

Propuesta de plan estratégico administrativo para la empresa Doris Camargo Pérez

Tatiana Carolina Hernández Camargo

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Administración de Empresas

Bogotá D.C.

2022

Propuesta de plan estratégico administrativo de la empresa Doris Camargo Pérez

Opción de grado pasantías profesionales

Tatiana Carolina Hernández Camargo

Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas

Director:

Carlos Fernando Riaño

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de administración de empresas

Bogotá D.C.

2022

Agradecimientos

Quiero agradecer primero a Dios por darme salud, tiempo y recursos económicos para lograr realizar esta carrera profesional. A mi mamá principalmente por brindarme su todo su apoyo, a mi papá porque, aunque este lejos me acompañó en este proceso, a mis hermanos por ser mi compañía día a día, a mi abuela Rosa María Pérez de Camargo por tenerme siempre en sus oraciones para lograr cada día ser una gran profesional. Quiero agradecer también a mi prima Marcela Rodríguez Camargo que ha sido mi guía y apoyo incondicional en mi proceso Educativo. A la empresa Doris Camargo Pérez por permitirme realizar esta pasantía para de esta manera lograr mi título profesional. Quiero agradecer a la Universitaria Agustiniiana por abrir sus puertas para poder realizar mi carrera profesional, a los docentes que durante este proceso de formación me brindaron sus conocimientos. A mis amigos que estuvieron conmigo y me apoyaron en este proceso tan importante de mi vida.

Resumen

La empresa Doris Camargo Pérez registrada ante la cámara de comercio como persona natural, con una actividad económica en confección de prendas de vestir excepto prendas de piel, es una microempresa en búsqueda de crecimiento, dedicada a la reparación, modificación, arreglos, y empaque de prendas textiles como lo son los uniformes para oficiales y suboficiales del Ejército Nacional. Esta empresa fue creada en el año 2018 por la Señora Doris Camargo Pérez quien vio una oportunidad cuando llegaban los Oficiales y Suboficiales a el batallón cantón norte de Bogotá realizar sus estudios para cursos de asensos. Es una empresa que desde sus inicios solo se dedicó a realizar una producción diaria y no le dio la prioridad necesaria para crear un plan organizacional que le diera un rumbo de hacia dónde se quería o se quiere llegar. No cuenta con una estructura organizacional, no se tiene empleadas por áreas de trabajo, y principalmente no cuenta con una Misión y Visión que pueda definir la importancia del porque y hacia dónde va la empresa. A lo largo de este trabajo se podrá encontrar un diseño de plan estratégico que le brinde a la empresa detectar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, y por medio de un análisis mostrar las posibles soluciones a la problemática que se evaluó.

Palabras Clave: Microempresa, Plan estratégico, Misión, Visión, Fortalezas, Oportunidades, Debilidades amenazas.

Abstract

The Doris Camargo Perez's company registered with "Camara de Comercio" (chamber of commerce) as a natural person, with economic activity in clothing garment except leather garments, the company is a micro-enterprise looking for knowledge, it's dedicated to repair, alter, modify and garments packing like national army officer and noncommissioned officers' uniforms. This corporation was established in 2018 by Mrs. Doris Camargo Perez who could see a chance when the officers and noncommissioned officers arrived to north battalion in Bogota, to make their studies for ascending courses. It's a company that since its beginning just was dedicated to make a daily production and this company was not given the necessary priority to create a organizational plan to give it a heading of where it wanted or want to get. It does not have an organizational structure, it was not divided by work areas, and principally it does not have mission and vision that can define the importance of why and where goes the enterprise. Along of this work may be found an strategic plan design that provide it, detecting the weaknesses, opportunities, strengths and threats, and by means of analyses show us the possible remedies to the problem that was evaluated.

Keywords: Micro-enterprise, strategic plan, mission, vision, strengths, opportunities, weaknesses, threats

Contenido

1. Introducción	9
2. Titulo	10
3. Tema de Investigación:	11
4. Descripción de la empresa:	12
5. Diagnóstico General	13
5.1 Factores internos:	14
5.2 Factores externos:	15
Tabla 2. análisis de factores externos de la Empresa Doris Camargo Pérez (Elaboración Propia)	18
6. Planteamiento del problema	19
7. Pregunta Problema	20
8. Objetivos	21
8.1 Objetivo General	21
8.2 Objetivos específicos	21
9. Justificación	22
10. Marcos	23
10.1 Marco teórico	23
10.2 Marco conceptual	26
10.3 Marco geográfico	27
Figura 1 Ubicación de Empresa Doris Camargo Pérez. Google Maps (2022)	27
11. Metodología del proyecto	28
Figura 2 : Esquema metodológico de trabajo para el desarrollo de la pasantía en la empresa Doris Camargo Pérez	30
12. Administración del proyecto	31
Tabla 3. Cronograma de Actividades fuente (Elaboración Propia)	31
13. Conclusiones Diagnosticas	32
Tabla 4. Conclusiones Diagnósticas más relevantes	32
13.1 Evaluación de Factores de las conclusiones diagnósticas	33
Tabla 6. Matriz MEFI (Elaboración propia)	35
14. Resultados de propuesta del modelo de gestión y planeación estratégica.	35

14.1 Determinación de iniciativas estratégicas por metodología DOFA	36
Tabla 7. Determinación de iniciativas estratégicas para la empresa Doris Camargo (Elaboración Propia)	37
14.2 Ponderación las estrategias	38
Tabla 8. Ponderación estratégica (Elaboración propia)	38
15.1 Marca e imagen empresarial	40
Figura 3. Logotipo Clínica del camuflado (Elaboración Propia)	41
16. Premisas estratégicas corporativas:	41
16.1 Misión	41
16.2 Visión	42
16.3 Valores	42
16.4 Objetivos empresariales	42
17. Propuesta de valor	43
Tabla 9. Propuesta de Valor de los productos y servicios de la clínica del Camuflado. (Elaboración propia)	43
18. Estructura Organizacional:	44
Figura 4. Estructura administrativa funcional (elaboración propia)	44
18.1 Definición de manuales de funciones	45
Figura 5: Formato propuesto para la descripción de cargos y configuración del manual de funciones de la Clínica del Camuflado	46
18.1.1 Gerencia general	47
18.1.2 Recursos humanos	47
18.1.3 Finanzas y contabilidad	47
18.1.4 Corte, confección y planchado	48
18.1.5 Mercado	48
18.1.6 Ventas y promociones	48
19. Plan de acción a las iniciativas estratégicas:	49
Tabla 10. Plan de acción estratégico de la Clínica del Camuflado (Elaboración Propia)	52
20. Proceso de control y seguimiento para la mejora	53
Figura 6. Control y seguimiento administrativo (Elaboración propia)	53
21. Conclusiones	55
22. Bibliografía	58

Anexos 1	59
Anexos 2	64
Anexo 3	66
Anexo 4	67

1. Introducción

La planeación estrategia es de gran importancia para plantear una visión, metas y objetivos que ofrezcan de mejor manera organizarse internamente, tomar decisiones y generar ventajas competitivas que ayuden a la empresa a crecer en el sector en el cual se encuentra ubicado.

La pasantía se realiza teniendo en cuenta la necesidad que tiene la empresa Doris Camargo Pérez ubicada en la ciudad de Bogotá, buscando un crecimiento y reconocimiento; la empresa no cuenta con una planeación organizacional que le dé un enfoque hacia donde se quiere llegar. Se realiza la implementación del plan estratégico mediante la creación de misión, visión, valores, objetivos y estrategias efectuando un análisis interno y externo por medio de una matriz DOFA, que identifica fortalezas debilidades, oportunidades y amenazas, a partir de las cuales se plantean iniciativas estratégicas que le permitan su desarrollo y crecimiento.

2. Título

Propuesta de plan estratégico administrativo para la empresa Doris Camargo Pérez,

3. Tema de Investigación:

El presente trabajo trata sobre los aspectos propios de la gestión empresarial y su relevancia para el crecimiento y desarrollo, en especial cuando de micro empresas se trata, pues si bien las iniciativas de emprendimiento nacen des de las capacidades y conocimiento de la actividad a la que se dedican, lo cual en el corto y mediano plazo representa éxito, con el tiempo, no es suficiente, pues por falta de capacidades de gestión y planeación, se ven estancadas y no logran nuevos desarrollos en pro de su crecimiento comercial y/o expansión geográfica para proyectarse a nuevos mercados; someramente se desenvuelven en cumplir tareas de tipo funcional que garanticen la operación de la empresa, por tanto no gozan de un liderazgo que imprima un sentido de direccionamiento estratégico en general.

Por lo anterior, la empresa Doris Camargo Pérez, interesada en la búsqueda de una alternativa de mejoramiento a su empresa, aprueba el desarrollo de esta pasantía, ya que desea un nuevo futuro próspero, creciente, dinámico que le permita consolidarse en el sector en el que se desempeña.

4. Descripción de la empresa:

La empresa Doris Camargo Pérez es una microempresa que lleva operando hace 4 años dedicada a la reparación, modificación, arreglos de uniformes para oficiales y suboficiales del Ejército Nacional de Colombia, es una microempresa que cuenta con una trayectoria no muy larga en el mercado, que no cuenta con un reconocimiento que la ayude a posicionarse y a crecer productivamente, como es una microempresa tiene una planta de personal de cuatro personas incluida la dueña y gerente, la Sra. Doris Camargo Pérez.

Por otro lado, la empresa Doris Camargo Pérez no cuenta con un sistema de organizacional funcional administrativo definido, sumando a esto su nivel de producción en muchas ocasiones carece de capacidad operativa lo que genera que se retrasen los procesos para la entrega del producto final.

Dentro de la situación organizacional de la empresa, se encuentra en primer nivel la dueña de la empresa quien se encarga de pago de salarios, pago de proveedores, realizando otras funciones administrativas, como también funciones propias operativas como la reparación, modificación de las prendas que llegan al local.

En su área de producción cuenta un local de confección ubicado en el Cantón Norte – Hotel bicentenario del ejército nacional, el cual cuenta con 4 máquinas las cuales operan constantemente y 4 empujados quienes realizan las labores de costura, también cuenta con dos mesas de corte. La empresa no cuenta con una división ni plan estratégico en general, ni por áreas de trabajo como lo serian principalmente administrativas, producción y de servicios.

5. Diagnóstico General

Para realizar un respectivo análisis de la situación en la que se encuentra la empresa Doris Camargo Pérez, se establece como instrumento de diagnóstico un análisis DOFA, con el fin de identificar las fortalezas, debilidades, amenazas y posibles oportunidades que tiene actualmente la empresa

Posteriormente, por medio de un análisis se pueda determinar cuáles son los problemas de la empresa de manera de manera priorizada, para orientar en las oportunidades estratégicas de mejora y estrategia que ayuden a generar el desarrollo y cambio en la empresa Doris Camargo Pérez estableciendo el diseño del plan estratégico a seguir.

Cabe mencionar, que para este ejercicio de procedió a realizar jornadas de sensibilización por observación, y participación con los empleados y la dueña de la empresa, para efectos de consolidar la información y levantamiento de la misma, utilizando instrumentos de formularios de entrevista, identificando los procesos, procedimientos, así como análisis a la documentación y recursos documentales con que cuenta la empresa, tales como registros, sistemas de ventas, registros de operación, manuales de funciones, entre otros.

A continuación, se Presentan los resultados del análisis diagnóstico realizado, el cual se estructura desde dos frentes: Factores internos y factores externos.

5.1 Factores internos:

De acuerdo a los factores y variables relacionadas de carácter interno que son controlables por parte de la empresa Doris Camargo Pérez, se realizó un análisis en donde se logran identificar las fortalezas y debilidades con las que cuenta la empresa en este momento, dando como resultado la siguiente tabla.

