

**CREACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE LA COMPAÑÍA INSTA  
ELÉCTRICOS RMS S.A.**

Sebastian Camilo Caro Vallejo

UNIVERSITARIA UNIAGUSTINIANA  
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Administración de empresas  
Bogotá D.C  
2021

**CREACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE LA COMPAÑÍA INSTA  
ELÉCTRICOS RMS S.A.S**

Sebastián Camilo Caro Vallejo

Tutora:

Andrea Páez Gómez

Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas

UNIVERSITARIA UNIAGUSTINIANA

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Administración de empresas

Bogotá D.C

2021

## **Agradecimientos**

En primera instancia quiero agradecer a mis padres por darme la grandiosa oportunidad y fortuna de proveerme el estudio, ya que con su esfuerzo, cariño y comprensión he podido superar todas y cada una de las adversidades que se me han presentado a lo largo de la vida.

A mi madre Ana Lucia Vallejo Gordillo por el apoyo incondicional que me ha brindado desde el inicio hasta la culminación de mi carrera, ya que sin ella nada de esto hubiera sido posible-

A mi padre Jairo Danilo Caro Suarez por siempre estar presente en todas las circunstancias presentadas a lo largo de mi formación personal y profesional, puesto que siempre estuvo interesado en que creciera en un ambiente de formación integral.

Por otra parte quiero agradecerle a Dios por guiarme en mi camino universitario, llenándome de sabiduría, dedicación, paciencia y amor por mi carrera, para así motivarme cada día a ser un mejor profesional.

Agradezco enormemente a la empresa Instaelectricos RMS S.A.S, por permitirme realizar mis pasantías profesionales con el fin de terminar de cumplir mi sueño de ser un profesional capacitado, ayudándome a conocer las dinámicas laborales y abrir espacios dentro del mercado laboral.

A la grandiosa tutora Andrea Páez Gómez por su colaboración y disposición al enseñarme y guiarme en este proceso.

Finalmente agradezco a las personas que hicieron parte de mi proceso de formación profesional como mis amigos y mi pareja ya que con su ayuda, colaboración y compañía hicieron que esta experiencia fuera mucho más agradable y enriquecedora.

### **Dedicatoria**

Este trabajo está dedicado principalmente a mis padres por haberme dado la vida y la fortuna de estudiar, en segundo lugar a Dios por darme la motivación y disposición para así lograr todos mis objetivos y sueños, finalmente a las personas que hicieron parte de mi proceso de formación profesional como mis amigos, mi pareja y profesores que estuvieron prestos a la enseñanza.

## Resumen

El presente trabajo es el resultado de un proceso de practica empresarial correspondiente a la opción de grado que tiene como principal objetivo la creación de un plan estratégico que permita a la compañía Instaelectricos RMS S.A.S disponer de una estructura organizacional mucho más clara, la cual les va a permitir tener más conocimiento de proyección empresarial y los objetivos a cumplir resaltando que estos serán tendientes al fortalecimiento y mejora de los procesos estratégicos. En primera instancia se realiza una recopilación de toda la información de la empresa para tener un panorama más amplio del estado actual de la compañía, para realizar este diagnóstico se utilizan diferentes métodos como: matriz DOFA, matriz MEFE, matriz MEFI, las cuales permiten conocer factores internos y externos de la empresa en general.

Se hará una revisión contextual de diferentes documentos, artículos, datos estadísticos y páginas web con el fin de analizar el mercado y el sector al que pertenece la empresa, facilitando de esta manera la creación del plan estratégico para contribuir al crecimiento de la empresa se van a implementar políticas, organigrama, misión, visión y valores corporativos.

Con el plan estratégico la empresa tendrá un alcance significativo de diagnostico mediante la formulación, implementación y desarrollo de estrategias de responsabilidades y funciones, razón por la cual la compañía se va a beneficiar porque tendrá una estructura mas concisa permitiendo asertivamente definir las responsabilidades y funciones de cada una de las áreas con las que cuenta la empresa.

*Palabras claves:* Empresa, estructura organización, crecimiento, misión, visión, valores corporativos, políticas, plan estratégico.

### **Abstract**

The main objective of this project is to create a strategic plan that allows Instaelectricos RMS SAS to have a much clearer organizational structure, which will allow them to have more knowledge of projection and where they want to go. In the first instance, a compilation of all the information of the company is made to have a broader panorama of the current state of the company, to make this diagnosis different methods are used such as: SWOT matrix, MEFE matrix, MEFI matrix, which allow to know internal and external factors of the company in general.

There will be a contextual review of different documents, articles, statistical data and web pages in order to analyze the market and the sector to which the company belongs, thus facilitating the creation of the strategic plan to contribute to the growth of the company. to implement corporate policies, organization chart, mission, vision and values

With the strategic plan, the company will benefit because it will have a clearer structure, thus allowing the correct definition of the responsibilities and functions of each of the areas that the company has.

*Keywords:* Company, organizational structure, growth, mission, vision, corporate values, policies, strategic plan.

## Tabla de contenido

Introducción .....	11
1. Caracterización de la empresa.....	12
1.1 Historia de la empresa .....	12
1.2 Razón social .....	12
1.3 Sector:.....	13
1.4 Tamaño:.....	13
1.5 Actividad económica:.....	13
1.6 Cantidad de empleados.....	13
1.7 Ubicación geográfica.....	13
1.8 Proyectos desarrollados por la empresa de conformidad con el portafolio de bienes y servicios ofrecidos.....	15
2. Diagnóstico del estado actual de la organización.....	19
2.1 Análisis interno .....	19
2.2 Área administrativa .....	19
2.3 Análisis DOFA .....	19
2.4 Las oportunidades de desarrollo son CAME.....	23
2.4 Matriz MEFI.....	24
2.5 Matriz MEFE.....	25
3. Descripción del problema.....	27
3.1 Pregunta de investigación.....	27
4. Formulación de objetivos .....	28
4.1 Objetivo general .....	28
4.2 Objetivos específicos.....	28
4.3 Justificación.....	28
5. Marco referencial .....	29
5.1 La guía estratégica el corazón del plan estratégico .....	29
5.2 La importancia de un diseño organizacional en las empresas, permite mejorar la eficiencia y ser competitiva.....	30
5.3 Estrategias empresariales .....	31
5.4 La cultura organizacional y su influencia en la sustentabilidad empresarial. La importancia de la cultura en la sustentabilidad empresarial.....	32
6. Marco institucional.....	35
6.1 Análisis de la industria .....	35
6.2 Ventajas .....	36
6.3 Desventajas.....	37
6.4 Análisis de la economía del país .....	37
7. Metodología .....	39
7.1 Tipo de investigación .....	39
7.2 Método de investigación .....	39
7.3 Población.....	39

8. Hallazgos.....	40
9. Propuesta de mejora .....	41
9.1 Propuesta de Misión .....	41
9.2 Propuesta de Visión.....	41
9.3 Propuesta de objetivos estratégicos.....	41
9.4 Propuesta de valores.....	42
9.5 Propuesta de políticas.....	42
9.6 Propuesta de organigrama .....	45
9.7 Propuesta de cadena de valor .....	46
9.8 Propuesta manual de funciones .....	48
9.9 Propuesta mapa de procesos.....	55
.....	55
9.10 Propuesta diagrama de procesos.....	56
Conclusiones .....	57
Recomendaciones.....	59
Referencias .....	60



### Lista de tablas

Tabla 1. Empleados Instaelectricos RMS S.A.S .....	13
Tabla 2. <i>Portafolio de servicios</i> .....	15
Tabla 3. Matriz DOFA .....	21
Tabla 4. Matriz MEFL.....	24
Tabla 5. Matriz MEFE .....	25
Tabla 6. Manual de funciones gerente general.....	48
Tabla 7. Manual de funciones cargo de secretaria .....	50
Tabla 8. Manual de funciones del cargo auxiliar administrativo comercial .....	51
Tabla 9. Manual de funciones del cargo auxiliar administrativo .....	53

## Lista de figuras

<b>Figura 1.</b> Logo de la empresa Instaelectricos RMS S.A.S .....	12
<b>Figura 2.</b> Ubicación geográfica de la empresa Instaelectricos RMS S.A.S. (2021).....	13
<b>Figura 3.</b> Organigrama .....	14
<b>Figura 4.</b> Proyectos realizados por la empresa Instaelectricos RMS S.A.S (2021). .....	16
<b>Figura 5.</b> Proyectos realizados por la empresa Instaelectricos RMS S.A.S (2021). .....	17
<b>Figura 6.</b> Proyectos realizados por la empresa Instaelectricos RMS S.A.S (2021). .....	17
<b>Figura 7.</b> Proyectos realizados por la empresa Instaelectricos RMS S.A.S (2021). .....	18
<b>Figura 8.</b> Proyectos realizados por la empresa Instaelectricos RMS S.A.S (2021). .....	18
<b>Figura 9.</b> Matriz Came .....	23
<b>Figura 10.</b> Porcentaje volumen útil Sector eléctrico (2020).....	35
<b>Figura 11.</b> Demanda de energía del Sector eléctrico (2020).....	36
<b>Figura 12.</b> Propuesta Organigrama. (Elaboracion propia) .....	45
<b>Figura 13.</b> Propuesta cadena de valor (Elaboración propia) .....	47
<b>Figura 14.</b> Propuesta mapa de procesos. (Elaboracion propia) .....	55
<b>Figura 15.</b> Propuesta mapa de procesos. (Elaboracion propia) .....	56

## **Introducción**

El presente trabajo pretende analizar la situación actual en la que se encuentra la empresa Instaelectricos RMS S.A.S, por medio de análisis que permitan entender las dinámicas del mercado haciendo uso de las herramientas de diagnóstico empresarial como la elaboración de las matrices MEFE, MEFI, DOFA y CAME, así como también la utilización de herramientas de investigación cualitativas que permitan la obtención y recolección de datos relacionados con el mercado por medio de entrevistas, encuestas e información brindada por la empresa.

El proceso de creación de estrategias de mejora y potencialización empresarial como muestra del realización de las prácticas permiten un importante enriquecimiento personal y profesional puesto que conjuntamente se desarrollan habilidades y actitudes que cimientan conocimientos y destrezas creando fortalezas individuales que reflejan el valor agregado que tiene el estudiante para ofrecerle a las empresas, facilitando así el acercamiento en el mercado laboral, permitiendo entender las dinámicas laborales del sector.

Por otra parte, la importancia de la realización de las prácticas facilita el refuerzo y enriquecimiento de la formación profesional a partir de las vivencias, retos y experiencias adquiridas a lo largo del desarrollo de las mismas proporcionando así una formación integral de manera conjunta.

## 1. Caracterización de la empresa

### 1.1 Historia de la empresa

La organización Instaelectricos RMS S.A.S se creó a partir de una idea de negocio creada por el señor Rigoberto Castillo López, quien trabajó durante 17 años en una constructora, adquiriendo conocimiento y experiencia de esta decidió crear su propia empresa de instalaciones eléctricas el día 03 de octubre del 2019, llevando (2) años constituida en el mercado, esta empresa se caracteriza por la excelencia de sus servicios y la calidad de su trabajo. A pesar de la pandemia el gerente de la organización logro mantenerse dentro del mercado, cumpliendo los contratos con la constructora con la cual laboran actualmente, quien a sido su cliente más potencial prestando sus servicios a la constructora Galias con la cual tiene un contrato exclusivo en cuanto a las redes eléctricas de los apartamentos en obra. Gracias a este contrato la empresa se ha potencializado a nivel nacional dándose a conocer entre sus competidores y siendo una alternativa llamativa para futuros clientes.

