

Plan estratégico de la empresa cacharrería central

Francisco Javier Olaya castro

Unidad central del valle del cauca

Tuluá valle del cauca

Plan estratégico de la empresa cacharrería central

Francisco Javier Olaya castro

Facultad de ciencias administrativas y económicas, unidad central del valle

Profesor, Eneis Jaramillo

Trabajo de grado para optar al título de contador publico

Unidad central del valle del cauca

Tuluá valle del cauca

2022

Nota de aceptación

Jurado 1

Jurado 2

Tabla de contenido

Palabras claves:.....	5
Glosario.....	6
Resumen.....	7
Abstract.....	8
Introducción.....	9
Planteamiento del problema.....	10
Justificación.....	13
Objetivos.....	14
Marco teórico.....	15
Marco conceptual.....	17
Marco legal.....	19
Marco de antecedentes.....	20
Metodología.....	23
Matriz Foda.....	78
Conclusiones:.....	79
Bibliografía.....	82

Palabras claves:

Plan estratégico, generación de valor, ventaja competitiva, recursos financieros, toma de decisiones, políticas contables.

.

Glosario

Plan estratégico: proceso mediante el cual una organización define su visión, misión, objetivos y estrategias, sobre la base de un análisis de su entorno, directo e indirecto, con la participación del personal de todos los niveles de dicha organización

Generación de valor: Generar valor es el método a través del cual una compañía acrecienta sus utilidades en un período de tiempo; tiene que ver con la imagen pública de la empresa, la percepción que los consumidores tienen de la misma y la efectividad de sus productos y servicios.

Ventaja competitiva: Una ventaja competitiva es cualquier característica de una empresa, país o persona que la diferencia de otras colocándole en una posición relativa superior para competir. Es decir, cualquier atributo que la haga más competitiva que las demás.

Recursos financieros: Los recursos financieros son aquellos activos que tienen algún grado de liquidez. Por tanto, desde una vertiente económica sería aquellos relacionados con el efectivo y sus equivalentes líquidos.

Toma de decisiones: La toma de decisiones es el proceso en el cual un individuo o grupo de individuos deben elegir entre varias opciones. Este proceso se activa cuando hay que resolver un conflicto o situación que requiere de una acción concreta

Políticas económicas: La política económica comprende todas las medidas y decisiones que se deben llevar a cabo para configurar el orden económico de un país

Resumen

Por lo cual debemos tener en cuenta que las empresas que quieran sobrevivir en el mercado deben crear nuevas estrategias que le permita sobresalir en el mercado frente a las otras por lo cual llevar a cabo una brújula que le permita tener un rumbo y no ser un barco a la deriva que no sabe de dónde viene ni a donde va

Abstract

Therefore, we must bear in mind that companies that want to survive in the market must create new strategies that allow them to stand out in the market against the others, so carry out a compass that allows them to have a course and not be a ship. adrift that does not know where it comes from or where it is going.

Introducción

Debido a la turbulencia que presenta en el entorno las empresas se ven obligadas a sobrevivir en este dicho ambiente lo cual se ven obligadas a crear una estrategia que les permita tener un sostenimiento y sobrevivir en el mercado, solamente podrán lograrlo por medio del análisis del entorno tanto externo como interno en los cuales hay una influencia muy grande respecto a los cambios que presenta el entorno como la inflación los cambios políticos la globalización los tratados de libre comercio entre otros. Por lo cual debemos tener en cuenta que las empresas que quieran sobrevivir en el mercado deben crear nuevas estrategias que le permita sobresalir en el mercado frente a las otras por lo cual llevar a cabo una brújula que le permita tener un rumbo y no ser un barco a la deriva que no sabe de dónde viene ni a donde va.

Planteamiento del problema

La empresa cacharrería central y listo sa fue fundada en el municipio de Tuluá en año de 1970 y se dedica a la comercialización de textiles de alta calidad, Según el informe financiero al 31 de diciembre de 2020 presentado por la contadora al representante legal, se manifestó que la empresa, necesita con urgencia la implementación de un plan estratégico que le permita fortalecer su capacidad competitiva en el mercado debido a que se debe tener en cuenta que las decisiones que se quieran tomar a largo plazo se debe tener en cuenta en base al objetivo básico financiero que va mucho más allá de obtener rentabilidad lo que se dice pensar fuera de caja y a la vez tener en cuenta que con las herramientas de planeación idóneas en el proceso de la generación de valor ayudaran al cumplimiento de la meta integradamente en todas las áreas de la empresa beneficiando todo el sistema, y tener en cuenta que la globalización ha obligado de una manera intensiva a generar nuevas estrategias para la generación de valor de la misma.

De acuerdo a lo anterior si tiene dirección estratégica, es aplicada empíricamente en cuanto el dueño que es la cabeza invisible de la empresa, se soportan en los 50 años que tiene la empresa en el municipio de Tuluá valle, logrando salir airosa de las diferentes crisis económicas que ha vivido el país como: En 1989 vivimos la crisis del café, la terminación del pacto cafetero llevó a la crisis de las exportaciones en Colombia, En 1992 se presentó la crisis del Agro con motivo de la apertura liberal, para esa ocasión la producción nacional agropecuaria bajo 2.3%. En 1998 se presentó la crisis de La Casa en el Aire, con esta crisis se vio obligado a fortalecer el sistema financiero colombiano a través de la creación del 2 x 1.000 (que era pasajero, no olvidemos que ya vamos en 4 x 1.000). En 1999 el PIB tuvo una caída del 4,5%, el Gobierno se vio en la obligación de intervenir el sistema financiero a través de la compra de diversas entidades financieras. En el año

2002 se presentó la crisis de los TES, en el 2006 la crisis de las pirámides que obligó al gobierno a declarar estado de excepción de emergencia social, en el 2012 sufrimos la crisis de Interbolsa, la entonces firma más grande de valores de Colombia, crisis que estuvo a punto de colapso el sistema de inversión en el mercado de capitales, en el 2015 la caída de los precios internacionales del crudo a nivel internacional, la cual fue bien controlada por ECOPETROL a través de medidas muy fuertes en recorte de gastos, lo cual a su vez produjo una crisis social en la zona de los llanos orientales. Para este 2019 preocupa fuertemente la crisis del sistema pensional y el café, no olvidemos que cerca de 500.000 familias viven de este producto en el país y añadiendo que logro superar la crisis del covid 19 la falta de dirección empatía en el área de recursos humanos y falta de conocimiento del entorno externo en esta empresa, la hace menos competitiva en el mercado, perdiendo clientes, ingresos, e imagen corporativa en el sector textil.

Y ha contado con buenos recursos financieros ya que ha sabido tomar buenas decisiones de financiamiento en las entidades financieras las cuales les han proporcionado esta fuente de financiación por el buen nombre. Siempre basada en la línea comercial está centrándose en aspecto bastantes importantes como la rentabilidad y liquidez y ha buscado que los recursos sean lucrativos y líquidos al mismo tiempo, pero no se ha enfocado en las estrategias comerciales.

La consecuencia de no enfocar las estrategias es que la empresa no está trazando los objetivos a largo plazo, que va enfocado a la generación de valor a diferencia de la rentabilidad que es un objetivo a corto plazo. Y esto da como consecuencia que la empresa no pueda cumplir el objetivo básico financiero que va mucho más profundo que maximizar sus utilidades algunos se preguntan

sobre la gravedad de no tener estrategias porque bajo su juicio profesional saben que es prioritario para una empresa la maximización de valor empresarial.

Muy necesaria y es clave para la planeación estratégica y para la toma de decisiones y evaluación éxito y desempeño de la empresa

La información de los profesionales en el área generalmente se refiere al número de empresas que cada día destruyen valor pero no tienen referencia sobre el número de cataclismo que la falta de estrategias ha generado dichos factores financieros y estratégicos son importantes para analizar en este momento histórico.

La presente investigación desea aplicar la generación de valor por medio de técnicas de dirección estratégicas y financieras la generación de valor para la empresa comercial cacharrería central y listo.

¿Qué elementos se deben tener en cuenta para la construcción del plan estratégico de la cacharrería central y lista?

- Que la empresa sea retroactiva
- Que la empresa responsa al presente y que sea un negocio en marcha
- Se debe tener en cuenta la situación, la política empresarial, el tiempo y el espacio
- Se debe tener en cuenta la estrategia y prospectiva para analizar las variables internas y externas, así como la respuesta al futuro.

Justificación

Este proyecto enriquece el conocimiento de quienes están interesados en conocer las problemáticas generadas en las empresas pymes dentro de la parte estratégica del mercado de los textiles; en el contexto integral tiene importancia por la aplicabilidad y funcionabilidad en la empresa que se lleva a cabo la investigación, así como el resultado en el proceso académico en la universidad.