Factores Internos	Variables	Fortalezas	Debilidades
Procesos gerenciales y liderazgo	Misión		No cuenta con una misión
	Visión		No cuenta con una Visión
	Objetivos		No cuenta con objetivos
	Plan de trabajo		No cuenta con un plan de trabajo
Recursos Humanos	Contrato laboral		Los empleados no cuentan con un contrato laboral
	Capacitación a trabajadores		No hay capacitaciones para los empleados
	Ausencia laboral		Se presenta ausencia de los empleados en el puesto de trabajo Pocos trabajadores
Financiero	Capacidad de endeudamiento	Si cuenta con una buena capacidad de endeudamiento	

Factores Internos	Variables	Fortalezas	Debilidades
Comercial (Ventas y mercadeo)	plan de mercadeo		No cuenta con un plan de mercadeo Poco reconocimiento en el mercado
	Servicio	Entienden y escuchan a sus clientes Trabajo efectivo y de calidad	Un solo punto de atención Largas esperas en atención al cliente
	Producto y servicio	Diferenciación en el mercado Diversidad de los productos Trabajo efectivo y de calidad	
	Promociones	La empresa cuenta con promociones brindando beneficios en los servicios brindados	
	Reconocimiento en el mercado		Por ser una empresa tan pequeña no cuenta con un reconocimiento en el mercado.

Tabla 1. Análisis de factores internos de la Empresa Doris Camargo Pérez (elaboración Propia)

5.2 Factores externos:

Se realizó un análisis externo de los factores que no controla la empresa, en donde se pueden identificar las oportunidades y amenazas que tiene la empresa Doris Camargo, y con esto evaluar la situación en la cual se puede enfrentar, logrando con esto, fijar unas estrategias que le permitan llegar a un crecimiento y desarrollo competitivo acorde a dicha situación.

Factores Externos	Variables	Oportunidades	Amenazas
Económicos	IPC, IPP		El índice de inflación actualmente afecta el costo de los recursos de materias primas e insumos, así como también los precios.
	Tasa representativa del mercado		La devaluación puede afectar la disponibilidad de recursos por las importaciones y su costo.
	Tasa de interés		La empresa puede tener dificultades si toma créditos por su alto costo financiero
	Ingreso per cápita		Los recursos promedio de los clientes no son muy altos, por lo cual, en ocasiones no disponen para la adecuación de sus

Factores Externos	VARIABLES	Oportunidades	Amenazas
			uniformes, sino para sus gastos básicos, lo que frena la demanda de los servicios
	Capital	Inversores que ayuden a expandir el negocio	
Competencia	Otros oferentes del servicio	No cuenta con competidores directos al interior del batallón Reconocimiento de marca a nivel nacional	Pueden surgir Competidores locales en batallón Competencia con productos de más bajo costos
Proveedores	Costos de materia prima	Múltiples proveedores que buscan costos bajos de materia prima	Aumento de precio de los proveedores a efectos de la inflación.
Ventas y comercialización	Comportamiento del consumidor	La frecuencia de clientes potenciales en la escuela y batallón permanece estable y su estacionalidad de ingreso no varía	
		Mercado nacional sólido y con gran demanda potencial.	

Factores Externos	Variables	Oportunidades	Amenazas
Ambientales	Clima, desastres		Temporadas de lluvia baja la demanda, y riesgos por desastres naturales, entre otros.
	Salud	Nuevos productos	Pandemias y cierre de locales.
Tecnología	Máquinas y quipo	<p>Cuenta con maquinaria adecuada para todos los trabajos la cual presenta capacidad y mayor agilidad para realizar el arreglo de las prendas</p> <p>Con la tecnología disponible se puede hacer Desarrollo de nuevos productos e innovación que el cliente estaría dispuesto a probar</p>	

Tabla 2. análisis de factores externos de la Empresa Doris Camargo Pérez (Elaboración Propia)

6. Planteamiento del problema

En el proceso de la creación de una empresa principalmente se establecen argumentos básicos, pero de gran importancia como lo son la parte legal, finanzas y publicidad, pero en muchos casos no se organizan estrategias que ayuden al crecimiento de la empresa. En muchas ocasiones cuando se crea una empresa se tienen unos objetivos, pero con el pasar del tiempo esos pueden perder su rumbo porque no se establece con claridad hacia donde se quiere llegar.

Dentro la evaluación preliminar de diagnóstico general que se le hace a la empresa se pudo evidenciar el problema principal a trabajar, y es que no cuenta con un direccionamiento estratégico: una misión, visión, objetivos, valores y estrategias, lo que genera que no se tenga una organización adecuada y un crecimiento de la misma. Un modelo de planeación estratégica es de gran importancia ya que Identificar la visión, la misión, los objetivos y las estrategias de una organización, es el punto de partida lógico de una verdadera administración estratégica, ya que la situación y las condiciones actuales de la empresa pueden imponer ciertas estrategias e incluso dictar un procedimiento específico a seguir. (david, 2003)

La empresa no cuenta con una planeación organizacional que le dé un enfoque de directriz hacia donde se quiere llegar.

Dentro de la situación estructural organizacional de la empresa se encuentra en primer nivel la dueña de la empresa, quien se encarga de pagos de salarios, pago de proveedores, realizando también funciones administrativas y funciones propias operativas como la reparación, modificación, de las prendas que llegan al local.

En su área de producción cuenta un local de confección ubicado en el Cantón Norte – Hotel bicentenario del ejército nacional, el cual cuenta con 4 máquinas las cuales operan constante mente y 4 empelados quienes realizan las labores de costura, también cuenta con dos mesas de corte. La empresa no cuenta con una división por áreas de trabajo como lo serian principalmente administrativas, producción y de servicios de confección y costura; por ende, no tiene una definición de roles y funciones y estructura por cargos.

7. Pregunta Problema

¿Cómo la planeación estratégica puede contribuir a la microempresa Doris Camargo Pérez en su operación, organización, crecimiento y desarrollo?

8. Objetivos

8.1 Objetivo General

Crear el plan de mejoramiento estratégico según el funcionamiento de la empresa Doris Camargo Pérez, que le permita consolidar su capacidad competitiva y crecimiento.

8.2 Objetivos específicos

- Formular el direccionamiento estratégico de la empresa: una misión, visión, objetivos, valores y estrategias conformes a la situación proyección de la empresa.
- Realizar un análisis interno y externo (Matriz DOFA) de la empresa Doris Camargo para de esta manera conocer la situación de la empresa.
- Diseñar estructura organizacional y definición de cargos y responsabilidades
- Diseñar una propuesta de plan estratégico y desarrollo de la empresa.

9. Justificación

El motivo por el cual se realiza este trabajo es para brindarle la posibilidad a la empresa Doris Camargo de tener un desarrollo sostenido que le permita su crecimiento por medio de una planeación estratégica, que le permita tener un modelo de administración y planeación, y que de esta manera pueda aplicar las herramientas para toma de decisiones a nivel operativo, administrativo y comercial en pro de sus objetivos.

Con este trabajo se quiere lograr una mejora para su crecimiento sostenible, que le permita a la empresa a mediano y largo plazo un reconocimiento en el ámbito competitivo, que a su vez le permita tener tasas de rentabilidad y un riesgo bajo de liquidación, propendiendo por tener una mayor participación en el mercado.

10. Marcos

10.1 Marco teórico

Orientación para la planeación estratégica:

La planificación estratégica se refiere al proceso continuo que crea una visión de futuro con la finalidad de tomar decisiones en el presente que conlleven al éxito del mañana, organizando los recursos necesarios y evaluando los resultados obtenidos frente a las expectativas generadas. (Druker, 2010). Con lo anterior se da a entender la importancia la planeación estrategia para el crecimiento de una empresa brindado resultados frente a cómo y dónde se quiere llegar.

Para el modelo de planeación estratégica identificar la visión, la misión, los objetivos y las estrategias de una organización, es el punto de partida lógico de la administración estratégica, ya que la situación y las condiciones actuales de la empresa pueden imponer o inducir a ciertas estrategias e incluso dictar un procedimiento específico a seguir. (david, 2003)

La orientación de una empresa parte de una planeación estrategia y como se cita en el texto anteriormente mencionado es primordial planear un horizonte que permitan guiar hacia donde se quiere llegar con la empresa, creando una misión, visión, objetivos y estrategias que guíen en rumbo de la misma.

Dentro de la planeación estratégica se encuentra unos elementos importantes de los cuales se establecen se la siguiente manera:

1. Establecen el como, un rumbo de actividad de la empresa (misión)
2. Establecen el futuro de la empresa, adonde se quiere llegar (visión)
3. Determina los objetivos generales de la organización
4. Definen la política de la empresa

5. Declaran los valores institucionales (código ético). Ello implica que la empresa determine su intención estratégica, que es lo mismo que “desea ser y hacer” (Sandra Solórzano Solórzano, 2015)

Según los Autores anteriormente citados se puede identificar la importancia que tiene la planeación organizacional para evaluar la situación actual en la que se encuentra la empresa, ayudando a buscar y generar oportunidades potenciales que les ayude a mantener y a superar los grados de competitividad a los que se puede enfrentar.

Para (Castillo, 2015) La misión es la razón de ser de la organización. Una misión eficaz responde a la pregunta: ¿Por qué existimos? Por lo anteriormente mencionado es importante que una organización cuente con una misión para que pueda dar cumplimiento a lo se menciona en ella. La empresa Doris Camargo no cuenta con una misión lo cual es evidente ya que no tiene claridad de la importancia de sus labores como organización.

La visión es una expresión concisa de la imagen que deseamos para nuestra organización en el futuro la visión es lo que la empresa desea llegar a ser en un lapso de tiempo determinado. (Castillo, 2015). En la empresa Doris Camargo Pérez no se tiene previsto un rumbo, lo que ha ocasionado que la empresa no tenga un crecimiento ni tenga claridad de cuales con sus ventajas competitivas.

Un objetivo es una meta por alcanzar, un deseo o una expectativa que se pretende hacer realidad en un periodo determinado. (Chiavenato, 2016). Los objetivos son importantes por que logran encaminar a la empresa hacia un rumbo establecido y de esta manera realizar acciones para lograr un propósito. La empresa Doris Camargo Pérez no cuenta con unos objetivos que la guíen en los logros que se quieren alcanzar como empresa.

Para (Tamayo, 1996) los valores organizacionales son definidos como principios o creencias relativas a metas organizacionales deseadas, que orientan la vida de la empresa y están al servicio de intereses individuales, colectivos o mixtos. La empresa Doris Camargo Pérez no ha establecido unos valores corporativos, y esto genera que la dueña de la empresa, tanto como los trabajadores, no tengan un impulso para poder lograr los objetivos y metas que se lleguen a plantear.

Una matriz de evaluación de factores externos (EFE) permite a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, legal, tecnológica y competitiva. (David, 2003). La empresa Doris Camargo al no contar con una planeación estratégica no tiene claras cuáles son sus oportunidades y amenazas y como estas pueden influir en su crecimiento.

La matriz de evaluación de factores internos (EFI). Para la formulación de la estrategia resume y evalúa las fortalezas y debilidades importantes en las áreas funcionales de una empresa y también constituye una base para identificar y evaluar las relaciones entre ellas. (David, 2003). Como se planteaba con la matriz EFE la empresa Doris Camargo tampoco conoce cuáles son sus fortalezas y debilidades y así conocer la organización internamente. Conocer la organización internamente es importante ya que de esta manera se puede generar estrategias que le permitan a la empresa ver resultados positivos en su crecimiento.

Se entiende por plan de acción como la presentación de ciertas tareas que deben ser realizadas en un tiempo determinado, es decir es aquel momento en el cual se decreta, decide y se asignan las tareas, donde luego se definen los plazos de tiempo para poder realizarlas y se calcula el uso de ciertos recursos. (Adrián, 2021) El plan de acción ayudara a llevar un control de las tareas, objetivos, y estrategias que quiere realizar la empresa teniendo así una mejor organización y mayor control de lo que se quiere lograr, la empresa Doris Camargo no cuenta con un plan de acción, pero dentro de esta pasantía se realiza una elaboración de este dando con esto credibilidad a la organización, con esto también ganando tiempo y recursos aumentando también el grado de responsabilidad a los colaboradores dentro de la empresa.