La empresa Instaelectricos RMS S.A.S no cuenta actualmente con misión, visión, valores, objetivos ni organigrama, sin embargo, la empresa tiene una proyección muy visionaria hacia el futuro y se proyecta para ser una de las mejores dentro del mercado.

### 1.2 Razón social

La razón social es el nombre o denominación oficial de una empresa, por lo tanto, el nombre de la empresa en la cual se va a desarrollar la pasantía profesional es Instaelectricos RAM S.A.S



**Figura 1.** Logo de la empresa Instaelectricos RMS S.A.S

Resulta necesario realizar una caracterización de la empresa Instaelectricos RMS S.A.S con el fin de establecer y ubicar el sector empresarial, tamaño, la actividad económica que comprende la instalación y accesorios de eléctricos desarrollar de conformidad con lo

establecido con la Cámara de Comercio y la DIAN y la cantidad de trabajadores vinculados determinando con ello de manera clara el ámbito de acción del plan estratégico a proponer

### 1.3 Sector:

La empresa Instaelectricos RMS S.A.S pertenece al sector minero energético

### 1.4 Tamaño:

La empresa Instaelectricos RMS S.A.S es una pequeña empresa, ya que cuenta con una nómina menor a 10 empleados.

### 1.5 Actividad económica:

La empresa esta dedicada a la instalación de materiales eléctricos

### 1.6 Cantidad de empleados

Tabla 1.

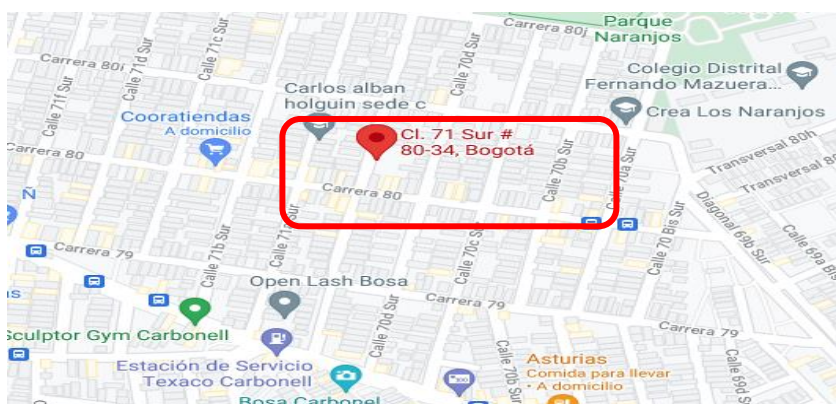
*Empleados Instaelectricos RMS S.A.S*

Cantidad de empleados	Cargo
1	Gerente
1	Contador
2	Asistentes administrativos
4	Total de empleados

**Nota:** Elaboración propia

### 1.7 Ubicación geográfica

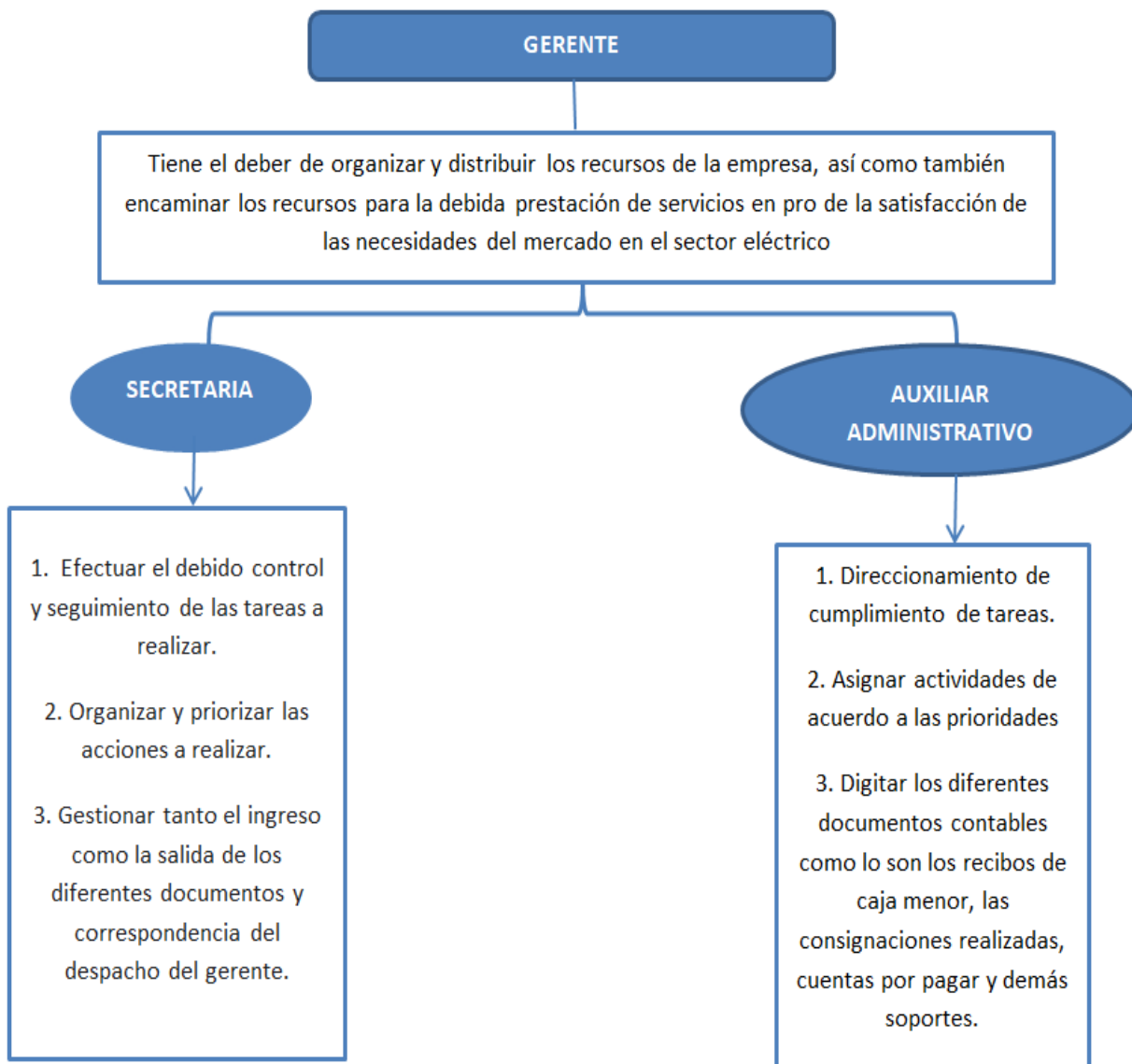
La empresa Instaelectricos RMS S.A.S se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá, en la localidad de Bosa, barrio Bosa Naranjo y su dirección es Calle 71 sur # 80 - 34.



**Figura 2.** Ubicación geográfica de la empresa Instaelectricos RMS S.A.S. (2021).

La empresa Instaelectricos RMS S.A.S es una sociedad por acciones simplificadas que se dedica a realizar operaciones con el fin de realizar instalación de servicios eléctricos a constructoras.

Esta sociedad se encuentra organizada de la siguiente manera de conformidad al personal contratado puesto que cuenta con tres (3) trabajadores que cumplen 4 funciones específicas



**Figura 3.** Organigrama.

### 1.8 Proyectos desarrollados por la empresa de conformidad con el portafolio de bienes y servicios ofrecidos.

Tabla 2.

#### *Portafolio de servicios*

SERVICIO	DESCRIPCIÓN
Capacitación	Capacitación técnica del personal consiste en dotar de los conocimientos, habilidades y técnicas propias de la empresa empleadas para la instalación, regulación y reparación eléctrica para la debida prestación de los servicios.
Desinfección de campamentos	La desinfección de los campamentos de construcción se realiza de conformidad con lo establecido en el protocolo que comprende las actividades dirigidas al cumplimiento de las diferentes rutinas de asepsia en los espacios de trabajo y obra, implementar Medidas de higiene en dotación, realizar la debida Manipulación de equipos, herramientas y materiales renovables y no renovables, realizar Limpieza y desinfección en baños, vestidores y duchas con el fin de brindar seguridad integral a toda la comunidad en pro de salvaguardar la salubridad, sostenimiento.
Instalación de cableado para torre grúa	Consiste en la instalación de una herramienta que permite la elevación del cableado permitiendo su debido y continuo funcionamiento ya que esto permite distribuir todo tipo de cargas mediante un gancho que se encuentra suspendido y que paralelamente permite su desplazamiento.

Armado de placa	Consiste en la creación e instalación de estructuras a base de concreto que permiten la creación de superficies lo suficientemente fuertes para soportar las cargas densas.
Repotenciación del transformador	Consiste en la reconstrucción total del transformador de conformidad con las corrientes nominales proporcionadas por la potencia adquirida, esto reutilizando materiales con altos índices de contaminación en pro de la preservación del medio ambiente.

Dentro del portafolio y servicios ofrecidos de la empresa realizados por la empresa Instaelectricos RMS S.A.S se encuentra la capacitación técnica del personal para debida instalación eléctrica requerida.



**Figura 4.** Proyectos realizados por la empresa Instaelectricos RMS S.A.S (2021).

Como puede evidenciarse en la foto otra unidad de negocio es la capacitación al personal que consiste en ofrecer los conocimientos, habilidades y herramientas adecuadas para la debida prestación del servicio de instalación eléctrica requerida.

Otra línea de oportunidad de participación del mercado se evidencia portafolio no 2 que consiste en el mantenimiento de las zonas de acción.





**Figura 5.**Proyectos realizados por la empresa Instaelectricos RMS S.A.S (2021).

La empresa ofrece en su portafolio la desinfección de campamentos en pro de mantener la calidad de los materiales utilizados en las instalaciones realizadas por la empresa en condiciones adecuadas que permitan ofrecer servicios de calidad con apoyo a los sistemas de salud pública, salubridad pública y servicios esenciales.

Por otra parte, una nueva unidad de negocio se evidencia en la obra de torre grúa



**Figura 6.**Proyectos realizados por la empresa Instaelectricos RMS S.A.S (2021).

El servicio ofrecido de instalación de cableado para torre grúa ofrecido dentro del portafolio de servicios y beneficios que consiste en la elevación del funcionamiento de las cargas para distribuir las con ayuda de un gancho suspendido.

Otra línea de oportunidad de negocio es el cuidado eléctrico prestado con estructuras utilizadas de manera temporal.



**Figura 7.** Proyectos realizados por la empresa Instaelectricos RMS S.A.S (2021).

Como se evidencia en la imagen el armado de placa es un servicio brindado por la empresa Instaelectricos RMS S.A.S consiste en crear estructuras que sostienen la placa de entripiso temporalmente hasta que la misma adquiera las propiedades mecánicas adecuadas.

A continuación, se presentan evidencias del portafolio de bienes y servicios realizados por la empresa Instaelectricos RMS S.A.S en las diferentes obras de conformidad con las unidades de negocio ofrecidas al público como lo son principalmente las instalaciones.



**Figura 8.** Proyectos realizados por la empresa Instaelectricos RMS S.A.S (2021).

El área técnica de la empresa desarrolla la repontelización del transformador, esto se hace con el fin de reutilizar elementos que pudieran contaminar como el cobre y el aceite para devolverle la potencia inicial al transformador, en pro de la conservación del medio ambiente.

## **2.Diagnóstico del estado actual de la organización**

Las herramientas de diagnóstico permiten agrupar un conjunto de estudios realizados en pro de establecer la realidad en la que se encuentra una empresa, entendiendo las diversas dinámicas sociales económicas y políticas a las que se enfrentan estas sociedades, con el fin de identificar de manera específica las principales debilidades empresariales, resaltando así que de conformidad con los resultados y análisis obtenidos se pueden establecer planes tendientes a mejorar íntegramente los procesos para la debida prestación de los servicios en el sector eléctrico.