Importancia del proyecto para la empresa

(Acero, 2016) El modelo a utilizar en este proyecto tiene como objetivo tener una visión muy clara de lo que se necesita organizar. Bajo un plan que se trace, de manera que la empresa tenga unas probabilidades más altas de lograr sus metas o de saber cuándo o dónde está desviando su camino. La planeación estratégica brinda la claridad sobre lo que se quiere lograr y como se debe conseguir.

Importancia del proyecto los empresarios

Este modelo permite a los empresarios trabajar de una manera concreta, aplicar y evaluar un porcentaje del conocimiento teórico adquirido durante toda la carrera, fue idóneo implementar todas las bases sobre la información referente al tema, apoyada en libros, bibliografías, además referentes al modelo aplicado. Esta aplicación es un aporte al importante al conocimiento propio, y una oportunidad para el futuro de las empresas que quieran generar su valor empresarial.

Objetivos

Objetivo general: realizar el plan estratégico a la empresa cacharrería central y listo

Objetivos específicos

- Realizar la caracterización del sector comercio del textil en Tuluá y realizar análisis del entorno externo general y específico de la empresa.
- Realizar un diagnóstico interno a la empresa utilizando diferentes matrices que muestren la realidad de la empresa
- Formular el plan estratégico y plan de acción a 5 años.

Marco teórico

Como fundamento base para la investigación de este proyecto fue necesario definir que es el direccionamiento estratégico por medio de fuentes secundarias. Según el libro dirección estratégica (Acero, 2016), es el arte y la ciencia de poner en práctica y desarrollar todos los potenciales de una empresa con el fin de asegurar la supervivencia a largo plazo, y mejorar su competitividad, eficacia, eficiencia y productividad.

Para evidenciar y comprobar lo anterior, se adoptó el conocimiento de autores como D Hampton, Scott, Henry Fayol, George R Terry, Russell I Ackoff, T.S bateman y S.A (scott, 2013) Snell.

Según (Hampton, 1989), la planeación es un proceso que atañe a todos; es decir, a las personas individuales y a las organizaciones. Es una toma de decisiones, pero una clase especial de toma de decisiones, puesto que la toma de decisiones no siempre equivale a la planeación.

Según (scott, 2013), dice que “la formulación de las políticas económicas tiene una similitud con la planeación estratégica, pues esta se ocupa de la administración de una organización y las políticas de administración de la economía de un país” fundamental para la toma de decisiones organizacionales.

Según (fayol, 1916), define la planeación como calcular el porvenir y prepararlo

Según (Terry, 1976), la planeación es la selección y relación de hechos, así como la formulación y uso de suposiciones respecto al futuro en la visualización y formulación de las actividades propuestas que se crean necesarias para alcanzar los resultados deseados.

Según (Rosensweig, 1987(1979)), la planeación es el proceso de decidir de antemano que se hará y de qué manera.

Según (Ackoff, 1997), es un proceso que supone la elaboración y la evaluación de cada parte de un conjunto interrelacionado de decisiones antes de iniciar una acción, en una situación en donde se crea que a menos se emprenda tal acción, en una situación, no es probable el estado futuro que se desea y, si se adopta la acción apropiada, aumentara la probabilidad de obtener un resultado favorable.

Según (snell, 2005(1990); snell, 2005(1990)) la planeación estratégica es un proceso de toma de decisiones, los pasos importantes que se siguen durante la planeación formal se asemejan a los pasos básicos para la toma de decisiones.

Marco conceptual

Planeación estratégica:

A partir del estudio acerca del concepto de planeación estratégica, el investigador del proyecto de la unidad central del valle del cauca, hace un análisis en diversas definiciones que desde la historia y la pedagogía se han dado y en la cual se refieren a algunas características:

Al definirse como área de estudio, trata de abarcar muchas otras que están implícitas o relacionadas a la parte administrativa, como la dirección estratégica, la administración de la calidad, las finanzas. La pedagogía se plantea con cuidado de no soslayar áreas y disciplinas relacionadas.

En este manejo conceptual, que a lo largo de la historia de la planeación estratégica da como resultado una especie de definición que más que esto no se quiere herir a quienes se han aventurado en tal gestión y a la vez quiere decirse muchas cosas de varios aspectos.

El investigador, apuesta desde su interés comprender y aportar si es del caso al debate de una forma más pedagógica la siguiente explicación en aras de conceptualizar la planeación estratégica, no solo para el propio entendimiento, sino para un parámetro de discusión con el cual se tenga mayor claridad.

- **Explicación del concepto de planeación estratégica**

En primera estancia debe entenderse que la planeación estratégica debe entenderse como una ciencia y no como una actividad o disciplina. Aunque según (scott a. , 2013) defiende su posición como una actividad. Mientras que según (acero, 2016) la argumenta como un esfuerzo sistemático, se entiende entonces como una aplicación pedagógica y didáctica.

La siguiente hipótesis que se debe tener en cuenta es que la planeación estratégica se refiere a la administración, en un contexto general en la que todos tienen ilación y que toma relevancia en la medida en que es una coordinada formadora que toma el conocimiento del aprendizaje y lo lleva a la acción en las empresas.

Otra dirección crucial que es captada en la construcción del concepto, es la preocupación tan sobresaliente por el futuro de la empresa, entendida como dice (Acero, 2016) que la planeación estratégica tiene como objeto orientar la empresa a establecer unos propósitos básicos que a través de unos planes detallados permiten la implantación de objetivos y estrategias que logren el cumplimiento de dichos propósitos, también en este sentido se debe entender que en el aspecto administrativo es influyente es el estado integral de la empresa, pues es un órgano que tiene varias áreas de influencia trabajando como subsistemas centradas en pos de un solo objeto social y que cada una representa una participación para la misma.

Marco legal

La presente investigación está enmarcada dentro de la norma de normas la constitución política de Colombia dentro del artículo 333 que dice lo siguiente: *La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, son autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.* Decretada por las leyes de Colombia, la cual se dicta disposiciones para el fomento de la libertad en la creación de empresas y el emprendimiento, el aprovechamiento del tiempo libre, también se han creado entidades sin ánimo de lucro que apoyan estos fines.

También el presidente Iván duque sanciono la ley 2069 de 31 de diciembre de 2020 Por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia”, cuyo objeto es “establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas que contribuyan al mejoramiento de la capacidad económica del país al aumento del pib de manera que estas actividades son justificadas dentro de la normatividad colombiana, la cual garantiza su total vigilancia generando que se esté gozando de los derechos, acatando las responsabilidades que se despliegan en la norma para un mejoramiento económico.

Marco de antecedentes

Tabla de antecedentes				
título	Tipo de estudio	Población o muestra	conclusión	referencia
diseño de plan estratégico 2019 2024 para la empresa servisuministros e.s.t. Ltda. de la ciudad de Cúcuta, norte de Santander	empírico analítico y descriptivo	La población objeto de estudio corresponde a la empresa Serví Suministros E.S.T. LTDA de La ciudad de Cúcuta, Norte de Santander. Por lo tanto, la muestra del estudio corresponde a la misma población porque en ella se realizará el instrumento de recolección de datos para poder realizar la planeación estratégica	Las organizaciones cada día están inmersas en un entorno donde el cambio es permanente, que les empuja a mejorar su competitividad y productividad para Ofrecer mejores bienes o servicios a los clientes acorde a sus necesidades.	(fredery, 2018)
Diseño de un plan estratégico para la empresa consultores sa	empírico analítico y descriptivo	28852 ips y profesionales y de muestra 380 ips se distribuye según la participación de cada ciudad	En el mercado actual existen muchos modelos de estrategia, bajo los cuales las empresas piensan fuera de caja y van más allá de los límites internos de la organización y donde la cooperación con los stakeholders para a tener un papel fundamental, así las nuevas estrategias apoyan el combinar externo con el interno de la organización para sacar adelante las estrategias, en la que se rompen paradigmas entre los empresitos.	(carlos, 2015)