10.2 Marco conceptual

Microempresa: Es una unidad que tiene hasta de diez trabajadores.

Plan estratégico: es un plan que recoge la planificación de acciones e iniciativas operativas económica, financiera y estratégicas.

Misión: declaración de la razón de ser general de la empresa que hace como lo hace para el desarrollo de una empresa.

Visión: a donde se quiere llegar, la gran meta de plazo amplio de una empresa.

Fortalezas: Aspectos positivos internos de una empresa que favorecen su operación y desempeño

Oportunidades: Son los factores externos que una empresa puede utilizar como beneficio propio.

Debilidades: Aspectos o recursos que juegan en contra de un resultado que puede brindar la empresa.

Amenazas: Son factores externos que pueden limitar el desarrollo de una empresa.

Estrategias: Procedimiento que permite la toma de decisiones

Empresa: conjunto de recursos y personas, que desarrollan actividades con un fin

DOFA: herramienta de análisis que, en forma de matriz, se abarcan los factores internos y externos de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas respectivamente, que ayudan al estudio de la situación actual de una empresa, y facultan la toma de decisiones estratégicas.

Matriz EFI: Matriz de evaluación de factores internos.

Matriz EFE: Matriz de evaluación de factores externos.

Plan de Acción: Es una herramienta de planificación que se emplea para la ejecución y control de tareas de una organización

10.3 Marco geográfico

La empresa y su centro de producción y servicio, de taller se encuentra ubicado en el Batallón Cantón Norte, en la ciudad de Bogotá. Es una excelente ubicación teniendo en cuenta que en este punto se encuentra el mercado objetivo de sus clientes que son los oficiales, suboficiales y estudiantes de la escuela del canton, cuenta con parqueaderos cercanos, diferentes vías de acceso, sector privilegiado. Al estar ubicado dentro de un batallón de la ciudad de Bogotá tiene unas ventajas comerciales como el no contar con una competencia directa en el área de influencia. Es una zona de comercio limitado y variado dentro del batallón, por ende, no cuenta con proveedores cercanos establecidos.



Figura 1 Ubicación de Empresa Doris Camargo Pérez. Google Maps (2022)

11. Metodología del proyecto

En cuanto a la metodología, esta es una investigación exploratoria de percepción cualitativa descriptiva, dado que el proyecto se basa en identificar situaciones de estado y superar los problemas de gestión a partir de principios teóricos de la administración y planeación estratégica. El estudio se desarrolla a partir de un análisis orientado desde las características de composición de la empresa, los factores y aspectos internos y externos que afectan la empresa; así como información obtenida a partir de entrevistas y encuestas a trabajadores.

Dentro del diagnóstico que se obtiene de la empresa Doris Camargo, se puede concluir como principal problemática de gestión, que no cuenta con una planeación estratégica, lo que conlleva a que no se tenga un direccionamiento de a donde se quiere llegar, ni un derrotero de actuación como empresa, así como tampoco se definen los demás preceptos propios de este enfoque. Por otro lado, a partir del ejercicio de diagnóstico, se plantean las conclusiones de los factores críticos externos e internos que serán la base para la configuración de las iniciativas estratégicas en el desarrollo de capacidades competitivas y crecimiento, de la empresa, las cuales configuran lo que se denomina el plan estratégico en sí.

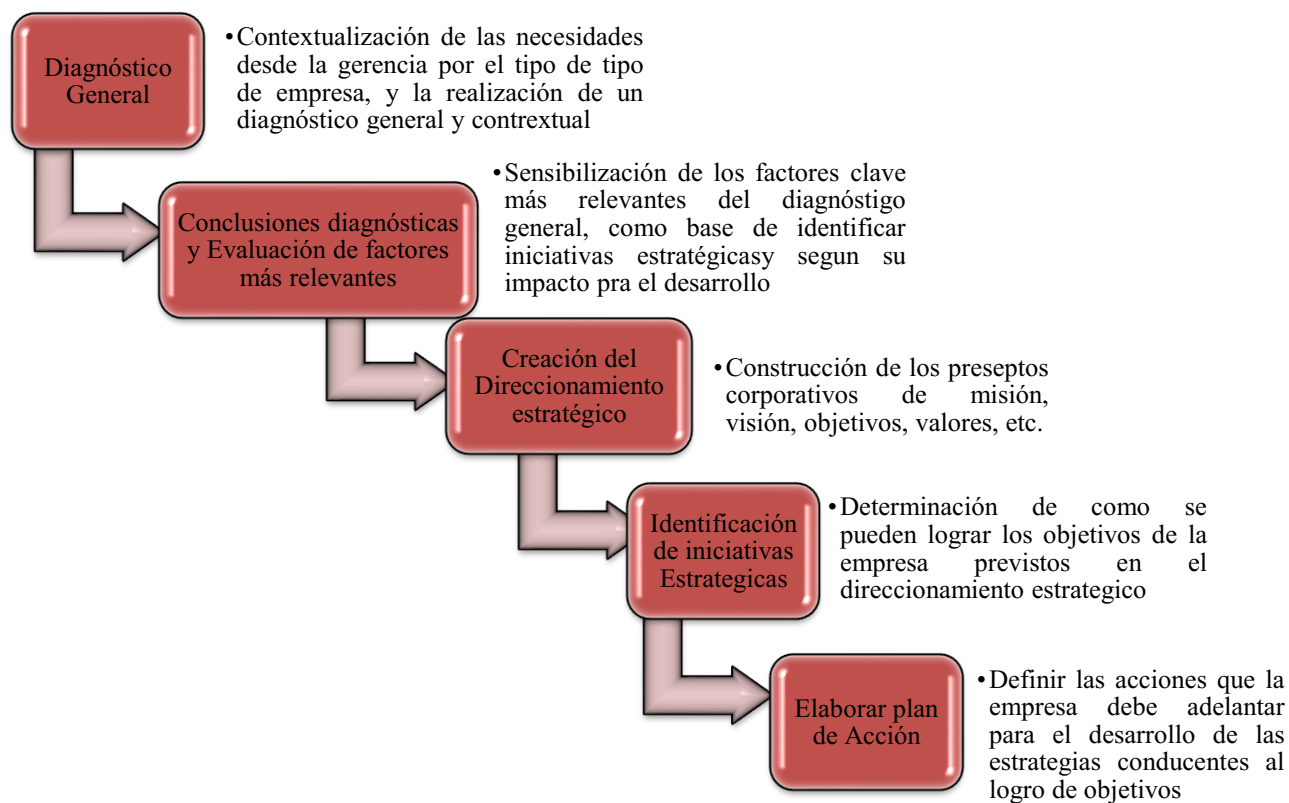
Para el desarrollo de este trabajo y la investigación que requiere la pasantía, se trabajó con el total de la población de trabajadores que tiene la empresa: que son cuatro, por tanto, no se realiza ningún tipo de muestreo (por ser una población tan pequeña), se hace de manera participativa y censal.

Esto refiere a que se hace uso de fuentes de información primaria de carácter interno, por medio de encuestas y entrevista de tipo personal y colectivo, según los factores a analizar dentro de la empresa.

Como técnica e Instrumento se utilizó un Cuestionario que buscaba recopilar la percepción de los empleados sobre el estado de la empresa. y de tal manera que se puede utilizar los resultados para llegar a iniciativas estrategias, de direccionamiento, de mejora y crecimiento .

La pasantía pretende proponer el modelo de planeación estratégica para la empresa Doris Camargo Pérez, lo hace necesario abordar los temas de administración, planeación estratégica, direccionamiento estratégico, así como la utilización de herramientas de Diagnóstico Empresarial como la matriz DOFA, MEFI, MEFE que permitan identificar la relevancia de factores y variables consolidando el estado diagnóstico o situación actual de la empresa, con propósitos de la identificación de estrategias y con base en ellas elaborar un plan de acción que permita el desarrollo de dichas iniciativas estratégicas que permita el alcance de objetivos como empresa dentro de un horizonte temporal; lo que conlleva un esquema de control y seguimiento.

Figura 2 : Esquema metodológico de trabajo para el desarrollo de la pasantía en la empresa
Doris Camargo Pérez



Fuente: Elaboración propia

12. Administración del proyecto

A continuación, se presenta un cronograma de las actividades que se realizarán para obtener un diagnóstico preliminar de la empresa Doris Camargo Pérez, mostrando matrices y encuestas que contribuyan en la identificación de los factores claves, la determinación de iniciativas estratégicas para efectuar un plan de acción que ayuden con el crecimiento y organización de la empresa.

Cronograma de actividades/Semana	1	2	3	4	5	6	7	8
Análisis interno y externo (DOFA)								
Creación de Misión, Visión y Valores								
Diseño de iniciativas estratégicas y de mercado								
Creación de Objetivos y plan de acción estratégico								
Determinación y creación de manual de funciones								
Seguimiento y control								
Proyecto de mejora: Empresa Doris Camargo Pérez								

Tabla 3. Cronograma de Actividades fuente (Elaboración Propia)

13. Conclusiones Diagnósticas

Con base al análisis general a los factores internos y externos que afectan la empresa, realizado al inicio de la pasantía y presentado en el numeral 5 de este documento, se hace una consolidación de las aspectos y variables y se identifican las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas de mayor relevancia e impacto por las que se enfrenta la empresa Doris Camargo, que definen el ámbito para la actuación y prospección de la misma.

Tabla 4. Conclusiones Diagnósticas más relevantes

DEBILIDADES	FORTLEZAS
1. Un solo punto de atención	1. Entienden y escuchan a sus clientes
2. No cuenta con un plan estratégico	2. Experiencia en el conocimiento de uniformes militares
3. Pocos trabajadores	3. Diferenciación en el mercado
4. Poco reconocimiento en el mercado	4. Diversidad de los productos
5. Largas esperas en atención al cliente	5. Trabajo efectivo y de calidad
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. Mercado nacional sólido y con gran demanda	1. Nuevos competidores
2. Desarrollo de nuevos productos e innovación que el cliente estaría dispuesto a probar	2. Competencia con productos de más bajo costos
3. Alianzas estratégicas con nuevas compañías	3. Aumento de precios de la materia prima
4. Inversores que ayuden a expandir el negocio	4. Factores del entorno que ponen en peligro la operación de la empresa,
5. Reconocimiento de marca a nivel local	

Fuente: Elaboración Propia

13.1 Evaluación de Factores de las conclusiones diagnósticas

Estas conclusiones diagnósticas de oportunidades y amenazas, se procedieron a sensibilizar en cuanto a su nivel de impacto y relevancia y los esfuerzos que debe realizar la empresa para estos aspectos y factores. Por lo anterior se procede a desarrollar la Matriz de evaluación de factores externos – MEFE, y la Matriz de evaluación de factores internos- MEFI. A continuación, se presentan dichos análisis de sensibilización de estas matrices.

Elaboración matriz de evaluación de factores externos MEFE

	Oportunidades	Peso	Calificación	Ponderado
1	Mercado nacional sólido y con gran demanda	0,3	4	1,2
2	Desarrollo de nuevos productos e innovación que el cliente estaría dispuesto a probar	0,1	3	0,3
3	Alianzas estratégicas con nuevas compañías	0,2	2	0,4
4	Inversores que ayuden a expandir el negocio	0,3	3	0,9
5	Reconocimiento de marca a nivel nacional	0,1	2	0,2
	Total	1		3

	Amenazas	Peso	Calificación	Ponderado
1	Nuevos competidores	0,1	1	0,3
3	Competencia con productos de más bajo costos	0,3	2	0,6
4	aumento de precios de la materia prima	0,3	1	0,3
2	Factores del entorno que ponen en peligro la empresa	0,1	1	0,1
	Total	1		1,2

Tabla 5. Matriz MAFE (Elaboración propia)

El ejercicio indica que la empresa cuenta con una gran oportunidad en el mercado nacional debido a su alto conocimiento, experiencia en el manejo de uniformes del ejército nacional. Cuenta con un gran movimiento y reconocimiento en el Cantón Norte donde se encuentra ubicado actualmente. debido a las oportunidades y reconocimiento la empresa Doris Camargo Pérez está pensando en lograr una expansión que le permita el mayor reconocimiento, esta realización la creación de una sucursal en otro cantón en la ciudad de Bogotá. Si bien no se puede contrastar con la media del sector en que compite pues no se cuenta con esa información para este tipo de microempresas.

