.2 Recomendaciones.

Las recomendaciones que se dan en este estudio de mercado corresponden principalmente a las conclusiones detalladas anteriormente.

- Es conveniente que el CUNLIMÓN tome en cuenta el habilitar un horario diurno para impartir las lecciones ya que hay una parte de la población que prefiere este horario para estudiar.
- Se le recomienda a la institución realizar ferias vocacionales para darse a conocer más a nivel de los estudiantes de colegio y actualizar sus redes sociales con información donde también se den a conocer.
- Es conveniente que la instalación mantenga sus instalaciones bien rotuladas y “bonitas” como mencionan los estudiantes sometidos a estudio para de esta manera ser reconocidos.
- Es importante que en un futuro la institución someta la carrera a estudio nuevamente ya que los empresarios indican que esta tiene mercado laboral a futuro.
- Se le recomienda a la institución que informe más a la población en cuanto a los precios de sus carreras.
- Se le recomienda a la institución actualizar la base de datos de empresas con los correos recolectados en esta investigación para que cuando sus estudiantes se gradúen puedan aplicar enviando sus currículos por este medio ya que las empresas determinaron que les gusta más recibirlos por medio de correo electrónico.

## 6. Bibliografía

Benassini, M. (2009). *Introducción a la investigación de mercados*. México: Pearson Educación.

Civicos, A. & Hernández, M. (2007). Algunas reflexiones y aportaciones entorno a los enfoques teóricos y prácticos de la investigación en trabajo social. *Acciones e investigaciones sociales*, 37,

Colegio Universitario de Limón. (2018). *Historia*. Recuperado de [www.cunlimon.ac.cr](http://www.cunlimon.ac.cr)

Colegio Universitario de Limón. (2018). *Marco Filosófico*. Recuperado de [www.cunlimon.ac.cr](http://www.cunlimon.ac.cr)

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. D. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill Education.

Mina, P. Á. (2009). *Guía práctica de investigación*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>

*Real Academia Española* . (15 de marzo de 2019). Recuperado de <https://dle.rae.es/?w=diccionario>

Zikmund, W. G. & Babin, B. J. (2009). *Investigación de Mercados*, 9 ed. México: Cengage Learning.

## **7. Apéndices**

### **7.1 Grupo focal Apéndice 1**

#### **Antecedentes del problema**

Desde 2016 se ha ofertado la carrera de Gestión de producción y servicios en el Colegio Universitario de Limón, pero sólo se pudo conformar un grupo en ese año, del cual se graduaron únicamente 5 personas, cabe destacar que no se ha vuelto a abrir ningún grupo desde ese momento, ya que no hay estudiantes matriculados desde que se abrió la carrera. Con estos resultados, la administración del Colegio desea saber si es necesario cerrar la carrera, pues no está teniendo la demanda esperada.

#### **Enfoque de la investigación**

La investigación cuenta con un tipo de enfoque mixto, se realiza tanto cualitativo como cuantitativo. Se realiza una recolección de información no estandarizado. Además, se cuenta referida a un diseño investigación-acción ya que se obtendrá información la cual será utilizada para conocer si la carrera tiene demanda en el mercado laboral del cantón Central de Limón.

#### **Tipo de investigación**

Cuenta con una investigación de tipo trasversal ya que se va a observar una población para luego analizar los datos recopilados.

#### **Población de estudio**

Para el desarrollo del presente grupo focal la población será la estudiantil.

## Planteamiento del problema

¿Cuál es la percepción que tienen los estudiantes de los principales colegios de Limón acerca de la carrera de Gestión de producción y servicios que ofrece el Colegio Universitario de Limón en el cantón central de Limón al primer semestre del 2019?

## Objetivo general

Desarrollar un grupo focal para conocer la percepción que tiene los estudiantes de los principales colegios de Limón y así determinar si existe la necesidad de ofrecer una carrera de Gestión de la Producción y servicios para el mercado laboral en el cantón central de Limón al primer semestre del 2019.