Tabla de antecedentes				
título	Tipo de estudio	Población o muestra	conclusión	referencia
Propuesta del plan estratégico para la empresa inversiones Ltda. en el municipio de Tuluá en el periodo 2001-2003	empírico analítico y descriptivo	En el desarrollo del trabajo se utilizaron bastantes herramientas investigativas como reuniones observaciones y encuestas a nivel interno como externo lo cual permitió analizar las estrategias	en el actual tiempo de turbulencia en que se encuentran las organizaciones genera la necesidad de implantar mecanismos para conducir de una manera prudente y realista para las compañías , por eso se necesita la ayuda de la planeación estratégica, con las cuales se pueden tomar decisiones más acertadas con el propósito de poderse anticipar y prepararse para el futuro	(vasquez alvarez cesar agosto, 2000)
Diseño de un plan estratégico general a la empresa inversiones los olivos Ltda. en Tuluá valle del cauca	empírico analítico y descriptivo	En el diseño del plan estratégico se utilizaron herramientas como revistas encuestas reuniones con los miembros de la organización, la observación directa y la recolectada a través de fuentes escritas como documentos textos revistas periódicos y otras empresas del sector	las condiciones de un mundo altamente cambiante y cada vez más competitivo exigen que aquellas organizaciones que quieran permanecer vigentes, busquen alternativas que les permitan contar con una brújula para mejorar el nivel competitivo a través del aprovechamiento oportuno diferentes oportunidades que ofrece el medio y el anticiparse a estos factores implica un desarrollo, por esta razón la planeación estratégica juega un papel importante como medios para obtener proyectos y estrategias que le permitirán permanecer en el mercado	(uridinola arroyave carlos andres, 2001)

Tabla de antecedentes				
título	Tipo de estudio	Población o muestra	conclusión	referencia
<p>propuesta de un plan estratégico para la empresa fundelec Ltda. para afrontar el impacto del tlc entre Colombia y estados unidos</p>	<p>empírico analítico y descriptivo</p>	<p>El trabajo de investigación se realiza tipo estudio de caso, dado que se realizará en la empresa Fundelec Ltda., cuya finalidad es la de diseñar una propuesta de un Plan Estratégico que permita a la empresa afrontar y aprovechar el TLC entre Colombia y EE.UU.</p>	<p>Las organizaciones cada día están inmersas en un entorno donde el cambio es permanente, que les empuja a mejorar su competitividad y productividad para Ofrecer mejores bienes o servicios a los clientes acorde a sus necesidades.</p>	<p>(bustos bedoya marcela yuli, 2013)</p>
<p>plan estratégico para la empresa serviexpress dedicada al servicio técnico automotriz en la ciudad de Guayaquil"</p>	<p>Investigación Cuantitativa</p>	<p>expresa que no hace falta hacer un muestreo cuando la población es conocida y se puede identificar a cada uno de sus integrantes, cuando la población es integrada y además es accesible, es decir ubica a todos sus miembros de modo que puede ser abarcada en el tiempo y con los recursos del investigador</p>	<p>El sector automotriz en el ecuador es uno de los principales sectores productivos del país, Debido al volumen de ingresos que genera. Así mismo es considerado uno de los sectores que más aporta en concepto de Impuesto a la Renta, debido al aporte significativo en la Generación de empleo. Por otra parte cabe recalcar que los vehículos de maquinarias pesadas son fundamentales para el comercio, la agricultura, la construcción y para otras actividades Económicas en general.</p>	<p>(loza, 2017)</p>

Metodología

Tipo de estudio: es un estudio descriptivo puesto que se medirá la generación de valor de un ente económico.

Aspectos generales: se aplicara la metodología del docente Héctor Daniel Lerma Gonzales para el desarrollo de la investigación.

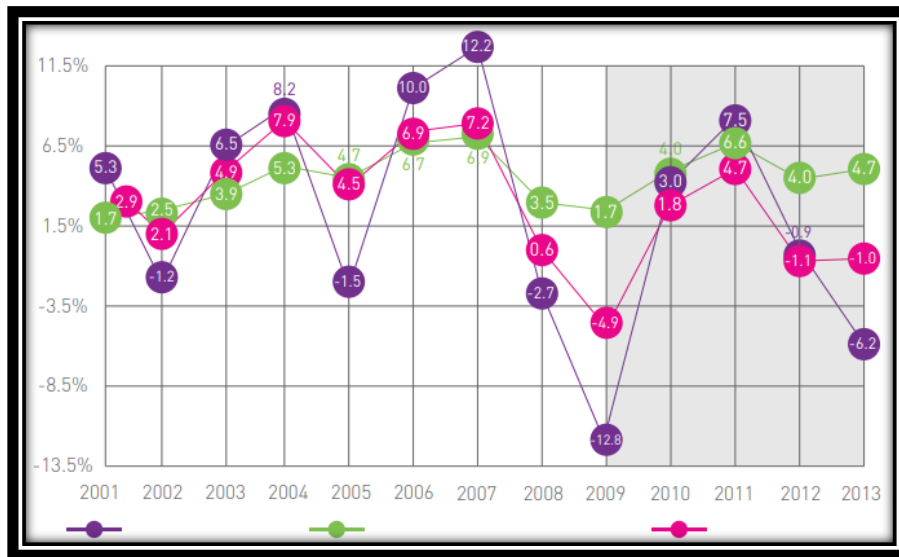
Desarrollo de la investigación: se va a indagar en la trayectoria que ha tenido el mercado de los textiles para la realización técnica de un plan estratégico en los últimos 5 años de vida de la empresa cacharrería central y listo.

**Objetivo 1 Realizar la caracterización del sector comercio del textil en Tuluá
y realizar análisis del entorno externo general y específico de la empresa.**

Comportamiento del sector textil en los años 2015-2020

Para los últimos 13 años, el desempeño económico se puede describir en dos fases, para el período 2001-2006, la tasa promedio de crecimiento del sector textil-confección fue de 4,6%, comportamiento por encima de la economía colombiana (4,1%). Sin embargo, para los años posteriores 2007-2013 el desempeño del sector no ha sido alentador debido a diferentes factores externos como la crisis económica y financiera a nivel mundial. La cual afectó, en mayor medida a países desarrollados, dejando efectos negativos en las economías emergentes como la colombiana. Adicionalmente, se debe tener en cuenta la recomposición de la producción económica del país, donde los bienes primario extractivos no renovables (comoditos) cada vez han cobrado mayor relevancia en la economía nacional, en detrimento de sectores con potencial de generación de mayor valor agregado y empleo. La tasa de crecimiento del PIB del sector textil-confección durante la última década ha presentado una mayor volatilidad frente a la tasa de crecimiento de la economía en general y la tasa de crecimiento del sector manufacturero. Mostrando para el sector un ciclo de recuperación, auge, desaceleración y crisis que dura en promedio cuatro años. Donde se destaca su gran capacidad de recuperación luego de afrontar fases de recesión o bajo dinamismo económico. Situación que se ve reflejada en el período 2009-2011, donde el sector paso de tener un crecimiento negativo de -12,8% a crecer a una tasa de 7,5%, resultados muy por encima de la economía nacional (6,6%) y del sector manufacturero en su conjunto (4,7%). (dane, 2007-2013)

I crecimiento pib del textil (confección) vs pib textil



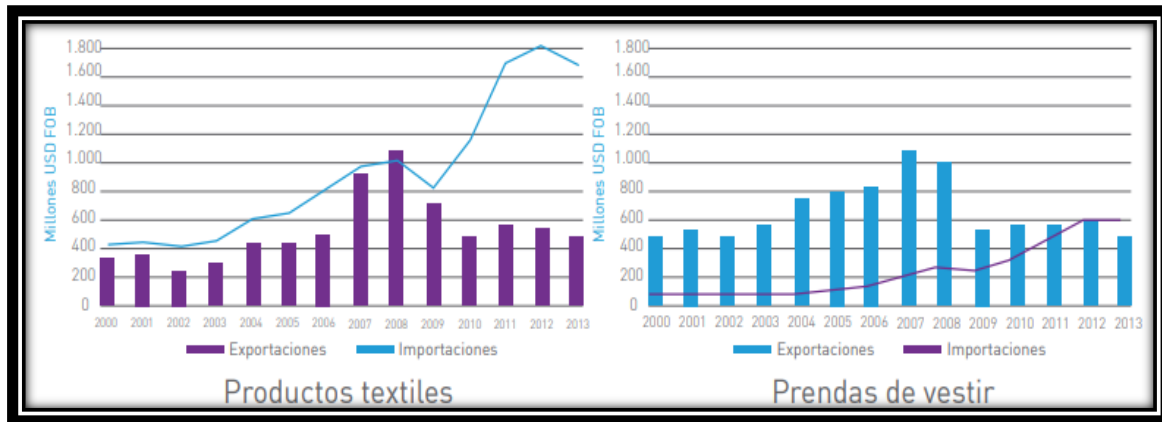
(dane, 2007-2013)

En los últimos trece años (2001-2013), dentro del sector textil confección, el subsector que en promedio ha jalonado el crecimiento del sector es la fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo y prendas de vestir, con un crecimiento promedio de 3,4%, en comparación con el total del sector que fue de 2,3%, y que representa en promedio una participación del 71.7% del valor agregado en el sector textil-confecciones en los años de análisis. Por otra parte, el subsector que más bajo dinamismo mostró fue el de preparación e hilaturas; tejedura de productos textiles con una tasa de crecimiento promedio de -2,3% entre 2000-2013 debido en gran medida al auge importador de insumos, fibras e hilos. (dane, 2007-2013).