### **2.1 Análisis interno**

La empresa fue fundada en el año 2019, su actividad económica es la instalación de servicios eléctricos a constructoras brindando un servicio de calidad y satisfaciendo las necesidades de los clientes, actualmente la empresa no cuenta con una estructura organizacional como una misión y visión, además de esto no tienen un organigrama, el cual permite establecer los niveles jerárquicos dentro de la compañía. Solamente cuenta el área administrativa.

### **2.2 Área administrativa**

Esta área es la encargada de llevar los temas de producción en cuanto a las actividades y servicios que ofrecen a sus clientes, además es la encargada de llevar el control de presupuestos y de manejar todo el dinero que ingresa a la empresa, también se encargan de hacer seguimiento a la nomina y realizar las facturaciones con las constructoras.

### **2.3 Análisis DOFA**

De conformidad con lo expresado por Mariño, Cortes y Garzón, (2008):

A traves de la matriz DOFA las empresas han logrado identificar los factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) con el fin de determinar como pueden afectar su futuro. Las fortalezas y debilidades son definidas como un entorno mas interno a nivel organizacional, el cual puede ser controlado, siempre y cuando los

factores se tengan claros, por otro lado los factores externos no al no poder ser manipulados se deben determinar estrategias para mitigar situaciones adversas

A continuación, se va a realizar una matriz DOFA, la cual permite tener un análisis interno y externo de la compañía, facilitando el análisis de todos los factores que pueden afectar de forma directa o indirecta a la empresa, ayudando así a crear estrategias a corto, mediano y largo plazo que contrarresten estos factores negativos con los positivos para seguir creciendo y siendo eficaces en las labores realizadas día a día

Tabla 3.

*Matriz DOFA*

	Fortalezas	Debilidades
Análisis general	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios a tiempo y de calidad</li> <li>• Tiene una gran participación en proyectos con la constructora</li> <li>• Personal capacitado para las labores brindadas</li> <li>• Buen margen de ganancia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resistencia al cambio</li> <li>• Falta de implementación en nuevas tecnologías</li> <li>• Poco personal</li> <li>• Tienen contrato de exclusividad con una sola constructora</li> </ul>
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buen ambiente laboral</li> <li>• Baja competencia en el sector en el que se encuentran</li> <li>• Mercado con alto flujo de clientes</li> <li>• Productos amigables con el medio ambiente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asignación de presupuesto a publicidad para llegar a más clientes F4,O3</li> <li>• Motivar a los empleados para que cumplan a cabalidad con sus actividades F1,O1</li> <li>• Crear acuerdos con los clientes actuales para que recomienden a la organización F2,O2</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar la reutilización de productos sobrantes D1,O4</li> <li>• Implementar el manejo de las redes sociales para tener un alcance más amplio en cuanto a clientes D2,O3</li> <li>• Utilizar las plataformas de empleo para expandirse a la hora de contratar personal D3,O1</li> </ul>

Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Falta de alianzas estratégicas</li> <li>● Competidores con mayor cantidad de clientes</li> <li>● Falta de estabilidad en los precios del mercado</li> <li>● Economía del país</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Contribución con el medio ambiente para frenar el cambio climático</li> <li>● Garantizar a los posibles clientes la calidad de los servicios ofrecidos F1,A1</li> <li>● Llevar un control de inventarios con los precios de los productos y la variación anual F4,A3</li> <li>● Ofrecer variedad de servicios a los diferentes tipos de clientes F2,A2</li> <li>● Capacitaciones constantes a los empleados de acuerdo a la evolución que se tenga en el mercado F3,A4</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Dejar de exclusividad de contratos y recalcar la calidad de los servicios que ofrece la empresa D4,O2</li> <li>● No crear más contratos de exclusividad y ser más abiertos con los diferentes tipos de clientes D4,A1</li> <li>● Contratar más personal para cubrir más contratos D3,A2</li> <li>● Asignar un presupuesto para nueva maquinaria y equipo D2,A3</li> <li>● Evolucionar acorde a la necesidad del mercado D1,A4</li> </ul>
Nota. Elaboración propia (2021).		

## 2.4 Las oportunidades de desarrollo son CAME

El análisis CAME según Lucía López Renilla es una herramienta fundamental e indispensable a la hora de elaborar un plan de mejora por que esta permite identificar estructurales elementales alusivas a las bases de las fortaleces de la empresa y también de las debilidades internas y eternas presentes en el mercado y que de acuerdo con la observación tendrán que ser clasificadas para corregirlas, afrontarlas, mantenerlas y explotaras con el fin de establecer los lineamientos obtenidos en los estudios realizados con antelación evidenciados en la matriz DAFO. (López, 2018).

DAFO-CAME		OPORTUNIDADES		AMENAZAS
DEBILIDADES	DO	Potencializar procesos en la prestación de servicio que permitan cumplir con la misión contratada con el fin de cambiar o dejar de implementar estrategias de mercado de corto alcance	DA	La resistencia al cambio será combatida por medio de la implementación de herramientas que permitan un cambio progresivo y escalonado de las diversas circunstancias y adversidades a las que se enfrenta el sector eléctrico con la modernidad y el mercado
	FO	La empresa cuenta con un portafolio de servicios y beneficios diversificado y de calidad dentro del sector eléctrico permitiendo así satisfacer las diferentes necesidades emergentes que pueden ser suplidas con la prestación de servicios de instalación	FA	Instaelectricos RMS S.A.S pretende combatir la competitividad para el posicionamiento en el mercado prestando servicios de calidad y en el menor tiempo posible con el fin de satisfacer las necesidades de sus clientes

**Figura 9.** Matriz Came. (Elaboracion propia).

## 2.4 Matriz MEFI

La MEFI, esta matriz se utiliza para identificar las fortalezas y debilidades que existen en la empresa, como lo plantea (Medrano, 2016) sirve para formular estrategias que evalúan principales fortalezas y debilidades en las áreas para evaluar las relaciones internas de la empresa.

Tabla 4.

### *Matriz MEFI*

Factores internos claves	Valor (Peso)	Calificación	Ponderación
<b>Fortalezas</b>			
Servicios a tiempo y de calidad	0,14	3	0,42
Tiene una gran participación en proyectos con la constructora	0,10	2	0,20
Personal capacitado para las labores brindadas	0,20	4	0,80
Buen margen de ganancia	0,15	2	0,30
<b>Subtotal</b>	<b>0,59</b>		<b>1,72</b>
<b>Debilidades</b>			
Resistencia al cambio	0,15	4	0,60
Falta de implementación en nuevas tecnologías	0,03	2	0,06
Poco personal	0,10	2	0,20
Tienen contrato de exclusividad con una sola constructora	0,13	3	0,39
<b>Subtotal</b>	<b>0,41</b>		<b>1,25</b>
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>2,97</b>

Nota. Elaboración propia (2021).

Por lo anterior se puede establecer que de conformidad con los valores asignados podrán tomarse las fortalezas como mecanismos principales para la mitigación de las debilidades que también se encuentran valorizadas de acuerdo a la priorización y urgencia de atención con el fin de mejorar con la prestación de los servicios ofrecidos por la empresa, gracias a los resultados de la matriz se puede identificar que la empresa o la marca esta por encima de la media con un resultado de 2,97 lo que significa que si se realizan y se aprovechan las



fortalezas con las que cuenta la empresa por medio de nuevas estrategias y planes de acción que ayuden a combatir las debilidades que se mencionan dentro de la tabla, por ende se proponen las siguientes estrategias para dar a cabalidad el crecimiento de la compañía.

Ampliar portafolio de clientes dando a conocer la marca por medio de redes sociales y diferentes canales de publicidad para abarcar un mayor mercado.

Realizar investigaciones sobre nueva maquinaria y materia prima según las tendencias que predominen en el mercado.

A mediano plazo contratar nuevo personal para tener una mayor cobertura en cuanto la demanda de los servicios con los que cuenta la empresa.

Con las estrategias mencionadas anteriormente la empresa va a combatir estas debilidades internas que de forma directa o indirecta afectan su crecimiento organizacional y el posicionamiento de su marca.

## 2.5 Matriz MEFE

La matriz MEFE es el resumen de la información que se va a evaluar según diversos factores como: economía financiera, social, cultural, tecnológica, y ambiental, calculando las oportunidades y amenazas de la empresa.

Tabla 5.

Matriz MEFE

<b>Factores externos</b>	<b>Valor</b>	<b>Calificación</b>	<b>Ponderación</b>
<b>Oportunidades</b>			
Buen ambiente laboral	0,22	4	0,88
Baja competencia en el sector en el que se encuentran	0,09	3	0,27
Mercado con alto flujo de clientes	0,12	3	0,36
Productos amigables con el medio ambiente	0,14	3	0,42
<b>Subtotal</b>	<b>0,57</b>		<b>1,93</b>
<b>Amenazas</b>			
Falta de alianzas estratégicas	0,17	2	0,34
Competidores con mayor cantidad de clientes	0,04	3	0,12
Falta de estabilidad en los precios del mercado	0,11	3	0,33
Economía del país	0,11	2	0,22
<b>Subtotal</b>	<b>0,43</b>		<b>1,01</b>
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>2,94</b>

Nota. Elaboración propia (2021).

Con esta valoración se pretende entender las diversas dinámicas a las que se ve enfrentada el campo de acción eléctrico trazando una ruta que permita superar las barreras del mercado por medio de las aptitudes con las que cuenta la empresa.

Gracias a la matriz MEFE se logra identificar que la empresa se enfrenta a varias adversidades que impiden el crecimiento de la compañía, por ende, se debe aprovechar al máximo las oportunidades con las que cuenta la organización para crecer de forma oportuna mitigando las amenazas que se presentan dentro del mercado, por lo tanto se propone crear reuniones de forma trimestral para identificar y evaluar el crecimiento y las nuevas amenazas a las que se podría enfrentar la compañía y en conjunto con las áreas internas de la organización dar solución a esta problemática.

### **3. Descripción del problema**

#### **3.1 Pregunta de investigación**

¿Cómo desarrollar un plan estratégico que permita la implementación de estrategias de posicionamiento en el mercado para la organización Instaelectricos RSM S.A.S permitiendo así el correcto funcionamiento de la empresa?

## **4. Formulación de objetivos**

### **4.1 Objetivo general**

Proponer un plan estratégico para generar una ruta de mejoramiento

### **4.2 Objetivos específicos**

- Realizar un diagnóstico exhaustivo de la compañía
- Diseñar un plan estratégico en la estructura organizacional de la empresa de acuerdo a sus necesidades
- Proponer una ruta estratégica basada en el plan de mejoramiento

### **4.3 Justificación**

Es importante realizar e implementar un plan estratégico para que la empresa tenga claro que quiere hacer y a dónde quiere llegar para así convertirse en una empresa competitiva dentro del mercado.

## 5. Marco referencial

A continuación, se definen los principales conceptos: plan estratégico, misión, visión, objetivos, valores organizacionales, para así contextualizar la investigación y el marco de referencia.

**Plan estratégico:** es un documento integrado en el plan de negocio que recoge la planificación económico-financiera, estratégica y organizativa con la que una empresa u organización cuenta para abordar sus objetivos y alcanzar su misión de futuro. (Plan estratégico 2020-2023, s.f).

**Misión:** la misión es el camino a través del cual los miembros de la empresa u organización harán realidad esa visión a través de los objetivos del día a día. Equipo editorial, Etecé. (2022).

**Visión:** marca una meta final hacia dónde quiere llegar la organización en el futuro. Equipo editorial, Etecé. (2022).