## Objetivos específicos

## Necesidades de información

Objetivo	Variable	tipo de pregunta, abierta ó cerrada	Posibles respuestas si es pregunta cerrada
1. Conocer la percepción de los encuestados en cuanto a gustos y preferencias sobre la modalidad de impartir los cursos de la carrera de Gestión de producción y	¿Bajo cual modalidad le gustaría más recibir las lecciones de la carrera gestión de producción y servicios?  ¿Usted como estudiante prefiere cursar la carrera de gestión de producción y servicios manera	Abierta	<ul style="list-style-type: none"><li>• Virtual</li><li>• Presencial</li><li>• Bimodal</li></ul>

servicios en el CUN Limón	diurna o nocturna? Justifique su respuesta	Abierta	
2.Conocer la percepción que tienen los encuestados acerca de las instalaciones físicas del CUN Limón	¿Cuál es su percepción en cuanto a las instalaciones físicas donde imparte lecciones el CUN Limón?	Abierta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excelente</li> <li>• Muy bueno</li> <li>• Bueno</li> <li>• Malo</li> <li>• Regular</li> </ul>
3.Conocer la percepción que tienen los encuestados en cuanto a los precios de las carreras del CUN Limón	¿Cuál cree usted que es el precio aproximado de un cuatrimestre de bloque completo en el CUN Limón?	Abierta	de 10 000 a 20 000 de 21 000 a 30 000 de 31 000 a 40 000 de 41 000 a 50 000 de 50 000 a mas
4.conocer la preferencia que tienen los encuestados en cuanto a las estrategias de comunicación de la	¿ha tenido acceso a publicidad sobre la carrera de Gestión de producción y servicios que imparte el CUN Limón?	Abierta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> <li>• No</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Radio</li> </ul>

carrera de gestión de producción y servicios del CUN Limón	¿Si su respuesta es sí indique el tipo de publicidad que ha visto?	Abierta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TV</li> <li>• Correo</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Otro: indique cual</li> </ul>
Determinar el perfil del encuestado	Edad	Abierta	
	¿Cuál es el ingreso económico mensual aproximado en su hogar?	Abierta	de ¢100 000 a ¢200 000 de ¢300 000 a ¢400 000 de ¢500 000 a ¢600 000 de ¢601 000 a mas
	Lugar de residencia	Abierta	

Fuente: elaboración propia, 2019

*Cuadro 8. Necesidades de información ( grupo focal)*

### **Etapas 1 planificación del testeo**

#### 1. planteamiento de la guía de preguntas:

- Se da inicio al grupo focal dando las instrucciones y explicando de que trata la actividad.
- Se aclara cualquier tipo de duda que tengan los participantes.
- Se les informa a los participantes que esta actividad será grabada en audio o video para posteriormente realizar retroalimentación y registrar la información para luego ser procesada.



- Se comenta la problemática de esta investigación para centrarnos en el tema dándole espacio a todos los participantes de exponer sus ideas.

## 2. convocatoria de la población:

### 2.1 invitaciones y confirmación.

Se envía la invitación para el grupo focal a los 10 estudiantes que fueron seleccionados para la actividad, por medio presencial y llamada telefónica para confirmar.

El cual se llevará a cabo el día 27 de abril a las 10:00 am en el Tecnológico de Costa Rica centro académico de Limón.

### 2.2 selección de incentivos

Se planea acordar con el señor Pablo Garita funcionario del CUN Limón facilitar productos como lapiceros o folders del CUN Limón para dar como incentivo a los participantes de la actividad.

### 3.3 listado de recursos necesarios para el grupo focal (presupuesto).

Tipo de recurso	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Responsable de este recurso
Humano	2			Marcelly Brenes Salas Leidy Rosales Valdivia
Económico				Marcelly Brenes Salas