Comercio internacional y acuerdos

El sector presentó en promedio una tasa de crecimiento del 4.85% para el comercio internacional en los últimos doce años. La tasa de crecimiento promedio para las exportaciones en el periodo 2001 – 2013 fue de 4,33% mientras que la de las importaciones fue de 12.63%. Esta situación se ve explicada por los cambios de comportamiento del comercio internacional de productos textiles, donde las importaciones de las prendas de vestir han venido ganando cada vez más terreno con respecto a las exportaciones y en los últimos tres años se han posicionado muy por encima de las mismas. (Ver Gráfico 2). En el contexto internacional los productos chinos en el año 2012 representan cerca del 26,8 de las exportaciones mundiales de textiles y el 35,8% de la confección esto gracias a los bajos precios, mano de obra barata y el uso de tecnología avanzada que permiten la producción a gran escala en menor tiempo. El desempeño del sector en el contexto internacional dependerá del mejoramiento de las políticas contra la competencia desleal y el contrabando, la reducción en el nivel de los precios internacionales, la variedad en la oferta de los productos ofrecidos, el mantenimiento de calidad de los productos y la reducción de los tiempos de entrega. Los productos que han jalonado positivamente las exportaciones son las confecciones, las cuales representaron el 50% del total exportado por el sector a finales de 2013. Los subsectores con mayor crecimiento en exportaciones son vestidos de baño (119%), ropa de control (27%), confecciones (8.7%) y manufacturas de cuero (10.5%). Por el lado de las importaciones, estas son impulsadas por productos textiles sintéticos y de alta calidad necesarias para abastecer la demanda interna y externa, destacándose China e India como los principales países de origen. (dane, 2007-2013)

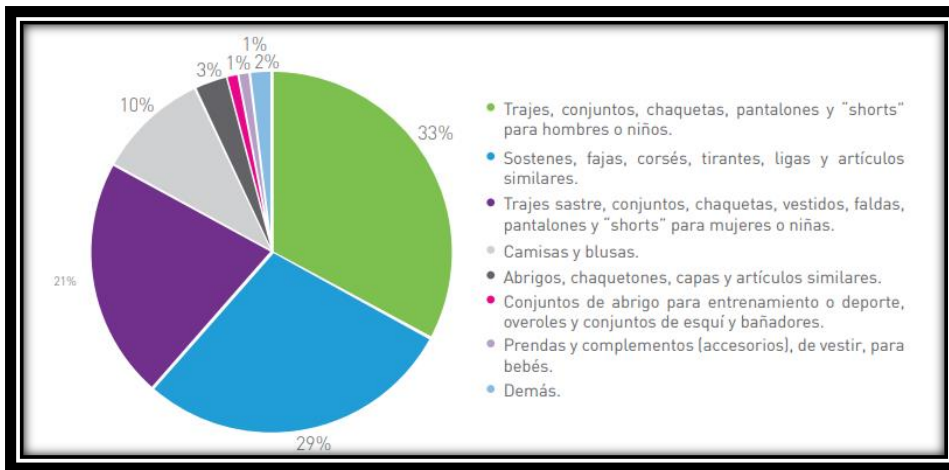
2 comportamiento del comercio exterior de las prendas de vestir y el sector textil



(dane, 2007-2013)

Según cifras del DANE la cadena textil-confección exportó en el año 2013 cerca del 38.7% del PIB del sector, presentando una disminución del 13% con respecto al año inmediatamente anterior. De este valor, el 19% corresponde a fibras e hilos, el 16% a tejidos y similares, y el 65% a prendas de vestir y otros artículos textiles. El 33% de las exportaciones de confecciones, están concentradas en trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones y shorts para niños y hombres (excepto de punto), seguido por sostenes, fajas, corsés, tirantes, ligas y artículos similares con el 28%. (dane, 2007-2013).

3 exportaciones principales



(dane, 2007-2013)

De igual forma para el año 2013, Colombia importó cerca de 2.073 millones de dólares FOB en productos de la cadena, el 71% correspondió a materias primas en forma de fibras e hilos. Lo que evidencia que en el país las exportaciones se concentran en los eslabones finales de la cadena, prendas de vestir y otras confecciones, mientras las importaciones se concentran en los eslabones iniciales de insumos, fibras e hilos. Con el fin de mejorar la situación comercial y brindar mayores oportunidades al sector textil-confección, el país avanza en su integración comercial con el mundo a través de la firma de acuerdos comerciales, que les permitirán a los empresarios colombianos el acceso a más de 556,3 millones de nuevos consumidores en 30 países. Buscando garantizar preferencias de largo plazo para productos como ropa interior femenina, confecciones para el hogar y moda en general. Las acciones de fortalecimiento de la industria nacional, la desgravación inmediata para todas las mercancías del ámbito textil-confecciones, la existencia de salvaguardias

y la cooperación entre las partes para prevenir ilícitos aduaneros respaldan los avances alcanzados con los tratados vigentes y las negociaciones de futuros.

El sector textil suma su decimotercer mes consecutivo de crecimiento tras el cierre de septiembre. La industria alcanzó un aumento del 2,4% en el noveno mes del año, según los datos aportados por el Barómetro Acotex, la patronal del sector.

En septiembre el ritmo de crecimiento que llevaba el sector durante este año se ha frenado y supone la segunda menor subida de lo que va de año, solo por encima de julio. Sin embargo, la buena evolución del año, con todos los meses en positivo, ha provocado que el crecimiento acumulado de la industria sea del 4,82%, gracias a impulsos como el de febrero, el mejor mes del ejercicio con el 7,3% de mejora. Esta cifra supone una mejora de casi un punto sobre las previsiones de Acotex, que eran del 4%. Sin embargo, la patronal sigue remitiéndose a dicha cifra para el cierre del año.

La organización empresarial apuntó ayer que las cifras de septiembre son “un dato positivo en el inicio de la temporada de invierno”. El presidente de Acotex, Eduardo Zamácola, afirmó que “seguir en esta línea positiva de incremento de ventas confirma claramente el cambio de tendencia”.

El pasado año fue el primero, desde el comienzo de la crisis, en que el sector vivió un incremento de las ventas. “Hay una recuperación del consumo en nuestro país”, aseguró Zamácola. Sin embargo, el directivo apuntó que todavía “nos queda un camino muy largo por recorrer y recuperar las ventas perdidas”.

No en vano, el sector ha acumulado siete años con caídas por encima del 1,4%, siendo 2008 (-11%), 2009 (-6,5%) y 2012 (-5%) los años más complicados para el textil en España. En 2014, el crecimiento fue del 2,20%, cerrando el año con 16.473 millones de euros. Esta cifra estaba muy lejos de 2006, e mejor año desde que se registran los datos, con una facturación de 22.460 millones.

Acotex apuntó tras el final de las rebajas, que supusieron un avance del 4,6% en agosto, que, para cumplir con las previsiones, es “muy importante” mantener una “buena comunicación directa” con los clientes por parte de las empresas. A ello, la organización empresarial añadió que es necesario continuar con el incremento del canal online y las nuevas tecnologías. La patronal textil apuntó entonces que se prevé “un invierno positivo”. (pais, 2015)

El 2016 fue un año difícil para la industria textil: incertidumbre política, inestabilidad financiera y por sobre todo la volatilidad de la divisa americana, que causó un desvío en el abastecimiento empresarial, volcando hacia el consumo local.

El final de 2016 para la industria textil y de las confecciones, al igual que para otros sectores, estuvo marcado por los efectos del paro camionero que tuvo lugar entre junio y julio. También por la incertidumbre que generaron el desenlace de los diálogos de paz con las Farc y la discusión de la reforma tributaria, finalmente aprobada en los últimos días de diciembre.

Por su parte, las cifras de Raddar son alentadoras, contrarias a los resultados de las encuestas de Fenalco y el Dane. Según la firma de censos y estudios de comercio, el sector de textil y moda en

Colombia cerró el 2016 con ventas por \$13.054 billones de pesos. Adicionalmente, los datos de la encuesta de moda revelaron que el gasto per cápita en prendas de vestir promedio país se incrementó en 4.68%, llegando a \$268.237 pesos anuales, siendo Bogotá la ciudad de mayor gasto y Montería la de menor.