**Objetivos:** pueden ser definidos como los logros, resultados y condiciones que la organización aspira conquistar en un período futuro. Rita Lisboa, (2019).

**Valores organizacionales:** son la convicción que los miembros de una organización tienen en cuanto a preferir cierto estado de cosas por encima de otros (la honestidad, la eficiencia, la calidad, la confianza, etc.) López Carlos, (2001).

### 5.1 La guía estratégica el corazón del plan estratégico

Según el ingeniero Juan Pablo Lema (2004) “La misión, la visión y los valores no son el plan estratégico de una compañía. Son el pilar fundamental de un plan estratégico y, por ello, se consideran la forma en la que guía a la empresa y su esencia. Su enunciación no es un proceso aislado que surge de la nada, sino que constituye una etapa del complejo proceso de planeación estratégica, que debe alimentarse de un profundo análisis investigaciones del entorno y de la empresa, además de enmarcarse dentro de varios escenarios de la realidad futura. Igualmente, soporta la realización concreta de las estrategias, los objetivos y las acciones que ayudan a materializarlos y volver tangible, operativa, controlable y mensurable la estrategia del negocio.

Así mismo para Fernando Ortíz Flores, Rogelio Gámez Galindo (2012) en su artículo “Desarrollo de un Plan Estratégico en una Empresa Productora de Artículos de Madera” resalta que lo más importante de la planeación estratégica se centra en que es la que da orden, coherencia y alineación a los esfuerzos que se ejecutan dentro de una empresa, orientando de

esta manera las acciones que se han establecido. Permite así a la dirección y a los responsables de una empresa valorar, aceptar o rechazar un determinado número de acciones, especificando de forma clara los objetivos.

También cabe resaltar que gracias a esto se logra evaluar los resultados obtenidos para lograr la ruta de acción definida, proporcionando un instrumento de control que integre el uso efectivo de los recursos disponibles dentro de la organización minimizando los costos y siendo más eficientes.

Para obtener una visión más amplia sobre la estrategia empresarial se encuentra Daniel Martínez Pedros y Artemio Milla Gutiérrez (2012) quien en su libro *Introducción al plan estratégico* expresan que “la formulación de la estrategia probablemente es el tema más discutido y debatido del mundo empresarial. Diferentes generaciones de líderes empresariales han considerado el desarrollo de una buena estrategia como el factor diferenciador del éxito.” Directivos, académicos y constructores, todos buscando la panacea de una estrategia ganadora, han contribuido a la cuestión y al debate. Incluso el papel de la estrategia se ha puesto en duda recientemente porque quienes sugieren que el entorno empresarial tan dinámico y evolutivo vuelve ineficaz una estrategia a largo plazo y por ende se vuelven obsoleto

## **5.2 La importancia de un diseño organizacional en las empresas, permite mejorar la eficiencia y ser competitiva**

### Desarrollo Organizacional

La idea de los autores Ketty y Haro (2019), es que “el desarrollo organizacional como un proceso diseñado para encontrar una estrategia que puede cambiar la organización de la situación actual a un mejor nivel. En este proceso, el conocimiento y la doctrina se desarrollaron en respuesta a este cambio, lo que eleva la eficiencia de la organización y el crecimiento personal de los miembros.”(p.8).

Según Johansen (2016), “el desarrollo organizacional consiste en "reclutamiento, capacitación, desarrollo de carrera, desarrollo gerencial, planificación organizacional, compensación y otras actividades de recursos humanos que contribuyen al crecimiento y mejora general de la organización". (pág. 2)

El desarrollo organizacional como un proceso diseñado para encontrar una estrategia que puede cambiar la organización de la situación actual a un mejor nivel. En este proceso, el

conocimiento y la doctrina se desarrollaron en respuesta a este cambio, lo que eleva la eficiencia de la organización y el crecimiento personal de los miembros.

### **5.3 Estrategias empresariales**

El autor García (2013), menciona en su artículo que, “para concretar eficazmente los propósitos, metas u objetivos, deben desarrollarse políticas y planes para alcanzarlos, de manera tal, que permitan definir qué negocio o negocios la empresa debe llevar a cabo y, en consecuencia, cuál es la clase de empresa que debería ser; es decir, formular una determinada estrategia, o una apuesta sobre el futuro de la empresa.”

A continuación, se va a dar a conocer unas definiciones mencionadas por el autor recalcando la importancia de tener claro los conceptos de estrategia para que la organización lleve un orden y tenga claro la formulación de la misma y de que manera se va a llevar a cabo dentro de la empresa:

Que es una estrategia empresarial

La estrategia empresarial, es el camino que trata la búsqueda de un plan de acción que permita desarrollar ventajas competitivas en toda la empresa, para lograr un crecimiento armónico y expandir el mercado, a fin de enfrentar a la competencia con políticas de costo, calidad y diferenciación de productos.

Mediante la adopción de ese tipo de estrategia la empresa debe tratar de coordinar su potencialidad en forma coordinada, con todos los recursos con que cuenta y contribuir en esa forma a la consecución de sus objetivos.

Generalmente, la estrategia empresarial, en las empresas, está diseñada por sus directivos, muchas veces con la participación de asesores externos, con el apoyo del personal ejecutivo para su ejecución y desarrollo.

Puede decirse que la existencia de la estrategia empresarial, ha comenzado con la aparición de las organizaciones empresariales complejas cuya existencia se remonta a la segunda mitad del siglo XX, donde la misma empieza a cobrar consistencia y aparecen los primeros trabajos de planificación estratégica, liderados por autores e investigadores quienes dieron los primeros pasos para crear una metodología a la misma que, si bien muchas de sus aplicaciones fracasaron inicialmente, iniciaron un camino que se profundiza en forma constante y permanente hasta la actualidad.

Diversos tipos de estrategia

Las estrategias más populares, que permiten guiar a los directivos de una empresa, para decidir como competir en el mercado en el cual actúan, pueden señalarse de la siguiente manera:

Defensoras, impidiendo que los competidores penetren en su propio mercado o nicho elegido utilizando precios competitivos o creando productos de la misma calidad.

Buscadoras, encontrando y explotando nuevas oportunidades tanto en cuanto a productos como a mercado, cuyos márgenes de utilidad deberían ser mayores en razón de los riesgos que deberán asumir.

Imitadoras, copiando las ideas de éxito de sus competidores pero manteniendo la eficacia de producción y ventas de sus actuales productos y mercados, en cuyo caso sus márgenes de utilidad serán más pequeños pero más eficientes. Tal ha sido el caso de muchas industrias que han ampliado el Benchmarking al cual dedicamos el siguiente capítulo.

Reductoras, que si bien actúan sin un plan estratégico coherente reaccionan ante los cambios del entorno; lamentablemente, ello suele pasar en situaciones de crisis.

Gracias a estas definiciones se evidencia que existen varios tipos de estrategias y cada una de ellas funciona para un fin determinado, facilitando de esta manera la toma de decisiones dentro de la empresa.

#### **5.4 La cultura organizacional y su influencia en la sustentabilidad empresarial. La importancia de la cultura en la sustentabilidad empresarial**

A la hora de conocer acerca de una organización, el primer paso es conocer la cultura interna y externa, ya que esta es la forma en la organización se desenvuelve y definir como vivir en una organización, trabajar en ella, tomar parte de sus actividades y hacer carrera es participar íntimamente de su cultura.

En un contexto similar, Schein (2010) la relaciona con las presunciones y creencias básicas que comparten los miembros de una organización. Menciona que éstas operan de manera inconsciente, y que reflejan parte de su personalidad y ocupación (p. 7). Por esta razón es que el concepto a ganado interés para muchos investigadores y especialistas,

pues es inherente a cada individuo y a cada grupo humano, y a su vez, es el resultado de una herencia cultural mayor de la sociedad.

Con lo dicho anteriormente se puede definir que para conocer completamente una organización se debe identificar todos los aspectos con los que cuenta la compañía, su entorno



sus empleados el mercado en el que se encuentra para poder conocer su cultura empresarial y trabajar en base a ella para fortalecer sus actividades.

Según el autor Carlos Eduardo (2018) “La estrategia permite que la organización identifique su posición, establezca la relación con el entorno y se adapte. Sustenta las decisiones de los directivos sobre los cursos de acción a seguir frente a la dinámica social que produce cambios en los comportamientos de consumo en la sociedad. Por medio de la tecnología, las empresas pueden innovar y, en consecuencia, aparecen productos para el negocio que satisfacen necesidades en el segmento de mercado, los consumidores y/o clientes. Desde un punto de vista mas amplio, la organización estudia sus fortalezas y debilidades, se percata y anticipa a tales cambios en su entorno abierto y contingente, así como a los movimientos de sus oponentes, e identifica oportunidades y amenazas. Define aspectos estratégicos diferenciadores con objetivos y metas que en el largo plazo produzcan ventajas competitivas por los cursos de acción adoptados (Schendel & Hatten, 1972, Mintzberg, 1997; Hrebiniak & Joyce, 1984; Argyris, 1985; Scholes, 1997; Gimbert, 1998; Quinn, 1991).”

El autor también define el rumbo que sigue la empresa para cumplir con la misión que ha definido. Teniendo una visión del futuro, las organizaciones logran determina a largo plazo un plan de accion para mitigar estos factores inesperados, las directivas de la organización definen parámetros deseados para su implementación, participan y toman decisiones. Dentro de una prospectiva sistémica, determinan recursos y definen cursos de acción para cumplir con los objetivos.

El autor en su artículo propone una serie de concejos y estrategias a nivel comportamental de cómo actuar entender de qué forma se requiere que las personas actúen y se comporten dentro de las organizaciones:

Para las empresas es de suma importancia ser flexibles y tener disposición por parte de todo el equipo para aceptar y asumir los cambios que se puedan presentar.

Relacionar el entorno de la empresa con el negocio en el que actúa; tener información permanente y actualizada sobre el mercado, los clientes, la competencia y la innovación en el sector, así como los requerimientos del mercado para crear nuevos productos. Aportar a la construcción de escenarios con proyección a futuro, tomando como referencia cambios en el

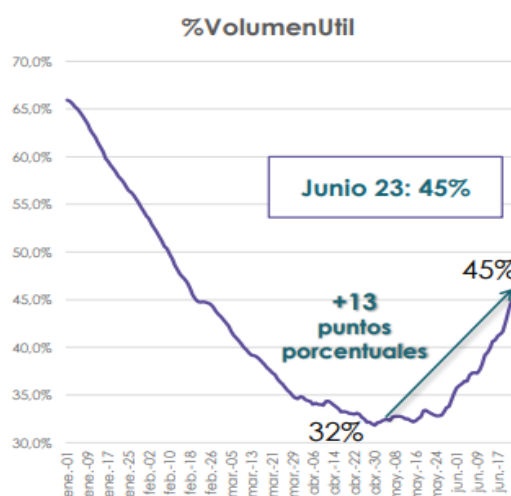
entorno, la innovación, la cultura y la dinámica social, lo que propicia cambios en la forma como los clientes y/o consumidores asumen la satisfacción de sus necesidades.

## 6. Marco institucional

### 6.1 Análisis de la industria

El ministerio de minas y energía menciona que en la III semana de junio la demanda de energía continuó exhibiendo una recuperación, ubicándose en promedio en 185,6 GWh: un incremento del 7% frente a los niveles de abril, aunque todavía inferior en un 10% frente a la demanda registrada en febrero.