Totales				

Fuente: elaboración propia, 2019

*Cuadro 9. listado de recursos necesarios para el grupo focal (presupuesto*

**Etapa 2 ejecución del testeo**

**1. Definición de roles**

a) Moderador: Marcelly Brenes Salas

b) Asistente: Leidy Rosales Valdivia

**2. Metodología**

**Aspectos logísticos**

	Cantidad de personas	10 personas
10:00 am	Inicio	Se recibe a los participantes, saludo y bienvenida
10:05 am	Presentación de moderador	Marcelly Brenes Salas
10:10 am	Inicio del grupo focal	Se inicia la actividad explicando a los participantes sobre de que trata la técnica de grupo focal, si alguno de los participantes tiene alguna

		duda este el momento para aclarar cualquier inquietud.
10:15 am	Desarrollo del grupo focal	En este momento se les plantea a los participantes la problemática que estaremos tratando en esta actividad, y de inmediato se plantean las preguntas y les brinda el espacio para que ellos den sus opiniones
10:30	Espacio para preguntas	
	Despedida	
	Entrega de incentivos	

Fuente: elaboración propia, 2019

*Cuadro 10. Aspectos logísticos (grupo focal)*

## 7.2 Encuesta Apéndice 2

**Buenos días /tardes. Mi nombre es Marcelly Brenes Salas estudiante de administración de empresas en el Tecnológico de Costa Rica Centro Académico de Limón. Desarrollo un proyecto de investigación de mercados como trabajo Final de Graduación**

Con el objetivo de recolectar datos sobre si existe o no la necesidad de ofrecer una carrera de Gestión de producción y servicios para el mercado laboral en el cantón central de Limón, se está realizando una investigación en las empresas de la zona.

Agradecemos su colaboración llenando la siguiente encuesta. Aseguramos que los datos recopilados serán utilizados únicamente para dicha investigación.

**Instrucciones:** marque con una (X) la o las opciones que crea convenientes y en caso de las preguntas abiertas conteste lo que se le solicita.

1) **Cómo empleador, ¿Cree usted que es necesario que exista personal capacitado en el área de producción y servicios en la zona de Limón?**

1.1  Si.

1.2  No, Porqué: \_\_\_\_\_

2) **Como empleador, ¿Cree usted que un egresado de la carrera de producción y servicios tiene demanda laboral en la zona de Limón?**

2.1  Si.

**2.2 ( ) No.**

**3) Justifique la respuesta que dio en la pregunta 2**

---

---

---

---

---

**4) ¿En este momento tiene la necesidad de contratar a un profesional de esta área?**

**4.1 ( ) Si.**

**4.2 ( ) No.**

**5) ¿Cuántas plazas disponibles tiene en esta área?**

**5.1 ( ) de 1 a 3 plazas.**

**5.2 ( ) de 4 a 6 plazas.**

**5.3 ( ) de 6 a 10 plazas.**

**5.3 ( ) de 10 a más plazas.**

**6) ¿Cuál sería el rango salarial mensual que usted como empleador estaría dispuesto a pagar a una persona egresada de la carrera de Gestión de producción y servicios?**

**6.1 ( ) de ¢100 000 a ¢300 000.**

**6.2 ( ) de ¢300 000 a ¢500 000.**

6.3 ( ) de ¢500 000 a ¢700 000.

6.3 ( ) ¢700 000 o más.

7) ¿En cuál de las siguientes áreas podría una empresa aceptar un egresado de la carrera de Gestión de producción y servicios en la provincia de Limón? (Puede marcar varias casillas)

7.1( ) Alimentos.

7.2( ) Metalmecánico.

7.3( ) Transformación de materiales (plásticos, madera, metal, textil, etc.).

7.4( ) Agrícola.

7.5 ( ) Empresas de servicios (Bancos, telecomunicaciones, cadenas de supermercados, restaurantes, hotelería).

7.6 ( ) Servicios (turismo, salud, belleza, financiera, consultoría).

7.7 ( ) Plantas bananeras.

7.8 ( ) Otros, especifique: \_\_\_\_\_

8) ¿Cuál de los siguientes idiomas cree usted que es necesario que domine el egresado de la carrera de Gestión de producción y servicios para desempeñar la labor en el área? Marque con una (X) la casilla que crea conveniente

Idioma	Avanzado	Medio	Básico
Ingles			

Alemán			
Chino mandarín			
Francés			
Italiano			
Otro:			

- 9) **¿Además de la formación que reciben los egresados de la carrera de Gestión de producción y servicios en que otras áreas o temáticas deberían tener conocimiento para ser contratados en una empresa de la zona de Limón? Marque con una (X) la casilla que crea conveniente**