(dane, 2016, Un Año de Incertidumbres para el Sector Textil, 2016)

Pese a los esfuerzos, los textiles siguen siendo el producto que más se trata de ingresar al país sin cumplir con los requisitos aduaneros y tributarios, además de ser el de las mayores aprehensiones de mercancías. Solo en 2016, los decomisos de este sector sumaron \$62.905 millones, causando un fuerte impacto a esta industria, si se tiene en cuenta que, según la Cámara de Algodón Textiles y Confecciones de la Andi, el contrabando de textiles pesó 13% del PIB del sector y cerca de 5% del consumo en 2015. Por su parte, como preocupante calificó el panorama para el sector textil este año la directora de Plataformas Comerciales de Inexmoda, Clara Henríquez, “este año para nosotros tiene una nube de incertidumbres en cuanto a la reforma tributaria, el panorama macroeconómico complejo; los mercados ya no tienen la claridad que había hace unos meses

Hay que esperar que las cosas se empiecen a estabilizar para que los empresarios empiecen a tomar sus decisiones estratégicas”. (sectorial, 2016)

El 2016 fue un año muy duro para la industria textil: incertidumbre política, inestabilidad financiera y la volatilidad del dólar, que causó un desvío en el abastecimiento empresarial, volcando a los empresarios hacia el consumo local.

El 2017 se anuncia un poco menos complicado, pero con algunos grandes retos.

Dentro de las preocupaciones de los industriales para este año, el primer rubro en la lista es evidentemente la reforma tributaria y el alza del IVA, pues junto con la inflación país, el aumento en los precios de las prendas textiles para este año oscilará a partir de febrero entre +10% y +15%, encareciendo de sobremanera el comercio que ya cuenta con precios elevados.

Además del riesgo de la baja en el consumo local por el alza en los precios, se encuentra el nerviosismo latente por el nuevo gobierno americano que si bien puede resultar benéfico para Colombia, podría también mermar sus importaciones cafeteras, que hoy por hoy representan el 34% del total de las ventas externas del textil nacional con más de \$200 millones de dólares,

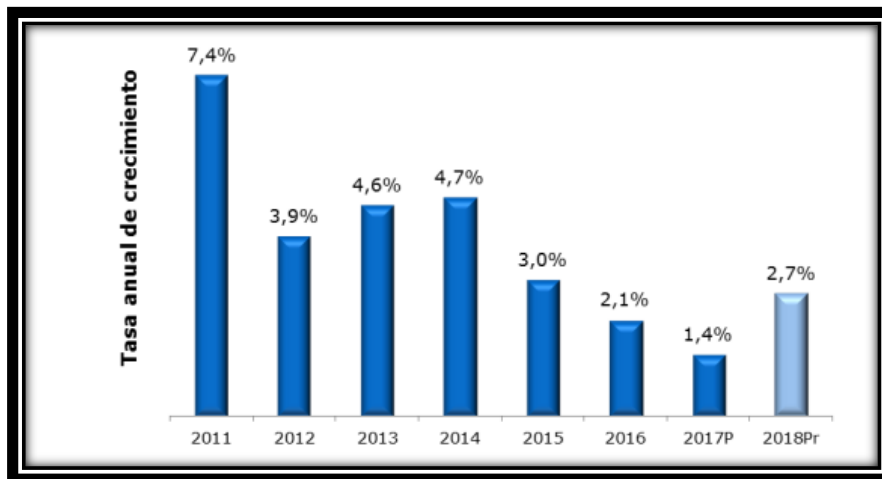
Así mismo, los empresarios expresaron una gran preocupación por las nuevas regulaciones gubernamentales frente al Plan Vallejo, la fórmula política colombiana que permite a las empresas exportadoras, importar bienes y maquinaria para transformación local siempre y cuando sus exportaciones superen el monto importado.

Si bien a primera vista el plan parece perfecto, el ingreso son aranceles de mercancías y bienes otros que maquinaria y tecnología podría generar una desventaja entre las grandes empresas exportadoras y las de venta local.

El Plan Vallejo lleva ya varios años de implementación en el país, sin embargo, el ministerio de industria y comercio anunció esta semana la ampliación en la lista de bienes contemplados, pasado de 1.500 a 2.136 partidas arancelarias.

Los empresarios deberán seguir el curso y evolucionar con las nuevas reglas de juego, sin embargo, la partida se sigue complicando, al tiempo que grandes exponentes como la India ponen sus ojos en el país y el continente. La competencia se hace aún más reñida en este 2017. (bogota, 2017)

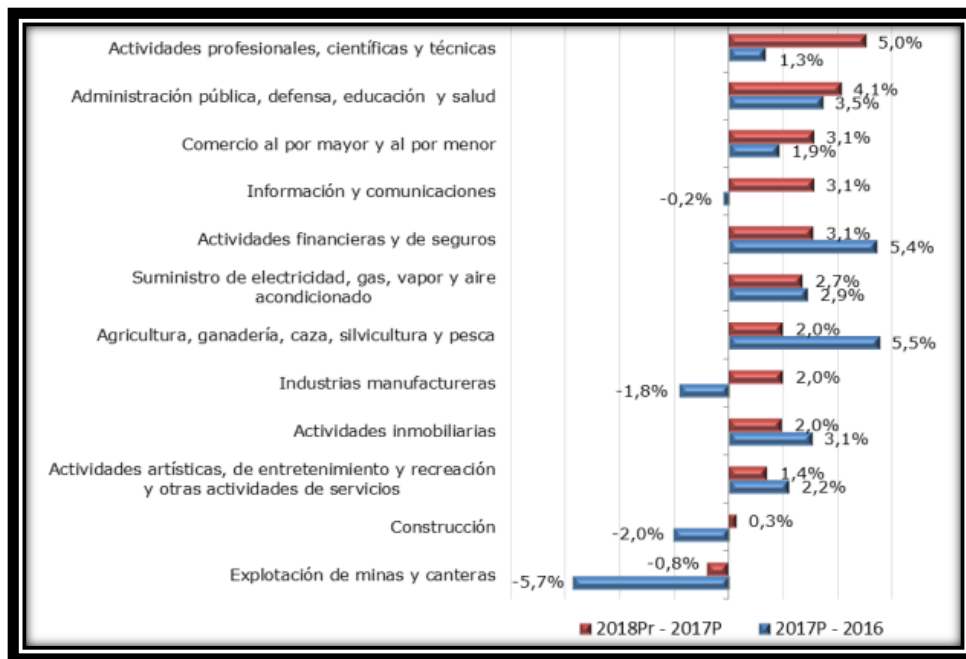
Durante 2018, el PIB de Colombia registró un crecimiento de 2,7% respecto a 2017. Este crecimiento fue mayor al de la subregión de América del Sur que fue de 0,6% y al de países como Uruguay (1,9%) y Brasil (1,3%). (sociedades, 2019)

4 evolución anual del producto interno bruto

(dane, Boletín Técnico. PIB a 28/02/2019.* P: provisional; Pr: preliminar, 2019)

Esta dinámica se debió principalmente a los crecimientos de las ramas de actividades profesionales, científicas y técnicas (5,0%), administración pública, defensa, educación y salud (4,1%) y Comercio al por mayor y al por menor (3,1%). De las doce ramas que hacen parte del PIB solamente la rama de explotación de minas y canteras presentó un decrecimiento para el año 2018 de 0,8% respecto al mismo periodo de 2017. (sociedades, 2019)