Elaboración matriz de evaluación de factores externos MEFI

	Fortalezas	Peso	Calificación	Ponderado
1	Entienden y escuchan a sus clientes	0,2	4	0,8
2	Experiencia en el conocimiento de uniformes militares	0,3	3	0,9
3	Diferenciación en el mercado	0,2	3	0,6
4	Diversidad de los productos	0,2	4	0,8
5	Trabajo efectivo y de calidad	0,1	3	0,3
	Total	1		3,4

	Debilidades	Peso	Calificación	Ponderado
1	Un solo punto de atención	0,2	1	0,2
2	No cuenta con un plan estratégico	0,3	1	0,2
3	Pocos trabajadores	0,1	2	0,4
4	Poco reconocimiento en el mercado	0,3	2	0,6
5	Largas esperas en atención al cliente	0,1	1	0,1
	Total	1		1,5

Tabla 6. Matriz MEFI (Elaboración propia)

Dentro de las fortalezas de la empresa se puede resaltar que cuenta con un amplio conocimiento en el sector textil y específicamente en el arreglo y modificación de las prendas militares, por otra parte, cuenta con una variedad de servicios que se le puede ofrecer al cliente para complementar un buen servicio. Si bien no se puede contrastar con la media del sector en que compite pues no se cuenta con esa información para este tipo de microempresa.

14. Resultados de propuesta del modelo de gestión y planeación estratégica.

En este ítem se presenta la propuesta de diseño y formulación de planeación estratégica para la empresa Doris Camargo Pérez, en conformidad a los análisis de diagnóstico general, sus conclusiones de prioridad y en general las necesidades de la microempresa.

Las iniciativas estratégicas propuestas a desarrollar concentran un conjunto de acciones que permitirán el desarrollo competitivo y el crecimiento como propósito inicial de la pasantía, así como, aportar una manera de gestionar la empresa que se podrá adoptar en sus ejercicios futuros, permitiéndole una operación autónoma y auto sostenible como empresa, esto es que desarrollará una mecánica administrativa que la lleve en el largo plazo como un negocio rentable, cumpliendo objetivos a través de sus propósitos del direccionamiento estratégico.

14.1 Determinación de iniciativas estratégicas por metodología DOFA

Desde el análisis general DOFA y la determinación de las conclusiones de las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades respecto de los factores y variables más relevantes y que impactan la empresa, expuestas, sensibilizadas, en las matrices MEFI y MEFÉ, se realizó un ejercicio de identificación de iniciativas estratégicas, las cuales se presentan a continuación, en la siguiente tabla:

DOFA	Oportunidades:	Amenazas:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mercado nacional sólido y con gran demanda 2. Desarrollo de nuevos productos e innovación que el cliente estaría dispuesto a probar 3. Alianzas estratégicas con nuevas compañías 4. Inversores que ayuden a expandir el negocio 5. Reconocimiento de marca a nivel nacional 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Competencia local 2. Competencia con productos de más bajo costos 3. Aumento de precios de la materia prima 4. Factores del entorno que ponen en peligro la empresa
Fortalezas:	Estrategias: FO	Estrategias: FA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Entienden y escuchan a sus clientes 2. Experiencia en el conocimiento de uniformes militares 3. Diferenciación en el mercado 4. Diversidad de los productos 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar el conocimiento en el mercado para crear un crecimiento y trayectoria. • Integración hacia adelante. • Marketing digital y movimiento en redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear alianzas con proveedores y empresas productoras.

5.Trabajo efectivo y de calidad		
Debilidades:	Estrategias: DO	Estrategias: DA
<p>1. Un solo punto de atención</p> <p>2. No cuenta con un direccionamiento y plan estratégico, ni estructura administrativa.</p> <p>3. Pocos trabajadores</p> <p>4. Poco reconocimiento en el mercado</p> <p>5. Largas esperas en atención al cliente</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer una marca y/o nombre de la empresa. • Definir misión, visión y objetivos. • Gestionar la empresa en función a un plan estratégico. • Definir la estructura funcional y organizacional de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de un nuevo punto de servicio en el Canton Sur • Diversificar concéntricamente con productos o servicios nuevos relacionados

Tabla 7. Determinación de iniciativas estratégicas para la empresa Doris Camargo (Elaboración Propia)

14.2 Ponderación las estrategias

En conformidad al análisis para la determinación de las iniciativas estrategias expuestas en el punto anterior, se procedió a realizar un análisis de impacto, y a partir del análisis DOFA y las iniciativas estratégicas encontradas, en este ejercicio de priorización según impacto, se procedió a dar un peso a cada tipo de iniciativa estratégica y la calificación como el grado de importancia de actuación que debe darle la empresa.

ITEM	ESTRATEGIAS	PESO	CALIFICACION	PENDERACION	Impacto
1	Aprovechar el conocimiento en el mercado para crear un crecimiento y trayectoria	0,01	2	0,02	5
2	Crear alianzas con proveedores y empresas productoras	0,01	1	0,01	6
3	Marketing digital y movimiento en redes sociales.	0,2	4	0,8	3
4	Definir misión, visión, misión, visión y objetivos	0,2	3	1	1
5	Definir la estructura funcional y organizacional de la empresa	0,2	4	0,8	2
6	Diversificación concéntrica con productos o servicios nuevos relacionados	0,01	1	0,01	7
7	Creación de un nuevo punto de servicio en el CANTON SUR	0,2	3	0,6	4
	TOTAL	1		3,65	

Tabla 8. Ponderación estratégica (Elaboración propia)

En conformidad a la tabla anterior el análisis de impacto y relevancia indica con sus valores relativos de impacto, que la iniciativa estratégica con más puntuación es “Definir misión, visión y objetivos” permitiendo definir el direccionamiento estratégico como factor altamente prioritario, seguido de las demás iniciativas estratégicas según el orden de impacto para la empresa Doris Camargo Pérez.

15. Direccionamiento Estratégico:

El siguiente es el direccionamiento estratégico que se elaboró y propuso para la empresa Doris Camargo Pérez, en conformidad al diagnóstico desarrollado, el cual expresa las necesidades inmersas de la empresa para su proyección, desarrollo competitivo y crecimiento.

15.1 Marca e imagen empresarial

Dentro de la sensibilización diagnóstica se analizó con la dueña, la conveniencia de dar una marca o nombre a la empresa en su establecimiento comercial, lo que permitirá el reconocimiento de la empresa y su marca, facilitando en los clientes su captación, así como aspectos de comunicación y proyección de la empresa. Por lo anterior, se realizó un consenso general para llegar a un nombre adecuado, siendo la propuesta elegida como nuevo nombre de la marca: Clínica del Camuflado – Confecciones y Reparaciones.

A partir de esta decisión de promover la marca de la empresa, se procedió al configurar una imagen de logo de la nueva marca institucional de la empresa Doris Camargo Pérez, pues seguirá actuando legalmente con registro como persona natural.



Figura 3. Logotipo Clínica del camuflado (Elaboración Propia)

16. Premisas estratégicas corporativas:

De acuerdo con el diagnóstico realizado y la importancia identificada por su alto impacto y relevancia como factor interno, la empresa Doris Camargo Pérez, dado no cuenta con una misión, visión, valores y objetivos, que definan la dirección estratégica hacia dónde y cómo se debe orientarse la empresa, se plantea los siguientes preceptos estratégicos que superen esta debilidad de la empresa:

16.1 Misión

Clínica del Camuflado es una empresa dedicada a brindar soluciones de reparación, modificación y arreglos de prendas de vestir y uniformes para Oficiales y Suboficiales del ejército nacional, y de más fuerzas militares a nivel nacional, logrando una plena satisfacción para sus clientes, en un ambiente de cultura de excelencia operativa, prontitud de respuesta, así como, un alto nivel de atención y servicio para nuestros clientes.

16.2 Visión

La Clínica del Camuflado quiere ser reconocida dentro de la sociedad y las fuerzas militares como la mejor empresa costurera y de arreglos de uniformes a la medida de las fuerzas militares. En 2 años abarcará plenamente las necesidades el Cantón sur y occidente de Bogotá en donde seremos reconocidos por la calidad de nuestro trabajo.

16.3 Valores

- Respeto: Respetamos y valoramos a nuestro personal velando por un clima laboral agradable
- Calidad: Buscamos mantener una calidad integral en nuestros procesos de acuerdo a las exigencias de nuestros clientes.
- Compromiso: El mayor compromiso es la satisfacción ya que nuestros clientes cuentan con arreglos de alta calidad que cumplirá con las expectativas deseadas.
- Enfoque al cliente: Cumplimos con las promesas adquiridas con los clientes y trabajamos agregando valor a la empresa, creando una cultura de servicio.

16.4 Objetivos empresariales

- Lograr un reconocimiento en el mercado local y nacional
- Satisfacción 100% del cliente brindando un excelente trabajo y servicio
- Abarcar todo el mercado de ejército nacional de Bogotá
- Contar con una administración eficiente que permita optimizar los recursos y loran un buen aprovechamiento de los mismos
- Lograr la expansión de la empresa creando un nuevo punto de atención y servicio en el cantón sur de Bogotá.

Con estas iniciativas estratégicas lo que se quiere lograr es, que la empresa Doris Camargo Pérez, ahora Clínica del Camuflado, pueda tener un cambio y desarrollo organizacional en el tiempo, que le brinden un enfoque estratégico administrativo para ayudar a su organización hacia el crecimiento y desarrollo competitivo.

17. Propuesta de valor

La empresa quiere mostrar los beneficios que puede llegar a obtener cualquier cliente a partir de los siguientes criterios.

Propuesta de valor	Impacto dentro de la comunidad
Diseño y ajustes a la medida	Ofrecer servicios de diseños y ajustes a la medidas para obtener una mayor captación de clientes.
Calidad de los insumos	El manejo de los insumos es de calidad ya que se enfocan en la actividad del usuario con el fin de brindar una mayor duración.
Entregas	Desde el inicio del arreglo se pacta unos tiempos de acuerdo a la necesidad del cliente, lo que les genera un valor agregado diferente a la competencia.
Garantía del arreglo	Se ofrece una garantía de 5 días después del arreglo, en caso de que el usuario presente alguna inconformidad pueda ser solucionada

Tabla 9. Propuesta de Valor de los productos y servicios de la clínica del Camuflado. (Elaboración propia)

18. Estructura Organizacional:

Esta nueva configuración de iniciativas estratégicas, demanda una claridad en la estructura organizacional de la empresa, se debe contar con una definición de las funciones básicas por áreas funcionales para una microempresa de estas características: funciones administrativas, comercial y de producción/servicio, cada una con sus funciones típicas en conformidad a el área a que pertenece y las labores de la empresa; para lo cual se debe adelantar una capacitación a los empleados respecto a las funciones desde esta perspectiva.

Se debe establecer una estructura organizacional básica ya que por ser una microempresa cuenta con pocos recursos de talento humano y financieros, para soportar las cargas laborales, que permita cumplir con la propuesta de valor que expresa el servicio desde la nueva misión y sus valores de la Clínica del Camuflado. En la medida en que su crecimiento y desarrollo le permita deberá ajustar su estructura acorde a sus necesidades estratégicas futuras.

La siguiente figura muestra el esquema de configuración de la estructura empresarial que facilitará el desarrollo de las iniciativas estratégicas de la empresa.