Área	Avanzado	Medio	Básico
Manejo de inventario			
Inspector de calidad			
Logística de Contenedores			
Seguridad en almacenes y zonas de carga			
Seguridad e higiene ocupacional			
Administración de proyectos			
Mercadeo			
Talento humano			
Liderazgo, trabajo en equipo, comunicación			
Otra:			

10) **¿Sabía usted que el CUNLIMÓN ofrece la carrera de Diplomado en Gestión de la producción y Servicios?**

11.1 ( ) **Si.**

11.2 ( ) **No.**

11) **Como empleador, ¿Estaría dispuesto usted a contratar un egresado del CUNLIMÓN en la carrera Diplomado en Gestión de Producción y Servicios?**

12.1 ( ) **Si.**

12.2 ( ) **No, Porque:** \_\_\_\_\_

12) **¿En qué puesto colocaría usted un profesional egresado de la carrera Diplomado en Gestión de Producción y servicios?**

13.1 ( ) **Nivel Gerencial.**

13.2 ( ) **Nivel Operativo.**

13.3 ( ) **Supervisor.**

13.4 ( ) **Otro:** \_\_\_\_\_

13) **De las siguientes asignaturas que cursan los estudiantes de la carrera de Gestión de la Producción y Servicios en el CUN, señale cual considera usted necesaria y cual**



**considera innecesaria desde su perspectiva como empleador, siendo 1 totalmente innecesario y 5 totalmente necesario**

	1	2	3	4	5
Fundamentos de producción					
Comunicación oral y escrita					
Precálculo					
Inglés introductorio					
Dibujo técnico					
Principios de higiene y seguridad ocupacional					
Cálculo diferencial e integral					
Inglés técnico					
Salud y seguridad laboral en terminales logísticas					
Análisis estadístico I					
Álgebra lineal					
Herramientas informáticas I					
Relaciones laborales					
Costos industriales I					
Análisis estadístico II					

Herramientas informáticas II					
Dirección de personal					
Estudio del trabajo I					
Costos industriales II					
Metrología y normalización					
Control de inventarios					
Estudio del trabajo II					
Programación y control de la producción					
Control de calidad					

14) Como empleador, ¿Cuál es su percepción de esta carrera?

14.1 ( ) Tiene mucho mercado laboral en el futuro en nuestra provincia.

14.2 ( ) Tiene mercado laboral actualmente en la provincia.

14.3 ( ) Tiene mercado, pero por el corto plazo en la provincia.

14.4 ( ) Tiene poco mercado laboral en la provincia.

14.5 ( ) No tiene mercado laboral ni futuro en la provincia.

15) **¿Generalmente cuando realiza el reclutamiento de profesionales en esta área, de donde vienen los posibles candidatos? (¿Puede marcar varias casillas?)**

10.1 ( ) **Universidad Tecnológica Nacional UTN.**

10.2 ( ) **Universidad de Costa Rica UCR.**

10.3 ( ) **Tecnológico de Costa Rica TEC.**

10.4 ( ) **Colegio Universitario de Limón CUN Limón.**

10.5 ( ) **Universidades privadas.**

10.6 ( ) **Referencias.**

10.7 ( ) **Internet.**

10.8 **Otro:** \_\_\_\_\_

16) **¿Por cuáles medios le gustaría enterarse de los posibles candidatos para contratar en su empresa? (Puede marcar varias casillas)**

16.1 ( ) **Bolsa de Empleo.**

16.2 ( ) **Redes Sociales.**

16.3 ( ) **Correo Electrónico.**

16.4 ( ) **Feria de empleo.**

16.5 ( ) **Otra:** \_\_\_\_\_

17) Como empleador, ¿Qué áreas de conocimiento/disciplinas/carreras considera que serán necesarias en un futuro en la provincia de Limón, y que las instituciones deberían de ofertar?

---

---

---

---

---

---

---

18) Perfil del encuestado:

18.1 Correo electrónico: \_\_\_\_\_

18.2 Nombre: \_\_\_\_\_

18.3 Puesto que desempeña en la empresa: \_\_\_\_\_

18.4 Procedencia del capital de la empresa

18.4.1 ( ) Publico.