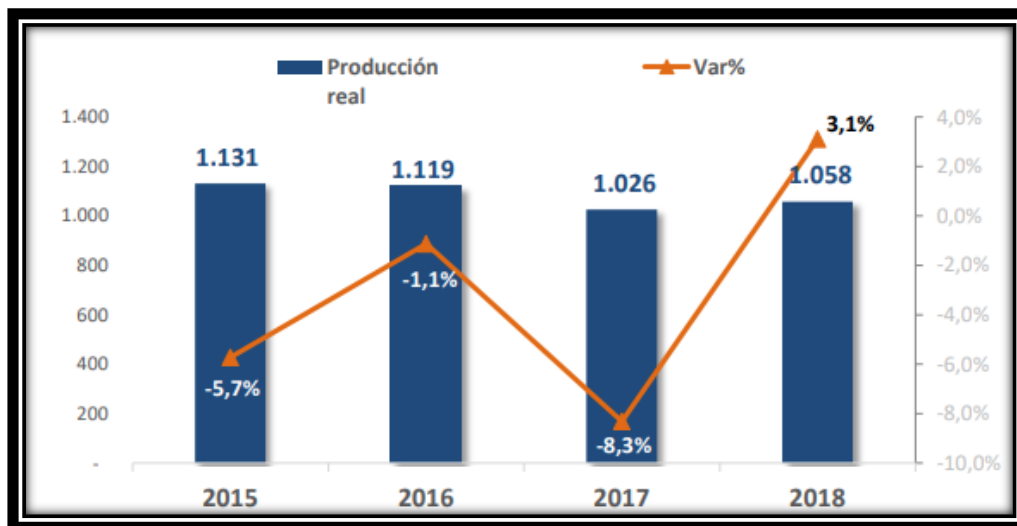
5 variación anual del pib



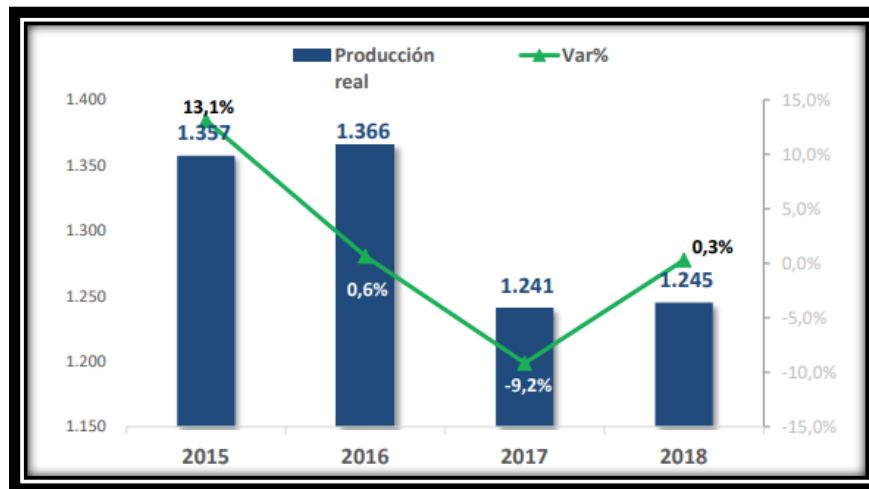
(dane, Boletín Técnico. PIB a 28/02/2019.* P: provisional; Pr: preliminar, 2019)

Para el año 2018, la industria manufacturera experimentó un crecimiento del 2,0%5 comparado con el año anterior, jalonado por el incremento de actividades económicas como: fabricación de muebles, colchones y somieres; otras industrias manufactureras la cual creció un 3,7%, elaboración de productos de tabaco; elaboración de bebidas; y elaboración de productos de alimenticios en un 3,2%, transformación de la madera y fabricación de productos de madera y de corcho, excepto muebles creció 2,8%; la actividad de coquización, fabricación de productos de la refinación del petróleo contribuyo al crecimiento de la industria en un 1,3% al igual que la fabricación de productos metalúrgicos básicos en un 2,2%. (sociedades, 2019)

Contrario a las anteriores actividades económicas, se observa que la única actividad que decreció fue fabricación de productos textiles en 0.2%, la cual incluye: confección de prendas de vestir; curtido y recurrido de cueros; fabricación de calzado; fabricación de artículos de viaje, maletas, bolsos de mano y artículos similares, y fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería; adobo y teñido de pieles. Producción, exportaciones e importaciones De acuerdo a la encuesta de la industria manufacturera del DANE, durante el año 2018 la producción aumento en 3,1% en Hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles (Grafica No. 3), y un 0,3% en confección de prendas de vestir (Grafica No. 4).



(dane, Encuesta Mensual manufacturera, Anexos, diciembre 2018. Elaborado por Grupo de Estudios, 2019)

6 índice de producción de prendas

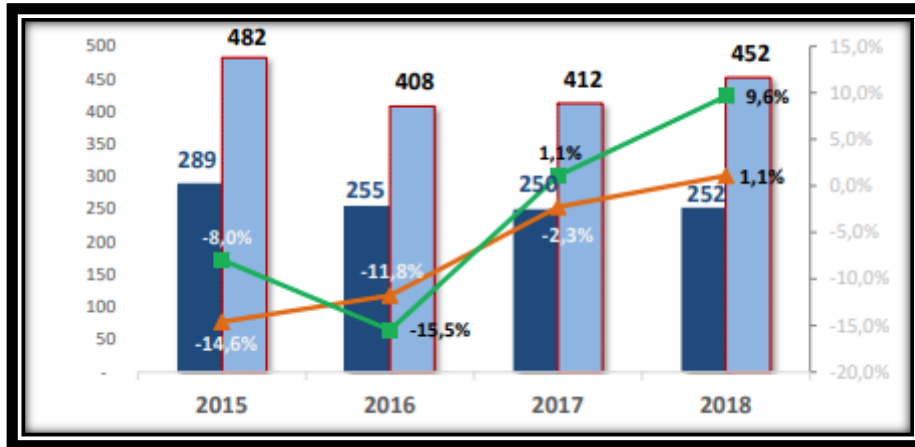
(dane, Encuesta Mensual manufacturera, Anexos, Diciembre 2018. Elaborado por Grupo de Estudios, 2019)

Tanto la producción como las ventas y las exportaciones muestran una evolución positiva frente al año anterior, esto es, las ventas de Hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles se incrementaron en 2,9% mientras que para el año 2017 este índice fue negativo en -9,2%, es decir que año a año se presentó un aumento del 12,1%. Respecto de las ventas de Confección de prendas de vestir tuvieron un incremento del 1,5% frente al año 2017.

En materia de comercio exterior, de acuerdo a las cifras publicadas por el DANE (teniendo en cuenta su clasificación) las exportaciones del sector textil-confección percibieron un crecimiento en todos los subsectores durante el último año. En Fabricación de productos textiles desplegó una variación positiva de 1,1%, por otro lado se destaca el gran crecimiento que obtuvo el sub sector de confección de prendas de vestir, este fue de 9,6%. (Ver Grafica No.6). Al igual que las exportaciones, en el capítulo de las importaciones también se resalta el crecimiento obtenido durante el año 2018, el subsector de fabricación de productos textiles (24,9%) mostro mayor

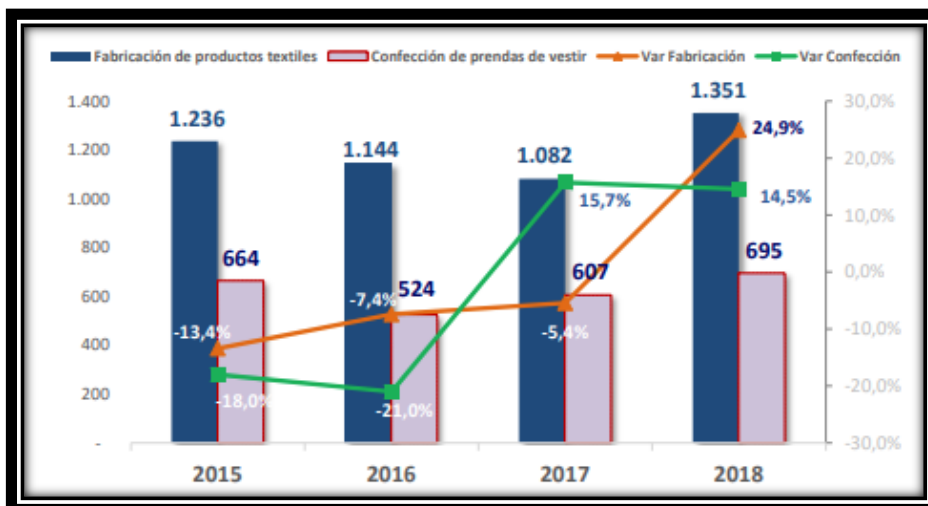
crecimiento que el subsector de confección de prendas de vestir (14,5%), esto es, incrementaron en \$269 millones de dólares y \$88 millones de dólares. (sociedades, 2019)

7 exportación totales según ciuu



(dane, Boletín Técnico. PIB a 28/02/2019.* P: provisional; Pr: preliminar, 2019)

8 importaciones totales según ciuu



(dane, Encuesta Mensual manufacturera, Anexos, diciembre 2018. Elaborado por Grupo de Estudios, 2019)

El 2020 fue un año difícil para el sector textil, muchas de sus dinámicas tuvieron que renovarse buscando adaptarse para buscar superar la crisis. A pesar de que la confección de tapabocas y prendas de protección logró dinamizar y diversificar su actividad, los comercios cerrados, consumidores en casa y el desempleo, golpearon fuerte la estabilidad del sector.

El panorama para la industria textil en 2021 no ha comenzado con buen pie, aunque la situación irá mejorando conforme avance el año. En el acumulado de enero – febrero de este año, las ventas de prendas de vestir y textiles en el comercio minorista disminuyeron un -22,5% en comparación con el mismo periodo del año anterior. Por otro lado, entre enero – febrero de 2021, la confección de las mismas decreció un -0,2% con respecto a 2020, mientras que las ventas decrecieron un -5%. Además, el gasto de los hogares en moda se redujo un -1,06% en febrero de 2021, con respecto al mismo periodo del año anterior.