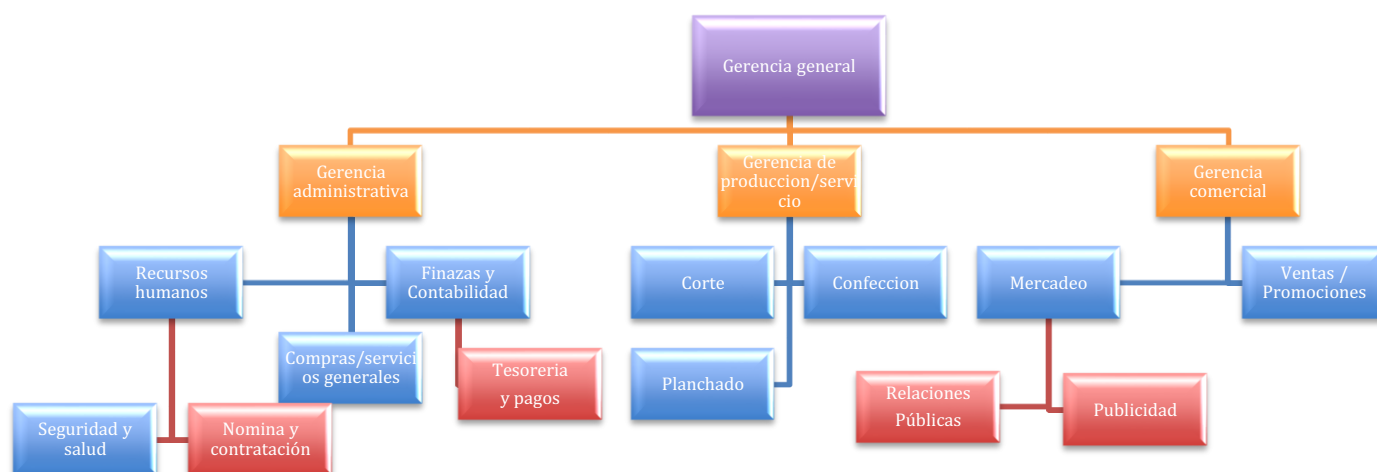


Figura 4. Estructura administrativa funcional (elaboración propia)

Tener establecida una estructura administrativa funcional permite ofrecer una visión de conjunto de los objetivos y acciones empresariales mucho más claras ya que gracias al mismo se puede trazar, con mayor efectividad, la estrategia corporativa, facilitando el control de cumplimiento de metas, así como la adaptación de cada desarrollo nuevo que se dé a través del tiempo. Así mismo, permite tener cada una de las funciones de los labradores en la microempresa con oportunidad de tener una forma organizada llevar el control de las acciones y delegaciones lo que redundará en una mejor operación y una percepción de la calidad, aportando a los objetivos corporativos impactando además, la satisfacción de los clientes sobre la organización.

Teniendo en cuenta la reestructuración organizacional de la Clínica del Camuflado, la cual se dio en atención a las mejoras de procesos y procedimientos, se han establecido funciones específicas de cada área y cargo las cuales coadyuvaran al crecimiento empresarial y cumplimiento de las metas propuesta en su horizonte estratégico.

18.1 Definición de manuales de funciones

En conformidad a la estructura administrativa funcional planteada la cual se ajusta a las posibilidad de disponibilidad de la planta de personal para la operación, se describen los roles funcionales que la empresa debe desarrollar por cada tipo. Esta descripción funcional se estructuró por medio de cargos incluidos en una ficha descriptiva (ver anexo), la cual se fundamento en el siguiente formato diseñado para tal fin:

Figura 5: Formato propuesto para la descripción de cargos y configuración del manual de funciones de la Clínica del Camuflado

Codice Version 06/2016 1 de 1		FORMATO DE DESCRIPCION Y ANALISIS DEL CARGO				
I. IDENTIFICACION						
DENOMINACION DEL CARGO						
NIVEL						
GRADO						
DEPENDENCIA						
N. DE CARGOS						
CARGOS QUE LE REPORTAN						
II PROPOSITO GERENAL						
definición de cargo u obligaciones						
DESCRIPCION DE FUNCIONES				ORDINARIA	PERIODICA	EVENTUAL
III ESCOLARIDAD						
No require	Tecnico	Tecnologo	Profesional	Posgrado	Maestria	Doctorado
IV CONOCIMIENTOS BASICO Y/O ESENCIALES						
V EXPERIENCIA						
DIRECTA				DE 1 A 6 MESES		
				DE 7 A 12 MESES		
				DE 13 A 24 MESES		
				DE 25 A 36 MESES		
				MAS DE 36 MESES		
RELACIONADA				DE 1 A 6 MESES		
				DE 7 A 12 MESES		
				DE 13 A 24 MESES		
				DE 25 A 36 MESES		
				MAS DE 36 MESES		
OBSERVACIONES						
FECHA DE APLICACIÓN				DD	MM	AA
NOMBRE DE QUIEN APLICO						
CARGO QUE OCUPA						
NOMBRE DE QUIEN APROBO						
CARGO QUE OCUPA						

18.1.1 Gerencia general

- Garantizar y velar por el cumplimiento de los objetivos y metas planteados dentro del plan de acción de la empresa.
- Definición y Planeamiento de políticas operativas de la empresa.
- Dirigir, controlar y garantizar el cumplimiento de las funciones administrativas de producción y comercialización de la organización.
- Garantizar el buen uso de los recursos económicos presupuestados para la organización

18.1.2 Recursos humanos

- Definir y ejecutar los planes y programas establecidos para administración del capital humano de la organización
- Establecer ejecutar y controlar las pruebas de selección para el reclutamiento del talento humano para la empresa
- Diseñar y ejecutar los planes de inducción, entrenamiento y reintucción y mantener planes de mejora encaminados al clima laboral y productividad empresarial
- Establecer y garantizar un plan de seguridad y salud en el trabajo.
- Realizar el análisis de riesgos y formular un plan que permita mitigar la materialización de estos

18.1.3 Finanzas y contabilidad

- Registrar todas las operaciones económicas de la empresa como son los ingresos y egresos garantizando que dichas operaciones se realicen de manera legal y soportarlas por medio de un contador externo.
- Garantizar el control de inventarios de la empresa
- Mantener la facturación al día
- Promover o adoptar políticas planes y programas de administración del recurso de la organización tales como: físicos, financieros, tecnológicos y humanos
- Asegurar el recaudo de pagos y cartera

18.1.4 Corte, confección y planchado

- Realizar actividades de costuras
- Confeccionar prendas y los ajustes requeridos en las prendas de uso militar
- Clasificar, planchar y acomodar las prendas
- Coser y adherir los distintivos y parches militares a las prendas de acuerdo con el reglamento establecido al ejercito nacional

18.1.5 Mercado

- Investigación del mercado y la competencia
- Responsable de la elaboración de convenios y alianzas estrategias
- Establecer políticas publicitarias para acercamiento y fidelización del cliente

18.1.6 Ventas y promociones

- Planificación de los planes y programas orientados a la comercialización y ventas de los bienes y servicios ofrecidos por la empresa
- Garantizar la atención oportuna y eficaz del cliente externo garantizando su satisfacción
- Establecer políticas promocionales para obtener una mayor captación de clientes
- Apertura nuevos espacios de mercado.

19. Plan de acción a las iniciativas estratégicas:

Una vez definido y diseñado el conjunto de iniciativas estratégicas que conducirán la empresa al desarrollo y crecimiento comercial como estructural de la empresa, definido el direccionamiento estratégico, su misión, visión, objetivos, valores, así como los objetivos que debe perseguir la empresa para la consolidación de sus propósitos iniciales, y que propiciaron esta pasantía; es necesario establecer el plan de acción en sí, para el logro de cada una de las iniciativas estratégicas identificadas y establecidas, esto es, determinar propiamente que acciones de actividad debe realizar la empresa para concretar esas estrategias, indicando el horizonte de tiempo para su desarrollo, y los niveles de resultado esperados que evidencien aporte a los objetivos de la empresa.

Estas acciones deben ser responsabilidad de desarrollo de las diferentes áreas funcionales establecidas, independientemente de la persona que las desarrolle, es decir, como la empresa tiene poco personal, sus trabajadores en algunos casos deberán apoyar labores de diversas funciones, por ejemplo una operaria de máquina, tendrá como función básica el apoyo a los trabajos de producción y servicio, pero en una o varias jornadas tendrá el tiempo para poder desarrollar actividades como cotización para compra de materiales ante los proveedores, así mismo, se debe establecer por parte de la gerente, la distribución de las cargas laborales en función de los perfiles de las personas y sus capacidades, para apoyar la funciones generales de cada puesto de trabajo.

Se estima que en el corto o mediano plazo la empresa debe contar con un asistente administrativo de mercadeo, que apoye otras labores comerciales y de mercadeo, para que se pueda desarrollar las iniciativas planteadas.

Por lo anterior, el siguiente es el plan de acción establecido, que permitirá a la Clínica del Camuflado, la consolidación empresarial, y el desarrollo de las capacidades competitivas suficientes para mejorar en ventas y crecer, manteniendo su enfoque de auto sostenibilidad y auto suficiencia como empresa, sin inversiones significativas adicionales.

OBJETIVOS	INICIATIVA ESTRATEGICA A	ACCIONES	PRESUPUESTO (De requerirse)	METAS	INDICADOR GENERAL	CRONOGRAMA	AREA RESPONSABLE	AVANCE	DIFICULTADES (ejecutado)	ACCIONES DE MEJORA
						Inicio - Fin				
<ul style="list-style-type: none"> • Contar con una administración eficiente que permita optimizar los recursos y lograr un buen aprovechamiento de los mismos 	<ul style="list-style-type: none"> • Definir misión, visión, valores y objetivos. 	Adelantar una jornada de sensibilización y definición de los preceptos corporativos para el direccionamiento estratégico		Construcción de la misión visión, valores y objetivos	Misión, Visión, Valores y objetivos / Aceptados	Fecha inicial: 8/08/2022 Fecha Final: 19/08/2022	Gerencia general	100%	Falta de conocimiento del personal en la temática	Se sensibilizó respecto de estos preceptos
	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar la empresa en función a un plan estratégico. 	A partir del plan de acción y las iniciativas estratégicas en pro del alcance de los objetivos seguir su ejecución a través de la realización de comités de administración		Realizar 2 comités al mes de manera quincenal para el seguimiento y seguimiento al plan de acción y demás aspectos propios de la empresa	Realizar dos comités por mes	Fecha inicial: 01/09/2022 Fecha Final: Cada mes	Gerencia general	32%	Se realizan dos comités, sin soportar evidencias de desempeño	Los encargados deben evidenciar ejecución y sus soportes de acción
	<ul style="list-style-type: none"> • Definir la estructura funcional y organizacional de la empresa 	Se adelanto una reunión ara la definición de las áreas funcionales de la empresa		Implementación y difusión de la nueva estructura por Áreas funcionales	Estructura organizacional avalada por la gerencia	Fecha inicial: 5/09/2022 Fecha Final: 19/09/2022	Gerencia general	100%		
	<ul style="list-style-type: none"> • Crear alianzas estratégicas con las unidades militares 	Convenios interadministrativos		Lograr el arrendamiento de locales dentro de las unidades militares que corresponderían las 100% de las 9 unidades militares previstas a fidelizar		Fecha inicial: 2/01/2023 Fecha Final: 2/05/2023	Gerencia Administrativa	0%	No conseguir lo locales establecidos en gestiones previas	
<ul style="list-style-type: none"> • Lograr un reconocimiento en el mercado local y nacional 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer una marca y/o nombre de la empresa. 	Se adelanto jornadas para el cambio de nombre para la nueva marca de la empresa		Configuración del nuevo nombre del establecimiento comercial o marca	Nueva marca	Fecha inicial: Fecha Final:	Marketing/publicidad. Gerencia general	100%		