- La demanda regulada, principalmente asociada con residencias, pequeñas industrias y comercios, exhibe una recuperación del 3% frente a abril, y se ha mantenido en los niveles alcanzados durante el mes de mayo. La demanda no regulada, principalmente asociada a grandes industrias y grandes superficies, muestra una recuperación del 19% frente a abril, como resultado de la mayor actividad económica observada.
- En términos sectoriales, la industria, el comercio y el sector financiero continúan liderando la recuperación de la demanda de energía. Por otro lado, el sector agro sigue exhibiendo una disminución



**Figura 10.** Porcentaje volumen útil Sector eléctrico (2020).

Se puede observar que el volumen útil del sector eléctrico en el mes de enero se encontraba con el 65% y durante el transcurso de los meses entre febrero y abril fue cayendo hasta alcanzar el 32% del volumen útil, sin embargo, desde finales del mes de abril comenzó su aumento de 13 puntos hasta el mes de junio alcanzando un porcentaje del 45% indicando esto una recuperación del mercado



**Figura 11.** Demanda de energía del Sector eléctrico (2020).

- La demanda regulada, principalmente asociada con residencias, pequeñas industrias y comercios mantiene los niveles alcanzados durante el mes de mayo.
- La demanda no regulada, principalmente asociada a grandes industrias y grandes superficies, sigue en una recuperación constante como resultado de la mayor actividad económica observada.

Gracias a la información brindada por el Ministerio de Minas y Energía (Sector eléctrico) se logra analizar que el sector eléctrico tiene muchas oportunidades de crecimiento por su alta demanda en el mercado dando un alto impacto en la economía colombiana ayudando a su recuperación frente a la situación actual del COVID-19.

## 6.2 Ventajas

- A medida que va avanzando la recuperación económica en el país, las empresas constructoras están buscando empresas eléctricas para crear contratos beneficiando así a la compañía con nuevos clientes.
- La demanda de electricidad va en aumento porque es un recurso muy importante y muy beneficioso para sus consumidores.
- Uno de los aspectos más importantes que tiene la electricidad es su desarrollo económico y social gracias a sus medios de comunicación.

- Con la creación de nuevos contratos se contrataría más personal y se estaría combatiendo los altos porcentajes que enfrenta el país actualmente.

### **6.3 Desventajas**

- Situaciones inesperadas que afecten de forma directa o indirecta a la compañía como, por ejemplo: Pandemias, crisis económicas, inseguridad, catástrofes
- Precios de mercado inestable por su alta demanda
- Materia prima de baja calidad, generando más gastos a la empresa

De acuerdo a las ventajas y desventajas mencionadas anteriormente la empresa Instaelectricos RMS S.A.S tiene un alto potencial en el mercado gracias a la alta demanda por parte de las empresas constructoras para realizar el cableado en sus obras, se debe aprovechar al máximo para impulsar la marca y el estatus de la compañía, es importante recalcar que al tener un mayor número de contratos se puede contribuir a grandes falencias que tiene la economía colombiana actualmente.

### **6.4 Análisis de la economía del país**

Según José Ignacio López, director de investigaciones económicas de Corficolombiana, mencionó que se ve que la campaña de vacunación "se ha vuelto el motor de la reactivación".

Colombia ha venido siguiendo el ejemplo de los países más desarrollados en cuanto al tema de la vacunación, sin embargo, los países que más han avanzado también han tenido el rebote más fuerte, y Colombia seguía esa tendencia general, pero incluso ha mostrado un crecimiento más acelerado, si bien acabó tarde la vacunación frente a otros países, pero está mostrando un ritmo más acelerado superando a países como México o Perú, pero por debajo de Chile o Uruguay", agregó.

En Colombia la actividad económica alcanzó el nivel pre pandemia en abril, antes del paro. A inicios del último trimestre la economía colombiana ha ido creciendo gracias a las jornadas de vacunación y que la gran mayoría de los ciudadanos están muy comprometidos a aplicarse las dosis de las diferentes farmacéuticas, gracias a lo mencionado anteriormente los establecimientos como: bares, restaurantes, cines, centros comerciales, estadios, entre otros han logrado reabrir al público y reactivar sus negocios.

José Ignacio López también agrega que se espera recuperar la economía durante el último trimestre, para crecer 7,2 % en 2021; sin embargo, alertó que este rebote en la actividad

económica va a estar acompañado de un aumento en la inflación y de las tasas del Banco de la República.

Debido a la pandemia hay algunos elementos globales de presiones inflacionarias que estamos viendo en muchas economías de la región que tienen que ver con aumentos en los precios de las materias primas, en los costos de transporte, y hay unos rasgos inflacionarios que se ven en muchas economías, pero también procesos en la economía colombiana, como los bloqueos en mayo. Hay una inflación en aumento, la base de la inflación colombiana está en una cifra de 3,8 %.

Con lo mencionado anteriormente se logra evidenciar que Colombia no se ha quedado atrás en cuanto a la recuperación económica, a su ritmo ha logrado restaurar un poco la normalidad que se vivía en el año 2019, impulsando las aperturas en las pequeñas empresas y brindando así una oportunidad de crecimiento para todas las industrias y para la salud de sus ciudadanos.

## **7. Metodología**

### **7.1 Tipo de investigación**

El tipo de metodología que se va a utilizar en este trabajo es la cualitativa ya que es una herramienta que se emplea para la recopilación de datos no estandarizados. Con el fin de analizar criterios y decisiones de los participantes a evaluar dentro de esta investigación, todo esto será posible por medio de entrevistas, encuestas, datos e información brindada por la empresa.

### **7.2 Método de investigación**

El método de investigación que se va a utilizar para la construcción y elaboración del plan estratégico, será el proceso empírico de observación ya que este permite estar en el entorno en el que se va a desarrollar la pasantía profesional, permitiendo así la obtención de manera directa e indirecta diferentes tipos de datos los cuales darán mayor claridad en el desarrollo de esta investigación.

### **7.3 Población**

La población a evaluar son los integrantes de la empresa Instaelectricos RMS S.A.S, ubicada en la ciudad de Bogotá D.C, específicamente en la Calle 71 sur #80-34.

## 8. Hallazgos

En el análisis realizado en este trabajo se puede identificar los procesos y actividades más importantes dentro de las áreas de la empresa Instaelectricos RMS S.A.S se identifican las falencias y los puntos en contra que se están cometiendo dentro de la compañía y no permiten su crecimiento oportuno. Para tener un análisis completo de la compañía se desarrolló cuatro matrices de diagnóstico las cuales son MEFE, MEFI, CAME y DOFA, las cuales permiten identificar y analizar en el estado interno y externo de la organización observando sus fortalezas, sus debilidades, amenazas y oportunidades donde se puede evidenciar el panorama general y específico en el que se encuentra la empresa lo que permite entender las dinámicas a las que se enfrenta en la aplicación de los procesos de instalación contenidos en el portafolio de servicios y beneficios razón por la cual resulta necesario implementar un plan de mejora encaminado a potencializar las fortalezas evidenciadas con el fin de posicionar la marca dentro del mercado que como consecuencia reflejen beneficios importantísimos como aumentar la calidad de los servicios ofrecidos a los clientes, creando de esta forma un factor de diferencia frente a la competencia del mercado y así mismo ganar confiabilidad por la buena prestación del servicio lo que implicaría impactar a los consumidores, satisfacer necesidades que se encuentren dentro de los servicios prestados y conocer posibles necesidades a satisfacer con la implementación de técnicas innovadoras que potencian la mejora de los procesos empresariales dentro del sector, todo esto será posible si se realiza un adecuado uso de las herramientas que se encuentran a la vanguardia de la modernidad ya que estas permiten la expansión con largo alcance al público.

La principal problemática de la empresa es que son muy resistentes al cambio y no toman riesgos de implementar nuevas tecnologías que sean más llamativas a la hora de atraer nuevos clientes y seguir posicionándose dentro del mercado



## **9. Propuesta de mejora**

La creación de una propuesta de mejora para la empresa Instaelectricos RMS S.A.S se hizo posible gracias a la realización continua de reuniones de socialización de trabajo colaborativo con el fin de diseñar la ruta a seguir para la debida construcción de los elementos que componen el plan estratégico, razón por la cual se propone la creación de:

### **9.1 Propuesta de Misión**

Instaelectricos RMS S.A.S tiene como fin brindar los servicios de instalación de energía eléctrica tanto internas como externas, en las diferentes obras civiles ofreciendo un trabajo de calidad para los clientes, mejorando continuamente los procesos internos para así tener una mayor eficacia y cuidado del medio ambiente.

### **9.2 Propuesta de Visión**

El propósito de Instaelectricos RMS S.A.S es convertirse en una de las mejores compañías de instalación de energía eléctrica a nivel nacional generando así un impacto exponencial en el mercado por la excelencia de nuestros servicios y la calidad de nuestro trabajo, se pretende hacer la apertura de nuevas oficinas de trabajo con el fin generar empleo con un mayor número de personal capacitado y comprometido con las funciones que realiza la empresa logrando con ello la debida prestación de los servicios ofrecidos en el portafolio de la empresa facilitando un mejor posicionamiento en el mercado lo cual nos permitirá ser mucho más llamativos y podremos iniciar nuevos proyectos con diferentes tipos de clientes.

### **9.3 Propuesta de objetivos estratégicos**

- Posicionarse en el mercado de competitividad ofreciendo productos de calidad para el 2022 destinados a satisfacer necesidades del sector eléctrico.
- Aumentar el talento humano capacitado para desempeñar las diversas actividades laborales en las diferentes áreas y departamentos de la empresa.
- Crear canales de comunicación que tengan alto impacto con el fin de promover los productos y servicios que la empresa ofrece a sus clientes.

#### **9.4 Propuesta de valores**

Según lo hablado con los empleados de la empresa Instaelectricos SAS para su organización los valores que más resaltan frente a sus actividades y la conducta que se maneja dentro de la organización son los siguientes:

**Trabajo en equipo:** Para la empresa es de suma importancia el trabajo en equipo, debido a que es la base fundamental del trabajo de campo para lograr los resultados esperados por el cliente.

**Comunicación asertiva:** Este es uno de los valores más importantes para la compañía, porque es claro entender y comunicar la información brindada por parte del cliente, desde que ingresa hasta que se marcha de las instalaciones de la empresa.

**Respeto:** Es uno de los valores más importante dentro de una organización, porque fomenta un buen ambiente laboral y permite la libre expresión para todos y cada uno de los colaboradores.

**Honestidad:** Decir la verdad siempre fomenta el crecimiento de la compañía, por ende, siempre se da información clara y verídica a los clientes, desde los precios de los productos y materia prima, hasta los inconvenientes que se puedan presentar, para crear confianza con los clientes.

**Mejora continua:** Para la empresa este valor los motiva a crecer diariamente, enfocándose en cumplir sus objetivos, obteniendo los mejores resultados y fortaleciendo así su nombre y marca.

**Liderazgo:** Es indispensable contar con buenos líderes que guíen a los colaboradores a realizar las tareas y actividades de forma eficaz y eficiente, además de fomentar e implementar todos los valores que tiene la compañía.

#### **9.5 Propuesta de políticas**

La propuesta de políticas de servicio y de convivencia empresarial es una herramienta objetiva, crucial e indispensable para el establecimiento de una empresa porque estas permiten que tanto los empleados como los usuarios tengan claros los lineamientos sobre los que se cimienta la empresa

Las políticas de servicio:

- Brindar información y asesoría clara y concisa de los servicios ofrecidos por la empresa
- Suministrar a los usuarios diferentes canales de atención y comunicación directa con el personal de Insta eléctricos con el fin de solucionar sus peticiones, quejas o reclamos.
- Prestar servicios de calidad capacitando constantemente al personal para la debida prestación de los servicios ofrecidos en el portafolio de Instaelectricos RMS S.A.S,
- Disponer de todos los medios que se tengan a disposición en la prestación de los servicios ofrecidos por la empresa con el fin de satisfacer todas las necesidades de los consumidores.
- Emplear métodos y elementos que sean amigables con el medio ambiente en la prestación de servicios.
- Proponer metas en la prestación de los servicios ofrecidos con el fin de evaluar la gestión de instalación de los productos.
- Realizar planes que permitan mitigar las pérdidas de conformidad con los indicadores de gestión.