18.4.2 ( ) Privado.

### 7.3 Tablas Apéndice 3

Tabla 1.

Necesidad de personal capacitado en producción y servicios en la zona de Limón, abril 2019

	Absoluto	Relativo
Si	15	94%
No	1	6%
Total	16	100%

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 2.

Demanda laboral de la carrera de producción y servicios en la zona de Limón, abril 2019

	Absoluto	Relativo
Si	13	81%
No	3	19%
Total	16	100%

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 3.

Necesidad de profesionales de producción y servicios, abril 2019

	Absoluto	Relativo
Si	3	19%
No	13	81%
Total	16	100%

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 4.

Plazas disponibles en las empresas de la zona de Limón para el área de producción y servicios, abril 2019

	Absoluto	Relativo
Ninguna	13	81%
De 1 a 3 plazas	3	19%
de 4 a 6 plazas	0	0%
De 7 a 10 plazas	0	0%
De 10 a más plazas	0	0%
Total	16	100%

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 5.

Salario mensual que están dispuestos a pagar las empresas a un egresado de un Diplomado de Gestión de producción y servicios. abril 2019

	Absoluto	Relativo
De ¢100 000 a ¢300 000	12	75%
De ¢300 000 a ¢500 000	4	25%
De ¢500 000 a ¢700 000	0	0%
De ¢700 000 o más	0	0%
Total	16	100%

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 6.

Área donde las empresas de la provincia de Limón podrán aceptar un profesional de la carrera de producción y servicios, abril 2019

	Absoluto	Relativo
Plantas bananeras	6	38%
Empresas de servicios (Bancos, telecomunicaciones, cadenas de supermercados.)	6	38%
Servicios (turismo, salud, belleza, financiera, consultoría.)	6	38%
Alimentos	5	31%
Metalmecánico	4	25%
Transformación de materiales (plásticos, madera,metal,textil,etc..)	3	19%
Agrícola	3	19%
Otra	2	13%

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 7.

Idiomas necesarios para desempeñar labores en el área de producción y servicios, abril 2019

	Avanzado Absoluto	Avanzado Relativo	Medio Absoluto	Medio Relativo	Básico Absoluto	Básico Relativo
ingles	9	56%	7	44%		
Alemán					16	100%
chino mandarín	1	6%	3	19%	12	75%
Francés			3	19%	13	81%
italiano			2	13%	14	88%

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 8.

Áreas o temáticas que deberían tener conocimiento los profesionales de producción y servicios, abril 2019

	Avanzado Absoluto	Avanzado Relativo	Medio Absoluto	Medio Relativo	Básico Absoluto	Básico Relativo
Manejo de inventario	10	63%	4	25%	2	13%
Inspector de calidad	9	56%	4	25%	2	13%
Logística de contenedores	9	56%	2	13%	5	31%
Seguridad en almacenes y zonas de carga	7	44%	6	38%	3	19%
Administración de proyectos	9	56%	3	19%	3	19%
Mercadeo	4	25%	8	50%	4	25%
Talento Humano	8	50%	2	13%	5	31%
Liderazgo, trabajo en equipo, comunicación	10	63%	5	31%	1	6%
Seguridad e higiene ocupacional	9	56%	5	31%	2	13%

**Fuente:** Elaboración propia



Tabla 9.

Conocimiento de oferta de carrera, abril 2019

	Absoluto	Relativo
Si	3	19%
No	13	81%
Total	16	100%

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 10.

Disposición de las empresas de la zona de Limón para contratar a un egresado de la carrera de producción y servicios, abril 2019

	Absoluto	Relativo
Si	13	81%
No	3	19%
Total	16	100%

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 11.