OBJETIVOS	INICIATIVA ESTRATEGICA	ACCIONES	PRESUPUESTO (De requerirse)	METAS	INDICADOR GENERAL	CRONOGRAMA	AREA RESPONSABLE	AVANCE	DIFICULTADES (ejecutado)	ACCIONES DE MEJORA
						Inicio - Fin				
• Obtener un amplio mercado de clientes	• Marketing digital y movimiento en redes sociales.	A través de la publicidad se puede llegar a dar a conocer información sobre el servicio que se presta, así mismo se puede estimular y persuadir.	Contratación de un asistente de mercadeo para atención de las funciones y desarrollo de campañas SMMLV /mes	Desarrollar 3 publicaciones semanales con publicidad de los productos en las siguientes redes. Instagram, Facebook, tweter, TiK Tok	36 publicaciones /trimestre	Fecha inicial: 7/11/2022	Mercadeo /Publicidad	20%		
		Fecha Final: 7/01/2023								
		Evaluación: hacer un análisis sobre las entradas que se obtiene por este medio.		Lograr que el 30% de interacción en redes que busque suplir necesidades respecto al servicio ofrecido	<u>Ventas redes</u> Ventas Totales X 100	Fecha inicial: 7/11/2022 Fecha Final: 29/11/2023	Gerencia Comercial Ventas y comercialización	20%	Falta de administración en los portales web	Contratación de un asistente de mercadeo
	•Aprovechar el conocimiento en el mercado para crear un crecimiento y trayectoria.	Divulgación de servicios y promociones en las diferentes unidades militares por medio piezas publicitarias en redes y aplicativos tecnológicos (whatsApp)		En el primer año lograr el 35% del nicho de mercado en Bogotá (1.200 clientes), teniendo como base un total de 25 unidades militares, local redundaría en 9 batallones cada uno con un aproximado de 400 hombres (3.600 aprox.)	<u>Vent batallones</u> Ventas Totales	Fecha inicial: 01/10/2022 Fecha Final: 31/10/2023	Gerencia Comercial	0%	La empresa no cuenta con el encargado de mercadeo y por tanto no ha desarrollado el material publicitario, ni ha iniciado relaciones publicas	

OBJETIVOS	INICIATIVA ESTRATEGICA	ACCIONES	PRESUPUESTO (De requerirse)	METAS	INDICADOR GENERAL	CRONOGRAMA	AREA RESPONSABLE	AVANCE	DIFICULTADES (ejecutado)	ACCIONES DE MEJORA
						Inicio - Fin				
	• Integración hacia adelante.	Se tiene previsto a un mediano plazo generar alianzas estrategias con proveedores americanos para la venta y distribución de accesorios complementarios de la dotación militar	Se tendrá en cuenta un 20 % del total del presupuesto de ventas para inversión con nuevos proveedores quienes ofrecen productos de alta calidad.	4 alianzas comerciales	4 Acuerdos de Alianzas comerciales	Fecha inicial: 2/10/2022 Fecha Final: 29/10/2023	Gerencial administrativa y comercial	0%	TLC Condiciones de importación Asequibilidad a los precios de venta Precio del dólar	
• Satisfacción 100% del cliente brindando un excelente trabajo y servicio	• Diversificar concéntricamente con productos o servicios nuevos relacionados de mejor calidad	Arreglo y modificación de prendas civiles y otros servicios relacionados		10 % de los nuevos ingresos por arreglos a otras prendas y servicios	<u>Ventas otros</u> Total ventas X 100	Fecha inicial: 1/09/2022 fecha Final: 29/10/2023	Gerencia administrativa	0%	No acogimiento aun del servicio por ser un segmento del mercado tan cerrado.	
• Lograr la expansión de la empresa creando un nuevo punto de atención y servicio en el cantón sur de Bogotá	• Creación de un nuevo punto de servicio en el Canton Sur	Búsqueda local en el cantón Sur	\$250.000/Mensual	Poner en funcionamiento un punto de servicio y producción en el Canton sur	Inicio de operaciones en el cantón sur	Fecha inicial: <u>01/03/2023</u> Fecha Final: 6/10/2023	Gerencia general	15%	Falta de locales a disposición	

Tabla 10. Plan de acción estratégico de la Clínica del Camuflado (Elaboración Propia)

20. Proceso de control y seguimiento para la mejora

La gerencia de la empresa y sus responsables de las funciones, deben realizar un proceso de seguimiento al desarrollo de las iniciativas estratégicas y del plan de acción propuesto, que es el camino definido para el logro de los objetivos propuestos que conducirán al desarrollo competitivo y de crecimiento empresarial.

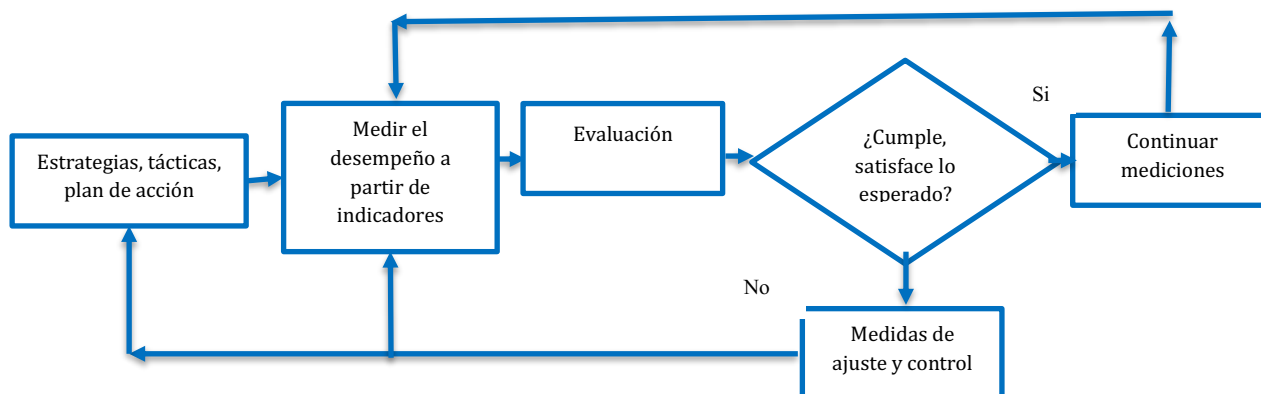


Figura 6. Control y seguimiento administrativo (Elaboración propia)

Este ejercicio de control y seguimiento exige la realización periódica quincenal, de un comité de gestión, que revise los aspectos de cada área funcional: Administración, Producción y Servicio y Comercial y ventas, donde a su vez, se puede incluir a los empleados directos, encargados y relacionados con cada una de las iniciativas estratégicas y del plan de acción. En dicho comité cada encargado de dirección expondrá los niveles de desarrollo de las actividades su alcance, exponiendo las dificultades que se hayan presentado y sus causas, se planteará la respectiva propuesta de mejora para el cumplimiento de la iniciativa.

En la medida que las dificultades superen las capacidades de los encargados de la labor, el comité decidirá, respecto a que medidas de ajuste tomar, como respuesta a dichas dificultades, para lograr la meta establecida, con el aval de la gerencia quien es parte integral de dicho comité.

En este sentido, la empresa adquiere entonces una nueva metodología de gestión que facilita el cumplimiento de objetivos propuestos y facilitará el desarrollo competitivo de manera continua, de manera controlada sistemáticamente.

21. Conclusiones

Con el trabajo desarrollado en la pasantía a la empresa Doris Camargo Pérez, ahora, Clínica del Camuflado se logró la construcción del plan de mejoramiento administrativo y estratégico según las características de la empresa y su funcionamiento, que le permita consolidar su capacidad competitiva y crecimiento.

El desempeño operativo de las microempresas parte del dominio de una actividad económica o de un oficio, el cual representará un nivel de desarrollo que se ve estancado en la medida en que no se cuenta con un modelo de gestión y administración empresarial que persiga objetivos.

Toda empresa independientemente de su tamaño debe contar con una definición de su sentido y propósito misional, así como, fijarse un nivel de alcance de visión como el gran objetivo a largo plazo de a donde quiere llegar, el cual debe desagregarse con objetivos de mediano y corto plazo, aspectos que definen lo sustantivo del direccionamiento estratégico de cualquier empresa.

Con la implementación del direccionamiento estratégico se logra identificar las bases administrativas de la empresa para brindar una mejor estructura organizacional en cuanto a las funciones principales: administración, producción y comercialización, que se llevan, facilitando el manejo y organización a las actividades de manera interrelacionada. Para esto la empresa ahora cuenta con un manual de funciones que facilitará el desarrollo de cada área y el control a los delegados.

El marco para la toma de decisiones empresariales en cuanto a sus objetivos e iniciativas estratégicas debe partir de un análisis de diagnóstico, el cual consiste en identificar las variables y factores que afectan la empresa desde la instancia interna y externa, clasificando estos aspectos entre oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas, realizando procesos de sensibilización entre los más relevantes y que definen el estado actual, para operar y orientar el desarrollo empresarial.

Las iniciativas estratégicas, definen el conjunto de decisiones que la empresa debe tomar para enfrentar las condiciones actuales y sobre las cuales enfocará su plan de acciones propiamente, para el logro de los objetivos, es decir lo que deben hacer para alcanzarlos.

El modelo de administración y gestión estratégica se ajusta fácilmente a las dimensiones de cualquier empresa ya sea esta como en el caso de la Clínica del Camuflado una microempresa, dadas sus características para la fácil comprensión y gestión, lo que facilita su aplicación permanente.

El control y seguimiento al plan de acción para el logro de las iniciativas estratégicas y objetivos de la empresa, es un factor fundamental del desarrollo empresarial y la consolidación de los resultados, lo cual es responsabilidad de la gerencia de la empresa, y del personal en cuanto a su cumplimiento, de tal manera que no se presten atrasos y de haberlos debe establecerse las medidas contingenciales para superar las dificultades. Esto en un ejercicio permanente, periódico y sistemático, que tenga el rigor de importancia y urgencia suficiente para que toda la empresa vele por su ejecución.

La empresa debe concientizar que, para poder crecer y desarrollarse es necesario el ejercicio administrativo, lo cual es tan importante como las labores operativas de producción y servicio.

Para llegar a nuevos clientes, es necesario que la empresa adopte e implemente estrategias de marketing digital directo, así como y promoverse por publicidad convencional.

Para la microempresa Clínica del Camuflado y el desarrollo de ésta, el incorporar la misión, visión, objetivos y metas, les facilitará ejecutar planes de acción rápidos, oportunos que la conlleven al desarrollo competitivo, mejorando su servicio, generando mayores ingresos e incrementando nuevos empleos con unas estructuras de organización acorde a sus necesidades por su crecimiento y expansión con nuevas sedes tal como lo tiene previsto.

En conformidad a los propósitos y objetivos de la pasantía, estos se han logrado en la medida que la empresa ahora cuenta con una metodología de gestión que le facilitará su desarrollo competitivo, así mismo adopta una administración y seguimiento a los fines que persiga, lo que con el tiempo la consolidará como empresa facilitando su crecimiento.

22. Bibliografía

Fred R. David. Libro Conceptos de Administración Estratégica – Ed. Pearson. Prentice Hall

[http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para-descarga/3.%20David,%20F.%20\(2008\).pdf](http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para-descarga/3.%20David,%20F.%20(2008).pdf)

Garcés Rodríguez, Diana Lizeth; & Mena Mantilla Jeniffer Johana (2016). Planeación Estratégica para el Incremento de las Ventas y Mejoramiento del Proceso Competitivo de la Empresa Eds. Milenium. SAS. de la ciudad de Buenaventura.