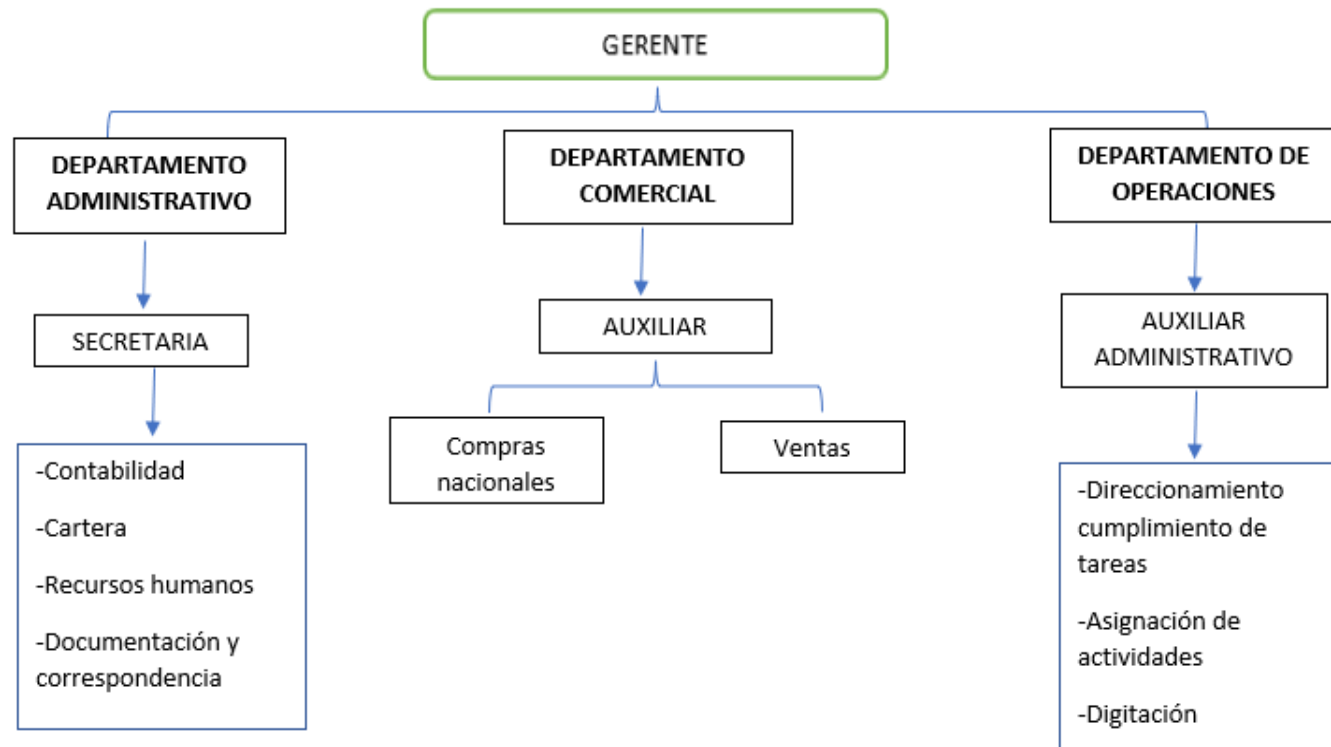
#### Las policías de Convivencia

- Ofrecer relaciones de cordialidad y respeto a los consumidores de los productos y servicios de la empresa.
- Tener buena disposición al momento de realizar las actividades laborales reflejadas en el orden y la puntualidad en la prestación de los servicios.
- suministrar a todos los trabajadores de la empresa un ambiente seguro que permita establecer relaciones amigables y ambientes agradables que faciliten llevar a cabo todas de manera satisfactoria las actividades laborales pertinentes.
- Promover el liderazgo en los trabajadores en iniciativas que permitan no solo el crecimiento empresarial sino también el crecimiento personal de los empleados para el buen funcionamiento de la empresa
- Fomentar espacios de inclusión a la diversidad y de respeto por las diferencias relacionadas con las creencias religiosas, orientaciones sexuales, identidad de género, raza y demás con el fin de promover desde todos los aspectos las ideas que sean impulsoras del crecimiento empresarial.

- Rechazar cualquier tipo de violencia entre todos los funcionarios de la empresa, en caso de conocer la presencia de actos de esta clase ponerse en comunicación con las autoridades pertinentes.

## 9.6 Propuesta de organigrama

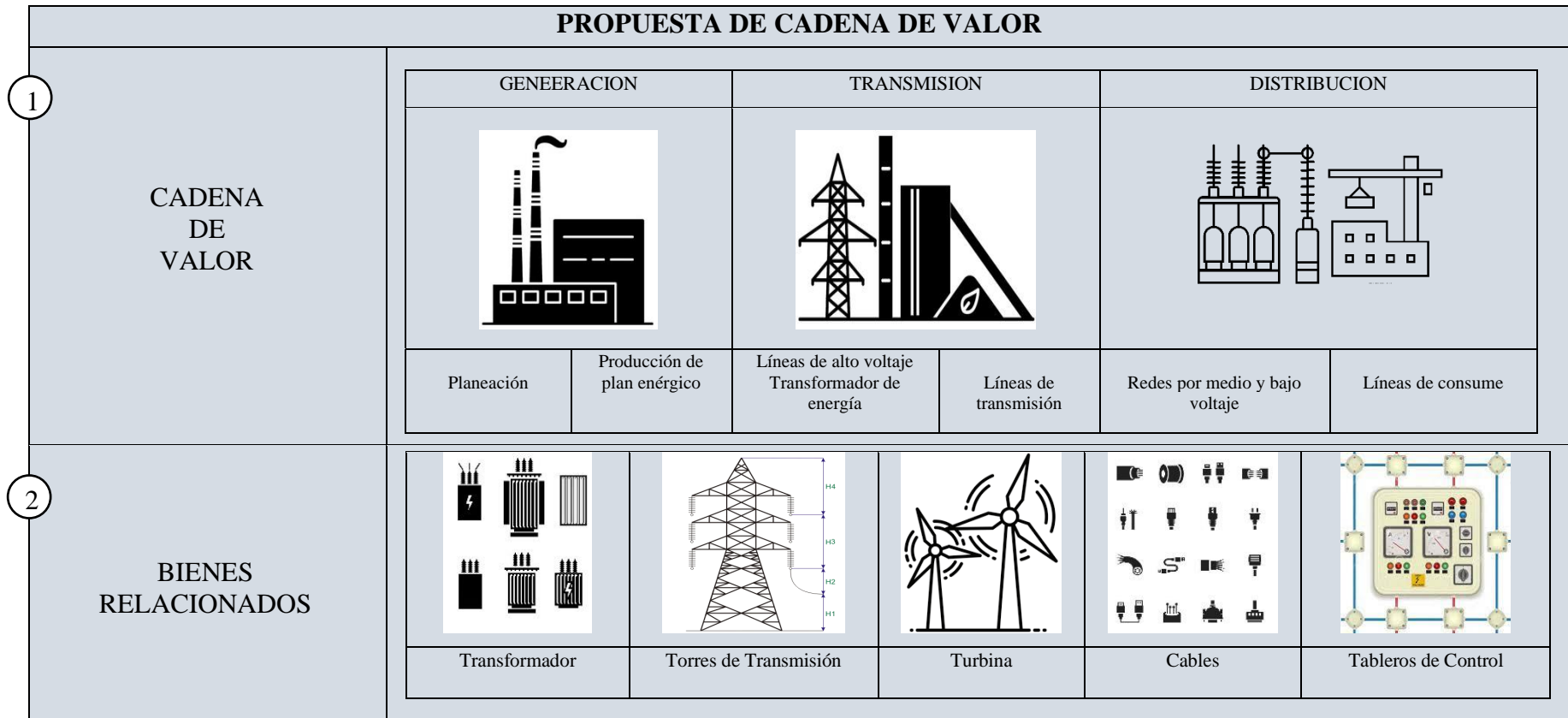
Se realiza la siguiente propuesta de organigrama, con el fin de establecer un esquema capaz de satisfacer todas las necesidades que se puedan presentar con ocasión a la prestación de los servicios ofrecidos y de abarcar todos los departamentos que se tienen en la empresa para designar tareas y delimitar responsabilidades.

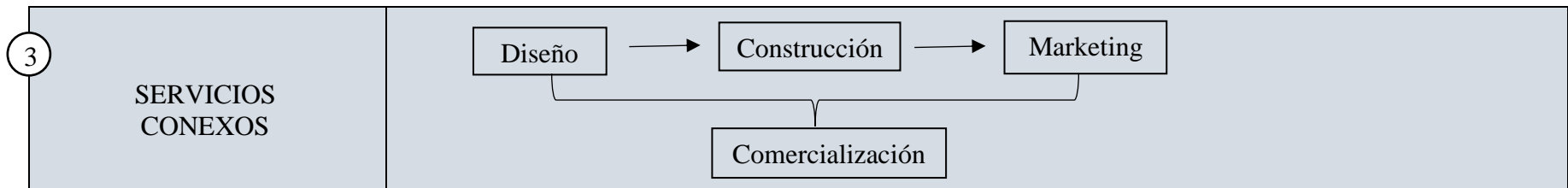


**Figura 12.** Propuesta Organigrama. (Elaboracion propia)

## 9.7 Propuesta de cadena de valor

Se considera necesario realizarla propuesta de cadena de valor con el fin de definir los procesos realizados por la empresa teniendo en cuenta dos factores conexos a este como los bienes relacionados y los servicios conexos, esto con el fin crear estrategias que permitan la obtimización de procesos por medio de la observación de los elementos que la componen.






**Figura 13.** Propuesta cadena de valor (Elaboración propia)

## 9.8 Propuesta manual de funciones

Resulta necesario establecer un manual de funciones que permita en primera instancia delimitar las funciones de los empleados con el fin de establecer el rol que desempeñaran en la empresa y en segunda instancia permite la imputación de responsabilidades a cada uno de los funcionarios de empresa de conformidad con las tareas asignadas, permitiendo con ello tener un control específico y una buena supervisión del desempeño laboral.

Tabla 6.

*Manual de funciones cargo gerente general*

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>VERSION 1</b>
		<b>PAGINA 1</b>
		<b>FECHA 28/04/2022</b>
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>		
<b>Nombre del cargo</b>	Gerente general	
<b>Departamento</b>	Gerencia	
<b>Cargo jefe inmediato</b>	Gerente y sub-gerente	
<b>Cargos que coordina</b>	Secretaria, comercial y cargos operativos	
<b>OBJETIVO GENERAL DEL CARGO</b>		
Contribuir a la mejora constante y continua de los servicios de instalación eléctrica interna y externa ofreciendo a sus clientes cumplimiento, calidad y confiabilidad		
<b>FUNCIONES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribuir y organizar los recursos de la empresa</li> <li>• Pago de nomina</li> </ul>		



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer objetivos específicos encaminados a establecer el rumbo actual y próximo en la empresa</li> <li>• Definir metas a corto, mediano y largo plazo</li> <li>• Análisis de los resultados de trabajo</li> </ul>	
<b>PERFIL</b>	
<b>Educación</b>	Bachiller, con educación empírica en instalación eléctrica en obras.
<b>Experiencia laboral</b>	20 años de experiencia en el área de instalación eléctrica
<b>COMPETENCIAS GENERALES DEL CARGO</b>	
Destreza de negociación, es líder, tiene la capacidad para planificar y de tomar decisiones, establece canales de comunicación asertiva, es comprometido con el avance de la empresa, propone soluciones de conflicto.	
<b>RESPONSABILIDADES DEL CARGO</b>	
Dotar a los funcionarios de elementos de trabajo pertinentes para la prestación de los servicios ofrecidos en el portafolio, supervisar el cumplimiento de la prestación de los servicios de calidad y direccionar a los funcionarios para el cumplimiento de los objetivos que permitan materializar las metas propuestas a corto, mediano y largo plazo.	
<b>FIRMAS</b>	
_____	_____
<b>Empleado del cargo</b>	<b>Gerente</b>

Nota: (Elaboración propia).