Puestos de trabajo en que colocarían a un profesional egresado del área de producción y servicios, abril 2019

	Absoluto	Relativo
Nivel Operativo	11	69%
Supervisor	8	50%
Otro	1	6%
Gerencial	0	0%

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 12

Calificación de los empresarios a las signaturas que cursan los estudiantes de la carrera de producción y servicios, abril 2019

<b>Asignatura</b>	<b>Evaluación Promedio</b>
Control de calidad	4,625
Herramientas informáticas I	4,5625
Comunicación oral y escrita	4,5
Herramientas informáticas II	4,5
Relaciones laborales	4,3125
Inglés introductorio	4,25
Control de inventarios	4,25
Programación y control de la producción	4,25
Principios de higiene y seguridad ocupacional	4,1875
Dirección de personal	4,1875
Estudio del trabajo II	4,1875
Inglés técnico	4,125
Estudio del trabajo I	4,125
Salud y seguridad laboral en terminales logísticas	4,0625
Metrología y normalización	4,0625
Costos industriales I	4
Costos industriales II	3,9375
Análisis estadístico II	3,875
Fundamentos de producción	3,8125
Análisis estadístico I	3,75
Cálculo diferencial e integral	3,3125
Precálculo	3,125
Álgebra lineal	3,0625
Dibujo técnico	2,1875

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 13.

Percepción de la carrera de producción y servicios, abril 2019

	Absoluto	Relativo
Tiene mucho mercado laboral en el futuro en nuestra provincia.	8	50%
Tiene poco mercado laboral en la provincia	4	25%
Tiene mercado laboral actualmente en la provincia.	2	13%
Tiene mercado, pero por el corto plazo en la provincia.	2	13%
No tiene mercado laboral ni futuro en la provincia.	0	0%
Total	16	100%

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 14.

Proveniencia de los posibles candidatos cuando se realiza reclutamiento de profesionales, abril 2019

	Absoluto	Relativo
Universidad Tecnológica Nacional UTN	1	6%
Universidad de Costa Rica UCR	3	19%
Tecnológico de Costa Rica TEC	2	13%
Colegio Universitario de Limón CUNLIMÓN	3	19%
Universidades privadas	3	19%
Referencias	6	38%
Internet	2	13%
Otro	2	13%
Nunca ha contratado profesionales en esa área	1	6%

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 15.

Medios de preferencia para enterarse de posibles candidatos, abril 2019

	Absoluto	Relativo
Correo electrónico	11	69%
Bolsa de empleo	5	31%
Feria de empleo	4	25%
Redes sociales	3	19%

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 16.

Procedencia del capital de la empresa. abril 2019

	Absoluto	Relativo
Público	1	7%
Privado	14	93%
Total	15	100%

**Fuente:** Elaboración propia

#### **7.4 Documentación de limitación. Apéndice 4**

En la semana del 23 de abril al 26 de mayo se realiza la gira de trabajo de campo a las empresas para recolectar los datos de la encuesta, la muestra para es estudio era un total de 23 las cuales se procedió a realizar la visita a cada una de ellas, ya que al intentar aplicar el cuestionario vía telefónica fue imposible; el primer día se visita un total de 10 empresas las cuales ninguna contesto el cuestionario, sin embargo solicitaron que se les enviara de manera digital por medio de correo electrónico, ese mismo día en la tarde se enviaron los correos de las cuales solamente una empresa contesto el cuestionario, para el segundo día se visitaron al menos 9 empresas de las cuales unas 8 contestaron la encuesta de manera inmediata y las demás por medio de correo electrónico, para el tercer día se visitaron las empresas restantes de las cuales al menos 2 contestaron la encuesta inmediatamente y las demás se procedió a enviarlas por correo electrónico, se procedió a realizar seguimiento a las empresas que solicitaron la encuesta por correo electrónico recordándoles contestarla lo antes posible sin embargo no se obtuvo respuesta, se dio un tiempo prudente de una semana en espera de las respuesta y solamente 5 empresas procedieron a contestar , de las demás encuestas nunca se obtuvo respuesta.