<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/13164/0593712.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Porter Michael (2017). Ser Competitivo. Edición Actualizada y Aumentada. Ediciones Deusto

https://planetadelibrospe0.cdnstatics.com/libros_contenido_extra/35/34984_Ser_competitivo.pdf

Solórzano Solórzano Sandra. & Alaña Castillo, Tania. SF Planacion Estretagica

<file:///C:/Users/salas/Downloads/25%20PLANEACION%20ESTRATEGICA.pdf>

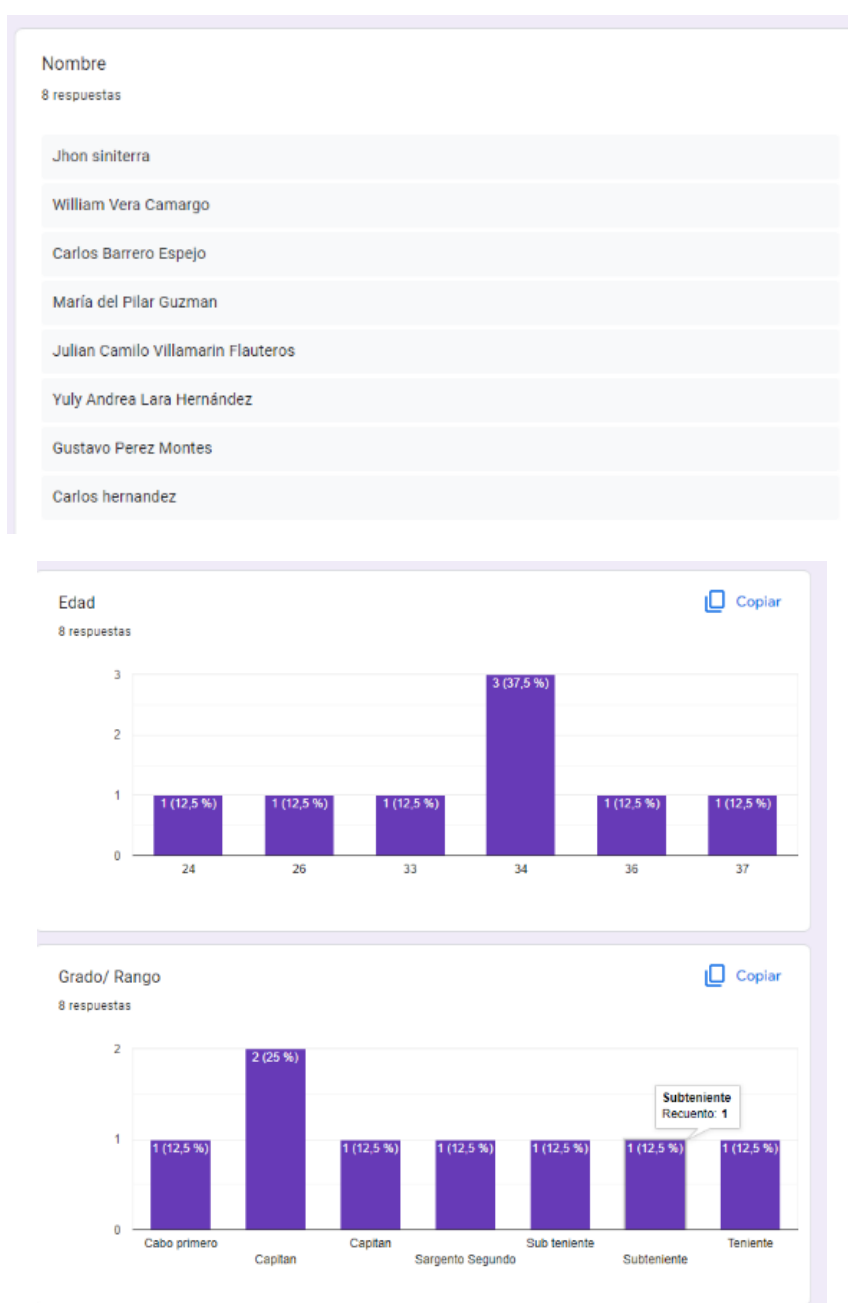
Yirda Adrian (2021) Definición de plan de acción

<https://conceptodefinicion.de/plan-de-accion/>

Anexos 1

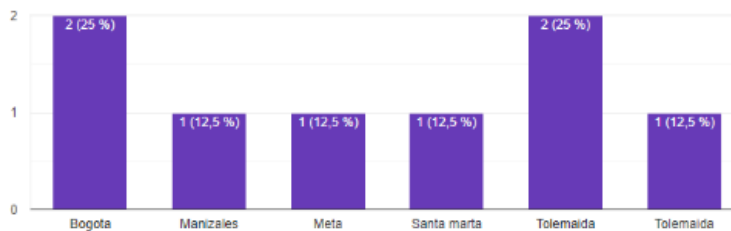
1) Encuesta inicial a clientes, respecto del servicio al cliente de la empresa y Taller de costura Doris Camargo

Se realiza una encuesta para medir la calidad de servicio que ofrece la empresa y taller Doris Camargo y que tal satisfechos están los clientes con el servicio.



Ciudad de origen

8 respuestas

 Copiar

¿ Cuales son las labores en las que el uniforme tiende a dañarse ?

8 respuestas

En los entrenamientos

Cuando nos toca ir a el monte a realizar patrullar, por que nos toca caminar, arrastrarnos, pasar por ríos etc

Entrenamiento y despliegue en campo

El uniforme tiende a dañarse por mal uso o descuido, en la labores que estoy ejerciendo que son administrativas no creo que se vea afectado el uniforme.

El saco y la solapa

Cuando se está en terreno o en el área

En el momento que permanecemos en el área

El uso diario

¿ Como sabe usted de la empresa taller de Doris Camargo?

8 respuestas

Por compañeros

Por cursos y compañeros conocidos

Por amigos que la han utilizado

Me lo recomendó un compañero que es cliente de allá

Mi familia siempre a recurrido a ese establecimiento

Porque me la han recomendado más compañeros

La vi estando En el Cantón Norte haciendo curso

Por conocidos

¿ Por que escogió usted esta profesión ?

8 respuestas

Por mi abuelo

Por que siempre me ha gustado, me siento orgulloso de pertenecer al ejército nacional

Porque me gusta el servir a mi patria y creo que con eso puedo ayudar un poco el país

Considero que esta carrera es muy exigente y a mi me gustan los retos, me gusta demostrar que si puedo hacer labores fuertes que se pueden considerar solo para hombres.

Vocación, herencia y honor

Siempre he querido servir a mi país

Siempre sentí orgullo, y quise pertenecer a esta entidad.

Amor a mi patria

¿ Cree usted que los precios están acorde con la calidad del servicio prestado ? Si No ¿por que ?

8 respuestas

Si, prestan un arreglo duradero y el servicio de entrega es rápido

Si, debido a que realizan el trabajo con calidad

Si, son precios acordes a la labor prestada

Si, el costo es acorde con la calidad y el tiempo de entrega de los pedidos

Si, precios comodos y accesibles

Si, me parece precios bastante adsequibles para la calidad del servicio

si, me parece que están bien, ya que la calidad del servicio es muy buena.

Si por que cumple con los estándares

¿Piensa usted que la atención prestada en el taller de costura es buena o mala ? ¿ Por que ?

8 respuestas

Si, son rápidos con el arreglo

Si, por que son muy serviciales y nos atienden de la mejor manera

Si, son amables y son muy cumplidos en la entrega

Si, me atienden muy bien, entregan los trabajos a tiempo y son de calidad

No es buena , es excelente, la sra Luisa es muy especial

Realmente buena, siempre lo reciben a uno de la mejor manera

si, es grata... siempre lo atienden de la mejor manera

Buena porque son muy atentos y trabajan excelente

¿Alguna vez estando en el Cantón Norte se ha dirigido a otro taller de costura ? ¿ Por que ?

8 respuestas

Si, por urgencia

No, siempre me he dirigido allá por la calidad y atención que manejan

Por el momento no ha sido necesario realizar arreglos en otros lugares

No la verdad siempre acudo allá, porque me queda cerca y me gusta el trabajo de la señora.

No, mas vale bueno conocido que malo por conocer

No, porque es el único taller de costura que presta este servicio

No, no lo veo necesario

No por el buen servicio

¿ Que aspectos del servicio podría mejorar del taller de costura ?

8 respuestas

Las formas de pago

La puntualidad debido a que en algunas ocasiones se demoran un poco con la entrega

Se podría mejorar los puntos, solo conozco uno

En cuanto al servicio considero que no se debe mejorar, de pronto como sugerencia tener otros puntos de atención en los diferentes batallones

Los medios de pago virtuales serian mas rapidos

Los tiempos en lo que a veces hacen entrega de las prendas y pago por medios virtuales

por el momento solo que puedan recibir pagos electrónicos

Ampliación del local

Anexos 2

- Tarjeta de presentación



- Membretes





March 11, 2021

FACTURA N° #00012

CP. VERA CEL: 31111111

BOGOTA D.C

DESCRIPTION	CANT	PRECIO	TOTAL
ATALAJADA CAMUFLADO	1	\$35.000	\$35.000
CUELLO DURO	1	\$20.000	\$20.000
PLANCHADO	1	\$20.000	\$20.000
TOTAL :			\$75.000
ABONO:			\$20.000
TOTAL PAGAR:			\$55.000

DORIS CAMARGO PEREZ

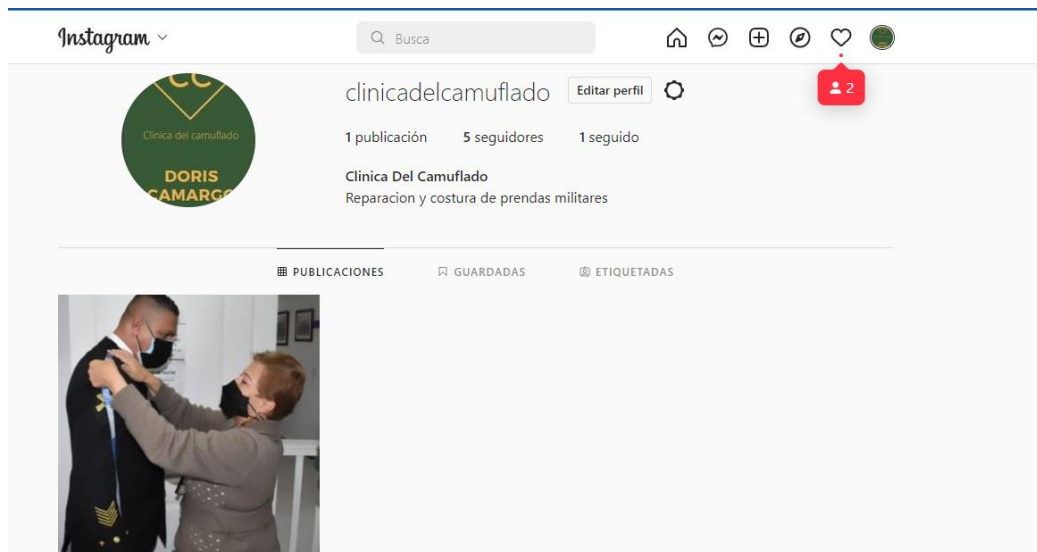
1943 Veltzi Drive Anchorage, AK
(907) 292-8463

NUMERO

3112231412

Anexo 3

Facebook



Anexo 4
Manual de funciones (Elaboración Propia)

Gerencia general

Codigo Version Pagina 1 de 1	FORMATO DE DESCRIPCION Y ANALISIS DEL CARGO					
I. IDENTIFICACION						
DENOMINACION DEL CARGO	Gerencia general					
NIVEL						
GRADO	Universitario					
DEPENDENCIA	Gerencia general					
N. DE CARGOS	13					
CARGOS QUE LE REPORTAN	13					
II PROPOSITO GERENAL						
Planeacion de actividades que se desarrollan dentro de la organizacion						
DESCRIPCION DE FUNCIONES				ORDINARI A	PERIODIC A	EVENTUA L
Garantizar y velar por el cumplimiento de los objetivos y metas planteados dentro del plan de acción de la empresa				x		
Definición y Planeamiento de políticas operativas de la empresa				x		
· Dirigir, controlar y garantizar el cumplimiento de las funciones administrativas de producción y comercialización de la organización.				x		
· Garantizar el buen uso de los recursos económicos presupuestados para la organización				x		
III ESCOLARIDAD						
No requiere	Tecnico	Tecnologo	Profesional	Posgrado	Maestria	Doctorado
			x			
IV CONOCIMIENTOS BASICO Y/O ESENCIALES						
conocimientos basicos en administracion de oganizaciones, porgamas ofimaticos, conocimientos en manejo del personal, habilidad analitica, excelentes capacidades comunicativas						
V EXPERIENCIA						