Tabla 7.

*Manual de funciones cargo de secretaria*


	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>VERSION 1</b>
		<b>PAGINA 1</b>
		<b>FECHA 28/04/2022</b>
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>		
<b>Nombre del cargo</b>	Secretaria	
<b>Departamento</b>	Administrativo	
<b>Cargo jefe inmediato</b>	Gerente y sub-gerente	
<b>Cargos que coordina</b>	Secretaria, comercial y cargos operativos	
<b>OBJETIVO GENERAL DEL CARGO</b>		
<p>Coordinar y planificar las actividades a desarrollar de conformidad con las necesidades de los contratantes, así mismo supervisar los departamentos comerciales y operativos con el fin de verificar la buena prestación de los servicios.</p>		
<b>FUNCIONES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar la contabilidad de la empresa</li> <li>• Manejo de cartera</li> <li>• Contratación de personal</li> <li>• Supervisión del recurso humano</li> <li>• Efectuar el debido control y seguimiento de las tareas a realizar</li> <li>• Gestionar tanto el ingreso como la salida de los diferentes documentos y correspondencia del despacho del gerente</li> </ul>		

<b>PERFIL</b>	
<b>Educación</b>	Profesional en Contaduría pública.
<b>Experiencia laboral</b>	4 años de experiencia en el área de recursos humanos
<b>COMPETENCIAS GENERALES DEL CARGO</b>	
Asigna tareas de conformidad con el rol específico del empleado, soporte del ejecutivo, supervisa la prestación del servicio, trabaja en equipo, tiene comunicación asertiva.	
<b>RESPONSABILIDADES DEL CARGO</b>	
Orientación en la prestación de los servicios, priorización de tareas, organización documental y supervisión a los departamentos comerciales y operativos.	
<b>FIRMAS</b>	
<hr style="width: 30%; margin: 0 auto;"/> <b>Empleado del cargo</b>	<hr style="width: 30%; margin: 0 auto;"/> <b>Gerente</b>

Nota: (Elaboración propia).

Tabla 8.

*Manual de funciones del cargo auxiliar administrativo comercial*

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>VERSION 1</b>
		<b>PAGINA 1</b>
		<b>FECHA 28/04/2022</b>

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Auxiliar comercial
<b>Departamento</b>	Comercial
<b>Cargo jefe inmediato</b>	Gerente y sub-gerente
<b>Cargos que coordina</b>	Compras nacionales y ventas
<b>OBJETIVO GENERAL DEL CARGO</b>	
Disponer de sus habilidades comunicativas e intelectuales con el fin de realizar continuas ventas generando altos índices de ingreso en la empresa.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vender los bienes y servicios ofrecidos</li> <li>• Atraer nuevos clientes con el fin de satisfacer el reabastecimiento comercial</li> <li>• Impulsión comercial</li> </ul>	
<b>PERFIL</b>	
<b>Educación</b>	Técnico Auxiliar Contable.
<b>Experiencia laboral</b>	2 años como asistente administrativo
<b>COMPETENCIAS GENERALES DEL CARGO</b>	
Tiene la capacidad de enganchar fácilmente a los clientes por medio de la negociación, buena comunicación, capacidad de influencia, vende soluciones para satisfacer necesidades, conocimiento del mercado.	
<b>RESPONSABILIDADES DEL CARGO</b>	
Garantía de los servicios ofrecidos, impulsar la empresa, vender los servicios ofrecidos de calidad y en el momento oportuno, abrir espacios de expiación en el mercado por medio de la adquisición de nuevos clientes.	
<b>FIRMAS</b>	

<b>Empleado del cargo</b>	<b>Gerente</b>
---------------------------	----------------

Nota: (Elaboración propia).

Tabla 9.

*Manual de funciones del cargo auxiliar administrativo*

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>VERSION 1</b>
		<b>PAGINA 1</b>
		<b>FECHA 28/04/2022</b>
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>		
<b>Nombre del cargo</b>	Auxiliar administrativo	
<b>Departamento</b>	Operativo	
<b>Cargo jefe inmediato</b>	Gerente y sub-gerente	
<b>Cargos que coordina</b>	Cargos operativos	
<b>OBJETIVO GENERAL DEL CARGO</b>		
Realizar el debido seguimiento a los procesos administrativos llevados a cabo con el fin de verificar que los recursos de la empresa tengan una correcta destinación al para el buen funcionamiento al momento de realizar la revisión de los documentos pertinentes.		
<b>FUNCIONES</b>		

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direccionamiento de cumplimiento de tareas</li> <li>• Asignación de actividades de acuerdo a las prioridades</li> <li>• Digitar los diferentes documentos contables.</li> </ul>	
<b>PERFIL</b>	
<b>Educación</b>	Técnico administrativo.
<b>Experiencia laboral</b>	3 años de experiencia en el departamento administrativo
<b>COMPETENCIAS GENERALES DEL CARGO</b>	
Capacidad para solucionar problemas, trabajar en equipo, controlar y direccionar las tareas de forma asertiva, comunicación eficaz, tiene la facultad de organizar al personal para la prestación de los servicios, es líder, alto grado de productividad y compromiso.	
<b>RESPONSABILIDADES DEL CARGO</b>	
Control y seguimiento al debido cumplimiento de tareas, gestión y organización de tareas a realizar, priorización de actividades, evaluación constante del desempeño.	
<b>FIRMAS</b>	
<hr/> <b>Empleado del cargo</b>	<hr/> <b>Gerente</b>

Nota: (Elaboración propia).

### 9.9 Propuesta mapa de procesos

Se presenta como propuesta el mapa de procesos con el fin de entender todos los procesos interrelacionados con el fin de abarcar aspectos importantes respecto a las necesidades del mercado.

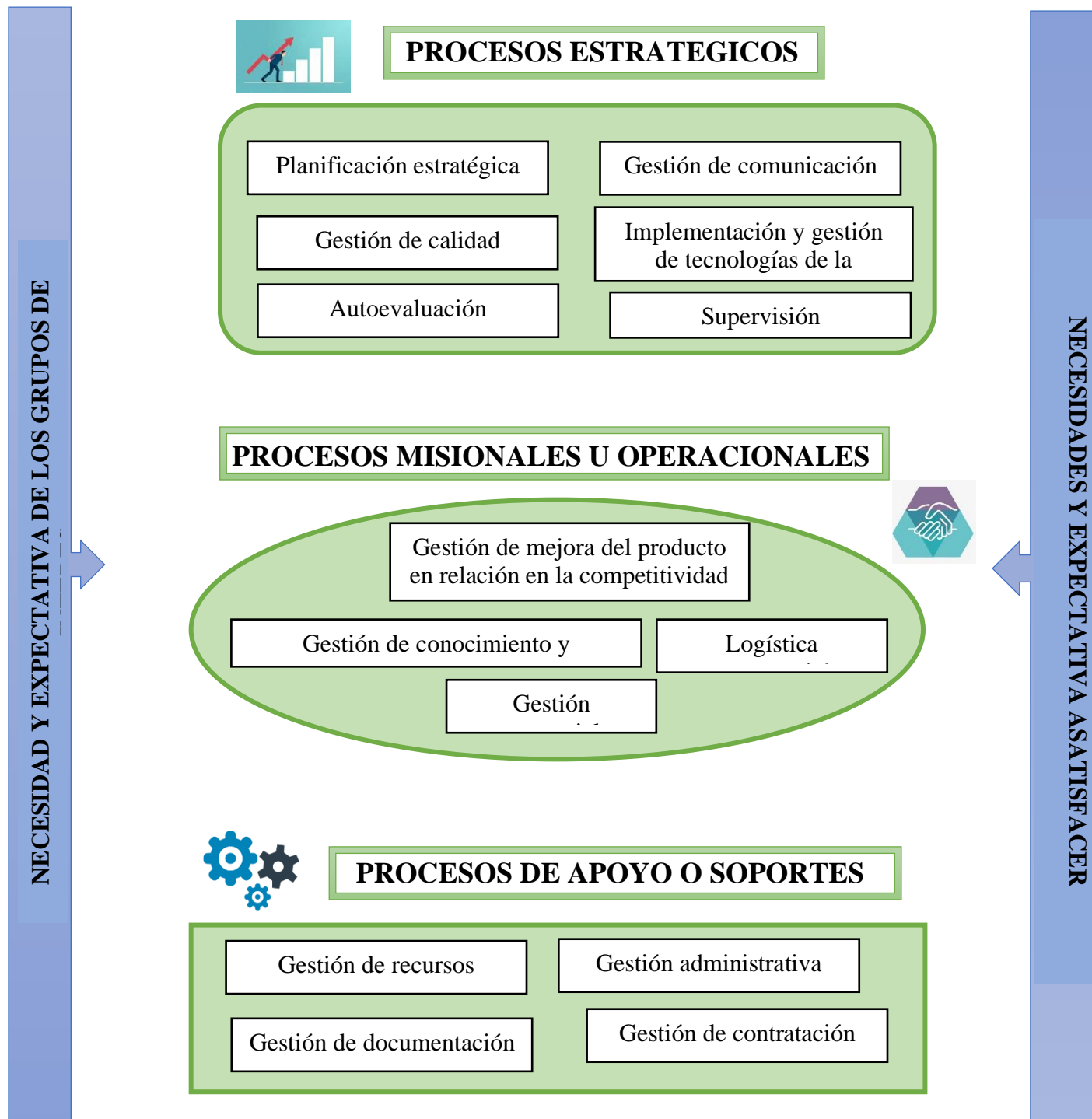


Figura 14. Propuesta mapa de procesos. (Elaboracion propia)

### 9.10 Propuesta diagrama de procesos

Se propone un diagrama de procesos en donde se muestra el paso a paso desde que el cliente se comunica con la empresa hasta el momento en el que se entrega el trabajo finalizado, este diagrama es muy importante para la empresa porque permite tener un panorama mas amplio de todas las actividades de las áreas que integran a la compañía.