A pesar de que para este año se esperan mejores cifras, según información de Sectorial, se estima que la dinámica del sector se reestablecerá en plenitud entre 2022 y el 2023. (colombia, 2021)

9 exportaciones de productos y textiles



(colombia, 2021)

10 importación de productos textiles



(colombia, 2021)

Conclusiones generales

Los resultados del sector textil son positivos y muestran una perspectiva alentadora y muy favorable para 2019. Conclusiones de Estado de Situación Financiera Del Sector Textil en general:

→ Los activos aumentaron en 0,8%. → Los pasivos tuvieron un alza de 2,2%. → El patrimonio disminuyó en 1,1%. En general, las empresas del sector textil están empleando más pasivo en promedio (58,4%) que patrimonio (41,6%) para sustentar sus activos en los últimos tres años. Los activos de las empresas del sector textil totalizaron \$20.849 mil millones, \$10.635 mil millones más que el PIB de 2018 que se ubicó en \$10.483 mil millones. Sub Sector Confecciones → Los activos subieron en 10,2%. → Los pasivos se incrementaron en 12,8%. → El patrimonio tuvo un alza en 6,0%. En general, las empresas del sub sector de confecciones están empleando más pasivo (63,6%) que patrimonio (36,4%) para sustentar sus activos en el año 2018. Sub Sector Comercio → Los activos subieron en 0,8%. → Los pasivos se redujeron en 2,2%. → El patrimonio tuvo un alza en 6,3%. En general, las empresas del sub sector de comercio están empleando más pasivo (63,2%) que patrimonio (36,8%) para sustentar sus activos en el año 2018. 31 Sub Sector Fabricación → Los activos disminuyeron en 8,7%. → Los pasivos se redujeron en 6,4%. → El patrimonio decreció en 10,7%. En general, las empresas del sub sector de fabricación están empleando más pasivo (50,8%) que patrimonio (49,2%) para sustentar sus activos en el año 2018.

Conclusiones de Estado de Resultados Integral Del Sector Textil en general: → Los ingresos operacionales se redujeron en 0,1% para el año 2018. → Para el año 2018, las empresas del sector textil obtuvieron crecimiento en ganancias de 40,0%. → El año de menores ganancias fue el 2017, con \$228 mil millones de pesos, equivalente a un decrecimiento del 64,3%, representado en 116 empresas. En total se reportaron \$21.313 mil millones en ingresos operacionales, lo que equivale a 203% del PIB, mientras que las ganancias alcanzaron los \$319 mil millones, lo que representa el

3% del PIB. Conclusiones de Rentabilidad Del Sector Textil en general: → La rentabilidad del patrimonio, ROE, ha sido 4,7% en promedio en los últimos tres años y cerró 2018 en 3,7%. → La rentabilidad del activo, ROA, ha sido 2,0% en promedio en los últimos tres años y cerró 2018 en 1,5%. → El margen neto ha sido 1,9% en promedio en los últimos tres años y cerró 2018 en 1,5%. → Las pérdidas reportadas se ubicaron en \$192 mil millones en 2018, \$57 mil millones menos que 2017.

32 Conclusiones regionales y sectoriales → Las regiones con mayor participación del activo sobre el total general son, Antioquia con el 40,8% y Bogotá-Cundinamarca con el 41,0%. → Por mayoría de empresas la región Bogotá – Cundinamarca concentran la gran porción de las empresas textiles, esto es, 205 empresas, con una participación de 39,6% del total general, las cuales aportan el 39,4% del total de ingresos operacionales (\$8.403 mil millones). → Por monto de ingresos, la región de Antioquia es la primera región con mayor participación en los ingresos operacionales, esto es 42,1%, equivalente a (\$8.974 mil millones), para un total de 192 empresas. → En la región Centro – Oriente se domicilian las empresas más rentables. → El sub sector de confecciones de prendas de vestir es el más grande por activos con \$7.930 mil millones. → Los sub sectores que están empleando más pasivo que patrimonio para sustentar sus activos son confección de prendas de vestir y comercio al por mayor y menor con 63,6% y 63,2%, respectivamente. → Por mayoría de empresas y por participación en los ingresos operacionales, el sub sector de confecciones de prendas de vestir acoge la mayor parte de las empresas en total (201), con ingresos operacionales de \$9.090 mil millones. → La mayor rentabilidad por patrimonio y activos se presenta en el sub sector comercio al por menor y mayor (ROA 2,1% - ROE 5,7%) y confección de prendas de vestir (ROA 1,9% - ROE 5,3%). → El sub sector de comercio reporta el margen neto más alto, esto es 1,7% (sociedades, 2019)

A nivel del país

Entre las 10 principales empresas manufactureras de textiles y prendas de vestir con mayores ventas en Colombia el año pasado, una empresa del Valle del Cauca, Studio F, ocupó el tercer lugar, y entre las 10 principales empresas exportadoras de textiles y prendas de vestir, dos empresas vinieron de la región, Supertex. Y Studio F. El año pasado, las ventas de Studio F aumentaron 3.8%, superando las ventas de Cristal y Manufacturas Eliot de Antioquia, estas últimas cayeron 19.1% a pesar del aumento de tarifas, mientras que las ventas de Manufacturas Eliot de Bogotá también aumentaron, pero sus ventas cayeron 0.2%. Según los datos daneses y los cálculos de la Cámara de Comercio de Cali, entre las 10 empresas con mayor volumen de exportación el año pasado, todas menos 3 experimentaron una caída en sus negocios. Studio F creció 0.8%; Lafayette textiles de Bogotá, 0.7% y Leonisa de Antioquia, 17.6%.

De 2009 a 2014, la tasa de crecimiento anual promedio de las importaciones textiles de Colombia fue del 17,9%, mientras que la tasa de crecimiento anual promedio de las prendas de vestir compradas por países extranjeros durante el mismo período fue del 24,3%. Al mismo tiempo, de 2009 a 2012, la tasa de crecimiento anual promedio de las importaciones nacionales de textiles y prendas de vestir fue de 27,1% y 39,1%, respectivamente, y la tasa de crecimiento fue de 4,1% y 2% respectivamente en los últimos dos años, que fue de 1 % respectivamente. El año pasado, Silicon Valley representó el 14,5% de las importaciones nacionales de textiles y el 5,3% de las importaciones de ropa. (tiempo, 6 octubre 2015)

Objetivo 2 Realizar un diagnóstico interno a la empresa utilizando diferentes matrices que muestren la realidad de la empresa

Nombre de la empresa: matrix sa

Dirección: calle sarmiento, calle 27 # 23-49, Tuluá valle del cauca Colombia **teléfono:** 2242788, teléfonos 2250024 / 2318835 / 2315477, sitio web www.matrixmba.unidas.com

Descripción de la empresa: matrix sa inicio sus actividades en el año 1971 empresa que fue creada por rubiel Olaya padilla por el la trayectoria en el mercado de los textiles por parte de su dueño, fundamentada en emprendimiento y creatividad se dedica especialmente a comercializar textiles a nivel nacional y a satisfacer las necesidades de los clientes.

Misión: brindar unos productos eficientes y de calidad brindando seguridad y satisfacción en cada servicio a sus necesidades

Visión: convertirnos en una empresa reconocida a nivel nacional, por medio de un buen servicio a nuestros clientes

Valores:

- Seguridad
- Satisfacción
- Mistica
- Puntualidad
- Confianza
- Honestidad
- responsabilidad

Clasificación de la empresa

1. **Origen de la empresa:** trabaja con capital privado y con financiamiento de los bancos
2. **Forma de constitución:** es una sociedad anónima.
3. **Actividad que realiza la empresa:** comercializadora, porque adquiere productos terminados para la venta, sin transformarlos.
4. **Desde el punto de vista jurídico:** es una empresa de derecho porque se rige a la legislación.
5. **Formas básicas de la organización:** es una empresa comercial por la compra y venta de artículos en el mercado
6. **Clientes reales y potenciales:** clientes reales la galería, todos los almacenes de ropa de la calle sarmiento, clientes potenciales las empresas dedicadas a la elaboración de mascarillas y tapabocas a nivel nacional.

Funciones de la empresa

1. **Económicas:** realización de todo tipo de transacciones.
2. **Sociales:** cumple funciones requeridas, genera riqueza y permite mejorar el nivel de vida de los dueños y socios.
3. **Tecnológica:** cuenta con un equipo necesario para desarrollar su objeto social.
4. **Lucro:** empresa con ánimo de lucro busca beneficio/lucro
5. **Satisfacer necesidades:** satisface necesidades de los clientes
6. **Ofertar bienes:** la empresa brinda bienes con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

Políticas de la empresa

1. Utilizar ventajas de conocimiento del mercado, distribución mercadeo y tecnología en el beneficio de los clientes.
2. Contar con asociados competentes, motivadores, responsables y honrados; ofrecerles seguridad, buen ambiente y armonía en el trabajo, darles un trato justo y velar por su bienestar.
3. Lograr objetivos y tener una empresa rentable, con solidez y modernizar la organización y ser vanguardista para afrontar épocas difíciles
4. Mantener relaciones con los stakeholders.