DIRECTA	DE 1 A 6 MESES					
	DE 7 A 12 MESES					
	DE 13 A 24 MESES					
	DE 25 A 36 MESES					
	MAS DE 36 MESES					
RELACIONADA	DE 1 A 6 MESES					
	DE 7 A 12 MESES					
	DE 13 A 24 MESES					
	DE 25 A 36 MESES					
	MAS DE 36 MESES					
OBSERVACIONES						
FECHA DE APLICACIÓN	DD	MM	AA			
	2	3	2022			
NOMBRE DE QUIEN APLICÓ	Doris Camargo perez					
CARGO QUE OCUPA	Gerente general					
NOMBRE DE QUIEN APROBO	Doris Camargo perez					
CARGO QUE OCUPA	Gerente general					

Recursos Humanos

Codigo Version Pagina 1 de 2	FORMATO DE DESCRIPCION Y ANALISIS DEL CARGO					
I. IDENTIFICACION						
DENOMINACION DEL CARGO	Recurso humanos					
NIVEL						
GRADO	Tecnologo					
DEPENDENCIA	Gerencia administrativa					
N. DE CARGOS	3					
CARGOS QUE LE REPORTAN	3					
II PROPOSITO GERENAL						
Planeacion de actividades que se desarrollan dentro de la organizacion						
DESCRIPCION DE FUNCIONES	ORDINARI A	PERIODIC A	EVENTUA L			
· Definir y ejecutar los planes y programas establecidos para administración del capital humano de la organización	x					
· Establecer ejecutar y controlar las pruebas de selección para el reclutamiento del talento humano para la empresa	x					
· Diseñar y ejecutar los planes de inducción, entrenamiento y reintroducción y mantener planes de mejora encaminados al clima laboral y productividad empresarial		x				
· Establecer y garantizar un plan de seguridad y salud en el trabajo.		x				
· Realizar el análisis de riesgos y formular un plan que permita mitigar la materialización de estos		x				
III ESCOLARIDAD						
No requiere	Técnico	Tecnólogo	Profesional	Posgrado	Maestría	Doctorado
		x				
IV CONOCIMIENTOS BASICO Y/O ESENCIALES						
Debe tener una gestión correcta del bienestar de los trabajadores, buenas aptitudes y capacidades para manejar un buen desarrollo del trabajo, inteligencia emocional, capacidad para resolver conflictos						

V EXPERIENCIA			
DIRECTA	DE 1 A 6 MESES		
	DE 7 A 12 MESES		
	DE 13 A 24 MESES		
	DE 25 A 36 MESES		
	MAS DE 36 MESES		
RELACIONADA	DE 1 A 6 MESES		
	DE 7 A 12 MESES		
	DE 13 A 24 MESES		
	DE 25 A 36 MESES		
	MAS DE 36 MESES		
OBSERVACIONES			
FECHA DE APLICACIÓN	DD	MM	AA
	2	3	2022
NOMBRE DE QUIEN APLICO	Doris Camargo perez		
CARGO QUE OCUPA	Gerente general		
NOMBRE DE QUIEN APROBO	Doris Camargo perez		
CARGO QUE OCUPA	Gerente general		

Finanzas y contabilidad

Codigo Version Pagina 1 de 2	FORMATO DE DESCRIPCION Y ANALISIS DEL CARGO		
I. IDENTIFICACION			
DENOMINACION DEL CARGO	Finanzas y contabilidad		
NIVEL			
GRADO	Tecnologo		
DEPENDENCIA	Gerencia administrativa		
N. DE CARGOS	2		
CARGOS QUE LE REPORTAN	2		
II PROPOSITO GERENAL			
Planeacion de actividades que se desarrollan dentro de la organizacion			
DESCRIPCION DE FUNCIONES	ORDINARI A	PERIODIC A	EVENTUA L

· Registrar todas las operaciones económicas de la empresa como son los ingresos y egresos garantizando que dichas operaciones se realicen de manera legal					x		
· Garantizar el control de inventarios de la empresa					x		
· Mantener la facturación al día				x			
· Promover o adoptar políticas planes y programas de administración del recurso de la organización tales como: físicos, financieros, tecnológicos y humanos					x		
· Asegurar el recaudo de pagos y cartera					x		
III ESCOLARIDAD							
No requiere	Tecnico	Tecnologo	Profesional	Posgrado	Maestria	Doctorado	
		x					
IV CONOCIMIENTOS BASICO Y/O ESENCIALES							
Integridad y valores eticos, Habilidad y conocimiento en contabiliudad financiera, adminiostracion del negocio, liderazgo y vision a largo plazo							
V EXPERIENCIA							
DIRECTA				DE 1 A 6 MESES			
				DE 7 A 12 MESES			
				DE 13 A 24 MESES			
				DE 25 A 36 MESES			
				MAS DE 36 MESES			
RELACIONADA				DE 1 A 6 MESES			
				DE 7 A 12 MESES			
				DE 13 A 24 MESES			
				DE 25 A 36 MESES			
				MAS DE 36 MESES			
OBSERVACIONES							
FECHA DE APLICACIÓN				DD	MM	AA	
				2	3	2022	
NOMBRE DE QUIEN APLICO				Doris Camargo perez			
CARGO QUE OCUPA				Gerente general			
NOMBRE DE QUIEN APROBO				Doris Camargo perez			
CARGO QUE OCUPA				Gerente general			

Corte, confección y planchado

Codigo Version Pagina 1 de 2		FORMATO DE DESCRIPCION Y ANALISIS DEL CARGO				
I. IDENTIFICACION						
DENOMINACION DEL CARGO		Confeccion, planchado y corte				
NIVEL						
GRADO						
DEPENDENCIA		Gerencia de produccion y servicios				
N. DE CARGOS		0				
CARGOS QUE LE REPORTAN		0				
II PROPOSITO GERENAL						
Realizar las actividades requeridas en corte confeccion y planchado						
DESCRIPCION DE FUNCIONES				ORDINARI A	PERIODIC A	EVENTUA L
· Realizar actividades de costuras				x		
· Confeccionar prendas y los ajustes requeridos en las prendas de uso militar				x		
· Clasificar, planchar y acomodar las prendas				x		
· Coser y adherir los distintivos y parches militares a las prendas de acuerdo con el reglamento establecido al ejercito nacional				x		
III ESCOLARIDAD						
No requiere	Tecnico	Tecnologo	Profesional	Posgrado	Maestria	Doctorado
x						
IV CONOCIMIENTOS BASICO Y/O ESENCIALES						
Conocimientos basicos en el manejo de maquina de bordado y maquina plana, conocimientos en cortes , manejo y conocimiento en saber planchar.						

V EXPERIENCIA			
DIRECTA	DE 1 A 6 MESES		
	DE 7 A 12 MESES		
	DE 13 A 24 MESES		
	DE 25 A 36 MESES		
	MAS DE 36 MESES		
RELACIONADA	DE 1 A 6 MESES		
	DE 7 A 12 MESES		
	DE 13 A 24 MESES		
	DE 25 A 36 MESES		
	MAS DE 36 MESES		
OBSERVACIONES			
FECHA DE APLICACIÓN	DD	MM	AA
	2	3	2022
NOMBRE DE QUIEN APLICO	Camila barreo		
CARGO QUE OCUPA	Corte confección y planchado		
NOMBRE DE QUIEN APROBO	Camila barrero		
CARGO QUE OCUPA	Corte confección y planchado		

Mercadeo

Codigo Version Pagina 1 de 2	FORMATO DE DESCRIPCION Y ANALISIS DEL CARGO		
I. IDENTIFICACION			
DENOMINACION DEL CARGO	Mercadeo		
NIVEL	Tecnico		
GRADO			
DEPENDENCIA	Gerencia comercial		
N. DE CARGOS	2		
CARGOS QUE LE REPORTAN	2		
II PROPOSITO GERENAL			
Realizar las actividades requeridas en corte confeccion y planchado			
DESCRIPCION DE FUNCIONES	ORDINARI A	PERIODIC A	EVENTUA L
· Investigación del mercado y la competencia	x		
· Responsable de la elaboración de convenios y alianzas estrategias		x	

· Responsable de la elaboración de convenios y alianzas estratégicas					x	
Manejo de redes sociales					x	
III ESCOLARIDAD						
No requiere	Técnico	Tecnológico	Profesional	Posgrado	Maestría	Doctorado
	x					
IV CONOCIMIENTOS BASICO Y/O ESENCIALES						
Ser analítico y creativo, tener facultades interpersonales y de comunicación, gran trabajo en equipo,						
V EXPERIENCIA						
DIRECTA				DE 1 A 6 MESES		
				DE 7 A 12 MESES		
				DE 13 A 24 MESES		
				DE 25 A 36 MESES		
				MAS DE 36 MESES		
RELACIONADA				DE 1 A 6 MESES		
				DE 7 A 12 MESES		
				DE 13 A 24 MESES		
				DE 25 A 36 MESES		
				MAS DE 36 MESES		
OBSERVACIONES						
FECHA DE APLICACIÓN				DD	MM	AA
				5	11	2022
NOMBRE DE QUIEN APLICÓ						
CARGO QUE OCUPA				Mercadeo		
NOMBRE DE QUIEN APROBO						
CARGO QUE OCUPA				Mercadeo		

Ventas

Codigo Version Pagina 1 de 2	FORMATO DE DESCRIPCION Y ANALISIS DEL CARGO
I. IDENTIFICACION	

DENOMINACION DEL CARGO				Mercadeo		
NIVEL				Tecnico		
GRADO						
DEPENDENCIA				Gerencia comercial		
N. DE CARGOS						
CARGOS QUE LE REPORTAN				0		
II PROPOSITO GERENAL						
Gestionar las ventas y promociones de las organizacion						
DESCRIPCION DE FUNCIONES				ORDINARI A	PERIODIC A	EVENTUA L
· Planificación de los planes y programas orientados a la comercialización y ventas de los bienes y servicios ofrecidos por la empresa				x		
Garantizar la atención oportuna y eficaz del cliente externo garantizando su satisfacción					x	
· Establecer políticas promocionales para obtener una mayor captación de clientes					x	
Apertura nuevos espacios de mercado					x	
III ESCOLARIDAD						
No requiere	Tecnico	Tecnolog	Profesiona	Posgrado	Maestria	Doctorado
	o	o	l			
	x					
IV CONOCIMIENTOS BASICO Y/O ESENCIALES						
facultades para la comunicacion relaciones interperdonales, naturalidad para las ventas, habilidad para el manejo de los clientes						
V EXPERIENCIA						
DIRECTA				DE 1 A 6 MESES		
				DE 7 A 12 MESES		
				DE 13 A 24 MESES		
				DE 25 A 36 MESES		
				MAS DE 36 MESES		
RELACIONADA				DE 1 A 6 MESES		
				DE 7 A 12 MESES		
				DE 13 A 24 MESES		
				DE 25 A 36 MESES		

	MAS DE 36 MESES				
OBSERVACIONES					
FECHA DE APLICACIÓN	DD	MM	AA		
	5	11	2022		
NOMBRE DE QUIEN APLICÓ					
CARGO QUE OCUPA	Mercadeo				
NOMBRE DE QUIEN APROBO					
CARGO QUE OCUPA	Mercadeo				