## 7.5. Datos de los encuestados. Apéndice 5

Carlos Rueda
Engell Cubero
Juan Soto Gómez
Marta Hutchinson Valladares
Silvia Bonilla
Josué Navarro Castillo
Jorge Bravo Miranda
ADRIANA GIRALDO RAMIREZ
Romell Ulloa Barrantes
Luis Cruz
Andrea Peralta
olman sierra solano
Jose brenez jimenez
Carlos Montoya
Jorge Gil Palacios
Nayift

## 18.2) Correo electrónico

16 respuestas

ingcarlosruedab@gmail.com
engell@termicontenedores.com
J.soto@cabletica.com
Marta@hutchinsongrupocr.com
sbonilla@cotrosa.com
JNavarro@colonos.com
jorge.bravo@ilglogistics.com
agiraldo@isivencr.com
Rulloa@freshdelmonte.com
Lcruz@zetagss.co.cr
Aperaltasi@ice.go.cr
netosierra0205@gmail.com

josetocho20@gmail.com

Wendy01@ice.ci.cr

jorge.gilpalacios@gmail.com

nayift90@hotmail.com

### 18.3) Puesto que desempeña en la empresa

16 respuestas

Ing. Residente.

Gerencia Administrativa

Gerente Regional

Gerente Financiera

Recursos Humanos

Gerente

Gerente de Operaciones

Administradora de Obra

Supervisor

Gefe de operaciones

Coordinador de agencia

subgerente

Gerente de frescos

Administrador

Gerente General sede Limón

Jefe Financiero

## 8. Anexos

### 8.1 Listado de empresas Anexo 1

ESTUDIO SOBRE EMPRESAS, LIMÓN 2017 – CANTÓN LIMÓN				
#	EMPRESA	CONTACTO	TELEFONO	CORREO
1	ABOPAC	Fresy Villalobos	2205-1102	fressy.villalobos@abopac.com
2	AEROMAR	Jorge Estrada	2758-0416	Jorge.estrada@aeromar.co.cr
3	ALAMO		2797-2263	
4	ALCARIBE	Cristian Rodriguez	2798-1000 / 6067-2324	administracion@alcaribe.co.cr
5	ANFO	ANA YENSY LEITON	2798-0537 / 0527	aleiton@anfocr.com
6	APM TERMINALS	Yocelyn McKenzie	6051-4868	
7	Brisas de la Jungla	Rafael Calderón	2797-1352	canopbrisas@yahoo.es
8	Calderón Catering Service	Adriana Calderón	2758-5845	cateringservicecalderon@yahoo.es
9	Constructora MECO	Stephanie Cascante	2519-3963 / 2519-7046	stephanie.cascante@constructorameco.com
10	COSEVI	Verónica Fonseca	2010-4717	
11	COSTA RICA CONTAINER SERVICE S.A	Jorge Gill	2758-5754	<a href="mailto:jorgegill@cr-container.com">jorgegill@cr-container.com</a>
12	COTROSA	Silvia Bonilla	2797-1443	sbonilla@cotrosa.com
13	CROWLEY		2212 9696	
14	COLONO			<a href="mailto:JNavarro@colonos.com">JNavarro@colonos.com</a>
15	Del Monte	Rommel Ulloa	7133-3731	rulloa@freshdelmonte.com
16	DHL	Roman Chaves		Roman.Chaves@dhl.com
17	ENCASPI	Paula Castillo / Yanixia	2797-2123	paulacastillo@encaspi.com
18	Flogar	Jorge Bravo	2758-0080 / 8861-0160	jorge.bravo@ilglogistics.com
19	FLORIDA ICE & FARM	Karla / Alexandra Cubillo / Juan de Dios	2437-7490 / 7476 / 7432	alexandra.cubillo@fifco.com
20	GAS Z	Luis Cruz	2797 2116	
21	GRANT	Luis Enrique Grant	2573-8821 / 4032-0361	
22	Grupo del Sol	Victoria Solorzano	2758-8080	vsolorzano@grupodelsol.cr
23	Grupo Hutchinson	Karina Chavez	2798-1820	oficinachh@hutchinsongroupcr.com
24	ICE	Kattia Campos	2003 5423	
25	ISIVEN	Adriana Giraldo	2797-2929	agiraldo@isivencr.com
26	JAPDEVA	Leonicia Guthrie	2799-0012	lguthrie@japdeva.go.cr
27	Kolbi	Andrea Peralta		Aperaltasi@ice.go.cr
28	Lemon Energy Supply Co.	NORMAN CHINCHILLA	2758-1022 / 8885-1300	nchinchilla@hutchinsongroupcr.com
29	Más x Menos	Kennia Gamboa	2798-0070	
30	MASS	John Gretsches	2758-1389 / 4100-5930	<a href="mailto:John.gretsch@mass.cr">John.gretsch@mass.cr</a>
31	RECOPE	Jacqueline Myrie	2284-2700 ext 2276	
32	REINSA		2797-0147	
33	RENZI	PADDY RUIZ	4070-0477 / 7055-1703	pruiz@gruporenzi.com
34	Repuestos Castillo		2797-2541 / 2548	
35	RITEVE	Cristian Rojas	8350-3192	
36	Seaboard Marine	Daniel Traña / Roy Porras	2797-1071	rporras@seaboard.co.cr / daniel.trana@seaboard.co.cr
37	SERCANSA	Jessica Vargas	2797-2684	jvargas@sercansa.com
38	SERECO		2798-4141	
39	SIELSA	Manuel Garita	8386-2888	mgarita@sielsa.com
40	SISLOCAR		4000-1500	
41	TERMICON	Engell Cubero	8576-9556	
42	TICONTAINER		2797-1373	
43	Tierra Feliz	Engell Cubero	8576-9556	
44	Trans. Int. GASH	Antenor Mena	2797-2400 / 1521	aduarte@gash.co.cr
45	Transportes HIDALCHI	Armando Araya	2797-1720	aaraya@hidalchi.com
46	Transportes HL	Jonathan Pérez	2474-4886	jperez@transporteshl.com
47	TRANSUP		2797-1569 / 2385	
48	Truck City		4052-6510	
49	Veragua Rainforest	Ivan Escamilla	4000-0949	info@veraguarainforest.com
50	YARA	Ignacio Alvarado	2105-0250 ext 282	