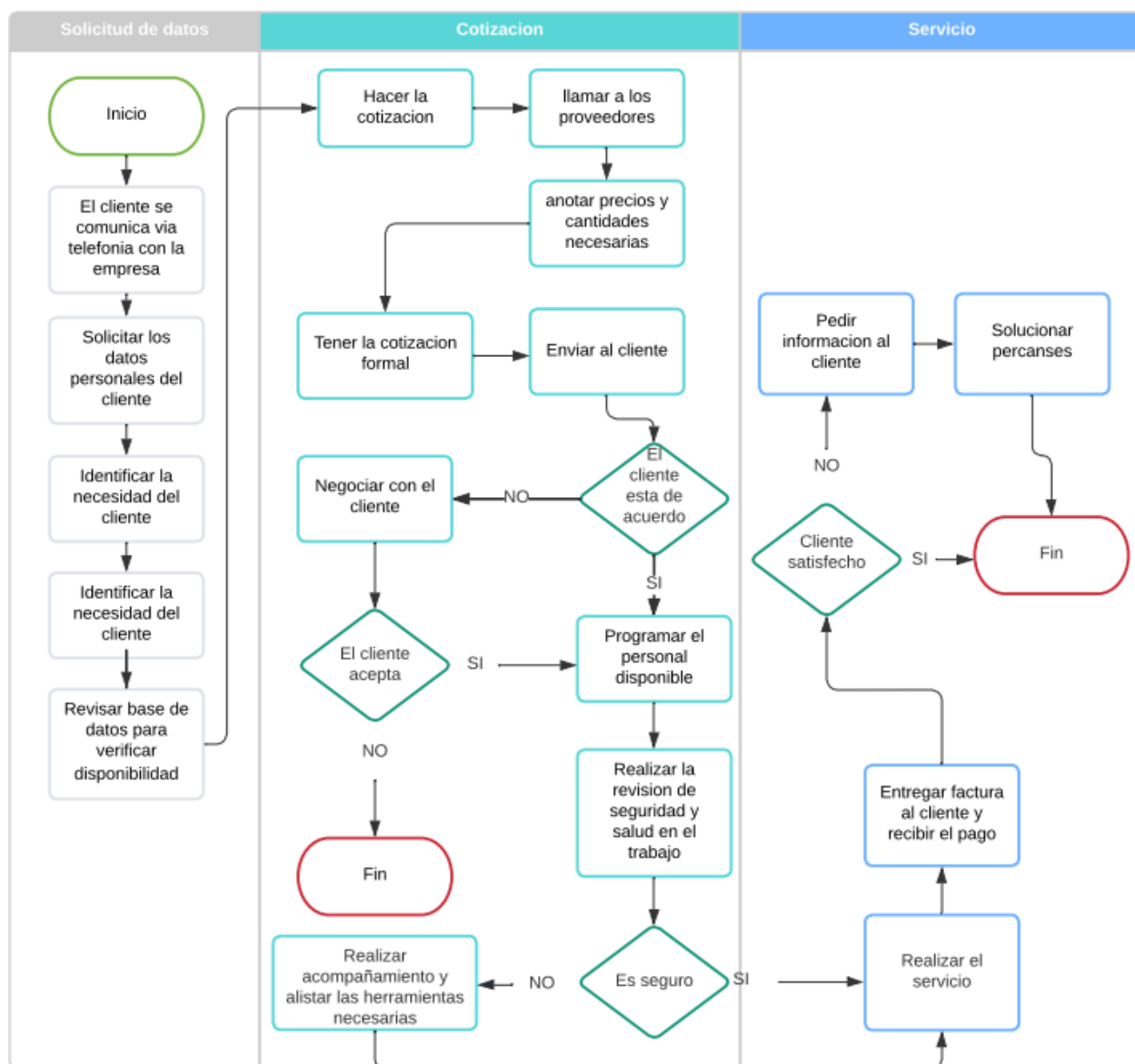


Figura 15. Propuesta mapa de procesos. (Elaboracion propia)



## Conclusiones

Por todo lo anterior es importante resaltar la importancia que tiene no solo la creación sino también la importancia que tiene el verdadero uso efectivo de las herramientas de trabajo que a bien tienen los empresarios al momento de organizar sus negocios, un claro ejemplo de ello es el plan de mejora ya que la implementación de este resulta necesario e incluso indispensable a la hora de establecer factores importantísimos como lo son; los objetivos a cumplir, las metas a proponer, logros que se quieran alcanzar a corto, mediano y largo plazo, así como factores que posibilitan realizar análisis completos de las estructuras económicas que facilitan la evaluación integra de los procesos usados en la prestación de los servicios ofrecidos en el portafolio de la empresa y que revelan las realidades del mercado ya que estas tienen en cuenta todas las variables que permiten reflejar las ventajas de la empresa para poder evidenciar y determinar las debilidades en pro de la búsqueda real de soluciones que faciliten la satisfacción de las necesidades del público así como también el crecimiento empresarial en su búsqueda por el posicionamiento en el mercado.

La empresa cuenta con un portafolio de servicios diversificado que se encuentra a disposición de todos y cada uno de los consumidores, permitiendo con ello satisfacer las necesidades emergentes dentro del sector, razón por la cual resulta necesario concluir que de conformidad con los resultados de los análisis hechos para la elaboración del plan de mejora propuesto, la empresa Instaelectricos S.A.S, tiene no solo la facultad sino que también la oportunidad de posicionarse en el mercado nacional por que presta servicios de alta calidad en el menor tiempo posible resaltando la fuerte participación que tiene dentro de proyectos de construcción de gran envergadura lo que implica alto flujo de clientes.

Lo anterior podría facilitarse por medio de la implementación de las herramientas propuestas como lo son la creación de las redes sociales porque son elementos a la vanguardia de los usuarios que propician espacios de comunicación masiva y que consecuentemente permiten tener un mayor alcance e impacto en los consumidores, implicando con ello un reconocimiento en el público por medio de la visualización directa de los productos ofrecidos por la empresa

Se concluye que dentro de las fortalezas evidenciadas en la empresa Instaelectricos S.A,S, se encuentran aspectos de alto impacto en las sociedades modernas puesto que desarrollan, implementan y comercializan productos que permiten tener una amabilidad con el medio

ambiente implicando así un aporte al desarrollo de la economía sostenible o sustentable comprometiendo la prestación de los servicios de calidad a la satisfacción de las necesidades actuales, sin que consecuentemente resulten afectadas las necesidades futuras de los consumidores, pues se piensa no solo en el hoy, sino que también en el mañana ya que la demanda en el sector eléctrico es cada vez más fuerte dentro del mercado.

Edad con el análisis de la información ofrecida por la empresa se concluye que resulta necesario realizar la creación de varias propuestas a tener en cuenta como lo son :

a. La propuesta de organigrama que permite entender la organización de la empresa respecto del talento humano que se tiene hasta el momento, estableciendo de manera concreta las áreas y departamentos de la empresa.

b. Por otra parte la propuesta de cadena de valor que permite entender los procesos empresariales que se realizan de conformidad con los servicios ofrecidos en el portafolio de insta eléctricos S.A.S,

c. finalmente se propone un mapa de procesos y un diagrama de procesos empresariales que permitan organizar de forma lógica los cargos y los pasos a seguir para la debida prestación de los servicios ofrecidos por la empresa, cómo también permite la delimitación de las funciones de los empleados con el fin de establecer las cargas de responsabilidad dentro de la empresa

Así mismo se evidencia con agrado que la empresa no solo avanza por avanzar sino que también tiene en cuenta al personal que hace parte de este proceso, impulsando y promoviendo espacios de igualdad y respeto en todas sus formas, por eso se destaca la importancia de la contratación a mas personal que permita cumplir con la prestación de los servicios eficientemente, comprometiéndose a la capacitación continua y de calidad de sus empleados para el correcto desarrollo de las funciones y tareas asignadas, todas estas encaminadas al fortalecimiento y crecimiento empresarial.

Finalmente se concluye que<sup>[U1]</sup> los espacios brindados para la formación personal y profesional integra como la practica dentro de las pasantías son mucho mas que enriquecedores para la adquisición de experiencia no solo laboral sino que también permiten empíricamente adquirir destrezas y aptitudes que forjan el carácter de los próximos profesionales

## **Recomendaciones**

En primera instancia se recomienda la adopción e implementación de un plan de mejora que permita a Instaelectricos RMS S.A.S tener una mejor visualización del estado actual de la empresa en su integridad en relación con el mercado, así mismo se sugiere retroalimentar el plan de mejora adoptado cada cierto periodo de tiempo con el fin de actualizar la información pertinente y de realizarlos respectivos análisis para la fijación de metas y objetivos que permitan reflejar los logros adquiridos ya que con ello se puede hacer una reevaluación de los procesos usados en la instalación de las redes eléctricas interna y externas.

Por otra parte se recomienda la creación de redes sociales como lo son Facebook, Instagram y WhatsApp con el fin de establecer canales diversificados de comunicación que permitan a los usuarios adquirir información real de los servicios ofrecidos por la empresa, incluso por la creación de estas páginas permite la visualización a mayor alcance de consumidores en cualquier parte del país lo que implicaría expansión empresarial y posicionamiento en el mercado.

Es importantísimo que amplíen su personal al servicio por que es una empresa que requiere de la realización conjunta de diversas tareas al mismo tiempo, razón por la cual se requiere de personal capacitado en la realización de los diferentes procesos para la debida prestación de los servicios.

Finalmente se recomienda seguir utilizando y propender por el mayor uso de productos amigables con el ambiente que permitan aportar a la economía sostenible del país en la prestación de sus servicios.

## Referencias

- Amparo Mariño, Felix Cortes, Luis Garzón (2008). Herramientas de software para la enseñanza y entrenamiento en la construcción de la matriz DOFA. Obtenido de: <http://www.scielo.org.co/pdf/iei/v23n3/v28n3a23.pdf>
- Carlos Eduardo Mendez (2018). Elementos para la relación entre cultura organizacional y estrategia. Obtenido de:
- Equipo editorial, Etecé (2021). Misión y visión. Obtenido de: <https://concepto.de/mision-y-vision/#ixzz7NHjLz5ob>
- García, A. E. (2013). Estrategias empresariales: Una visión holística. Obtenido de: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=2QnSAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT45&dq=tipos+de+estrategias+empresariales&ots=IfFxRbQ4Jo&sig=AE9YObND4041M3ELzw1MvupnMmk#v=onepage&q=tipos%20de%20estrategias%20empresariales&f=false>  
<http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v33n145/0123-5923-eg-33-145-00352.pdf>  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S012446392019000200136](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S012446392019000200136)  
[https://www.minenergia.gov.co/documents/10192/24211636/Junio-25-2020+Informe+sector+minero-energético\\_.pdf](https://www.minenergia.gov.co/documents/10192/24211636/Junio-25-2020+Informe+sector+minero-energético_.pdf)
- Jorge Carro, Susana Sarmiento y Genoveva Rosano (2017). La cultura organizacional y su influencia en la sustentabilidad empresarial. La importancia de la cultura en la sustentabilidad empresarial. Obtenido de:
- José Ignacio López (2021). Crecimiento de 7,2 % en economía colombiana en 2021: Corficolombiana. Obtenido de: <https://www2.javerianacali.edu.co/cuenca/noticias/crecimiento-de-72-en-economia-colombiana-en-2021-corficolombiana#gsc.tab=0>
- Ketty Garcias y Haro Belkis (2019). La importancia de un diseño organizacional en las empresas, permite mejorar la eficiencia y ser competitiva. Obtenido de: <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/07/disenio-organizacional-empresas.html>
- Lema, J. (2004). La guía estratégica el corazón del plan estratégico. Obtenido de: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1794-12372004000200002](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-12372004000200002)
- López Carlos. (2001) Valores organizacionales y desempeño corporativo. Obtenido de: <https://www.gestiopolis.com/valores-organizacionales-desempeno-corporativo/>

Lucía López Renilla (2018). ANÁLISIS DE MERCADO Y PLAN DE MARKETING DE UNICHAIN. Obtenido de:

<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/18807/Lopez%20Renilla%2C%20Lucia%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Plan estratégico 2020-2023, (s.f), <https://emcartago.com/plan-estrategico-2020-2023/>)

Reporte Semanal Ministerio de Minas y Energía Demanda Enérgicos. (2020). Obtenido de:

Rita Lisboa. (2019) ¿Cuáles son los objetivos de una empresa? Mira estos 3 ejemplos.

Obtenido de: <https://rockcontent.com/es/blog/objetivos-de-una-empresa/>