## 8.2 Oficio entregado a la Decana del CUNLIMÓN Anexo 2



Dirección de Planificación y Desarrollo  
Unidad de Investigación y Desarrollo

13 de mayo de 2019  
Oficio DPD-ID-04-2019

Señora  
Karlény Clark Nelson, Msc.  
Decana a.i.  
Colegio Universitario de Limón.

**ASUNTO: INFORME SOBRE GIRA DE VISITAS A EMPRESAS, PARA ESTUDIO DE LA CARRERA DE PRODUCCIÓN.**

Reciba un cordial saludo de parte del Departamento de Investigación y Desarrollo.

Entre la semana entre el 22 y el 26 de abril se realizó una gira en el cantón de Limón, con la señorita Marcelly Brenes Salas, estudiante encargada del "Estudio de mercado para determinar si existe la necesidad de ofrecer en el Cantón Central de Limón la carrera de Producción y Servicios del CUNLIMON".

La estudiante diseñó una herramienta de investigación, la cual se aplicó durante la gira, a un total de 26 empresas que, a juicio de los encuestadores, se relacionan con la actividad de producción. Producto de estas visitas, se obtuvo 16 respuestas.

Se visitaron las siguientes empresas e instituciones:

- Abopac
- Brisas de la jungla
- Cabletica
- Constructora H. Solís
- Constructora Hutchinson
- Constructora MECO
- Cotrosa
- Crowley
- Del Monte
- Dos Pinos
- El Colono
- Fábrica de Hielo del Atlántico
- Flogar
- Grupo del Sol
- ILG Logistics
- Isiven
- Kolbi
- MASS
- Maxi Pali
- Mega Super
- RECOPE
- Sielsa
- Termicon
- Ticontainer
- Veragua Rainforest
- Zeta Gas

El estudio se encuentra, al día de hoy, en etapa revisión por parte de los profesores del TEC. Una vez aprobado, se presentará los resultados ante la administración del CUNLIMON, para que se tomen las decisiones pertinentes, de acuerdo con la información recabada.

Sin más por el momento, y en espera de haber informado debidamente, me suscribo.

Atentamente,



Pablo Gerita Alpizar, MBA,  
Docente Investigador  
Colegio Universitario de Limón



CC: Carmen Pardo Padilla, Directora de Planeamiento y Desarrollo, CUNLIMON,  
Marcelly Brenes Salas, Estudiante Bach. Administración de Empresas, TEC,  
Archivo.