Reglamento interno de la empresa.

1. El horario de trabajo de todo el personal es a las 8:00 am a 7:00 pm
2. Todos los empleados tienen un límite de atraso de 10 minutos
3. Los empleados que necesiten permisos deben avisar un día antes
4. Las llamadas telefónicas y visitas tienen un máximo de 10 minutos
5. Mantener la empresa limpia
6. Mantener el personal involucrado en las estrategias y nuevas ideas
7. Dejar el trabajo terminado el mismo día

Estrategias

1. La gerencia debe supervisar todas las áreas
2. Visitas periódicas de los gerentes a los clientes al por mayor
3. Flexibilidad en las políticas de cobro (actualmente se recibe pagos por pay pal, nequi, mercado pago y daviplata)
4. Manejo de un plan comercial
5. Capacitación del personal
6. Gestión en la venta
7. marketing

Segmentación del mercado: la empresa está dirigida hacia consumidores de clase baja, media y alta con 2 tipos de clientes al por mayor para almacenes grandes y mi pymes y al por menor en general.

Investigación y desarrollo: la empresa siempre está investigando en la web para conseguir nuevos proveedores y nuevas líneas de productos, permitiendo desarrollarse en el mercado competitivo con mejores precios y calidad.

Ciudades de operación: Tuluá valle, Buga, bugalagrande, rodantillo.

Entorno externo:

- **Símbolos patrios:** bandera, escudo y lema “libertad y orden”
- **Posición geográfica:** se extiende desde los 4° 13´ 30" de latitud sur, hasta los 12° 27´46" de latitud norte; y desde los 66° 50´54" al occidente del meridiano de Greenwich por el oriente, hasta los 79° 0´23" del mismo meridiano, por el occidente.
- **Capital:** Bogotá
- **Población:** 50.374.000 de habitantes al año 2021
- **Idioma oficial:** español
- **Forma de gobierno:** democrático presidencial
- **Mandatarios independientes de España:** declaración independiente de España: 20 de julio 1810
- **Independencia de Colombia:** 7 agosto 1819

- **Superficie:** 1.141.749 km²
- **Fronteras:** El país tiene fronteras terrestres con Venezuela (2.219 kilómetros), Brasil (1.645), Perú (1.626), Ecuador (586) y Panamá (226)
- **Costas:** 3208 km
- **Densidad:** 44 habitantes por Km²
- **Pib total:** 237.667M. € (2020)
- **Ingreso per cápita:** 4.718€ euros
- **Moneda:** peso colombiano (cop)
- **Gentilicio:** colombiano/a
- **Domicilio internet:** .co
- **Prefijo telefónico:** +57
- **Prefijo radiofónico:** HJA-HKZ, 5JA-5KZ
- **Miembro de:** csn, onu, oea, can. Flar, Mercosur, ul, albinia, oiea, bcie, cin, oei, g-7, iadb, ibrd, icao, ifad, ifc, ifrcs, iho, ilo, imf, imo, interpol, iso, itu, nam, opanal, unctad, unesco, unhcr, unido, upu, oms, wipo, wmo, omc y omt

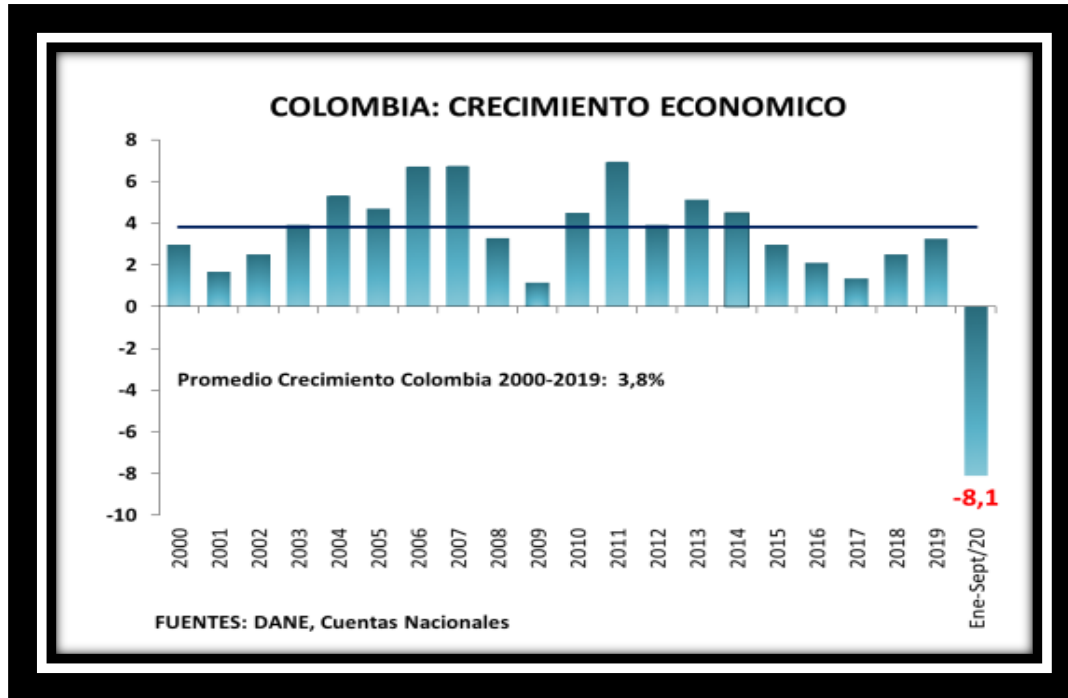
Colombia, oficialmente república de Colombia, es un país ubicado en zona noroccidental América del Sur limita con el este con Venezuela y Brasil, al sur, con Perú y Ecuador y al noroeste, con Panamá. Su superficie es de 1.141.749 km² corresponde a su territorio continental y lo demás corresponde a su extensión marítima.

Es el único país suramericano que contiene costas con el océano Pacífico y el océano Atlántico a través del Mar Caribe.

Colombia es el cuarto país más grande de América del Sur. Forman parte de su territorio archipiélagos de San Andrés y Providencia, soberanía reafirmada por la Cij el 13 de diciembre del 2007; el Rosario y San Bernardo, en el Caribe y las islas de Gorgona, Gorgonilla y Malpelo Pacífico.

Entorno económico:

Moneda peso colombiano (cop), pib 237.667M. € (2020) Y per cápita 4.718€ euros la distribución económica fue de:



Para este 2020 prácticamente todas las actividades económicas se contrajeron. Se exceptúan aquellas que mantuvieron su operación prácticamente durante todo el año y cuya demanda no ha estado tan golpeada. Es el caso de agricultura (2,8%), actividades financieras y de seguros (1,6%) y actividades inmobiliarias (2,1%). Contrasta con lo anterior, la significativa reducción en construcción (-23,4%); comercio, almacenamiento, hotelería y restaurantes (-17,8%) y actividades artísticas y de entretenimiento (-23,4%). En el caso de la industria manufacturera el PIB del sector se redujo -11,1%. (dane, 2007-2013)

Variables macroeconómicas Colombia 2010-2020

año	inflación	Pib USD	deuda externa	salario mínimo (cop)
2010	1.84%	286.6	39.321	515.000
2011	3.73%	334.9	75.859	535.600
2012	2.44%	370.9	78.642	566.700
2013	2,43%	382.1	91.879	589.500
2014	3,66%	381.1	101.231	616.000
2015	6.77%	293.5	111.197	644.350
2016	5.75%	282.8	116.216	689.455
2017	4.09%	311.9	124.386	737.717
2018	3.18%	333.6	131.744	781.242
2019	3.18%	323.6	138.175	828.116
2020	1.61%	237.6	154.968	877.803


Fuente: Dane, bank Rep

Dos de los productos colombianos más importantes son el café y el petróleo, que afrontan un futuro incierto más con el manejo que está dando el presidente de la república en tanto que los ingresos provenientes de la producción de los cafeteros han visto afectados por los bajos precios internacionales. Se estima que el petróleo como consecuencia del agotamiento gradual de los principales campos con la sustitución del combustible.

El tratado de libre comercio entre Colombia y estados unidos, que está pendiente de ratificación por el congreso estadounidense ha generado posiciones encontradas en el país. El desempleo ha incrementado en 15.9%.

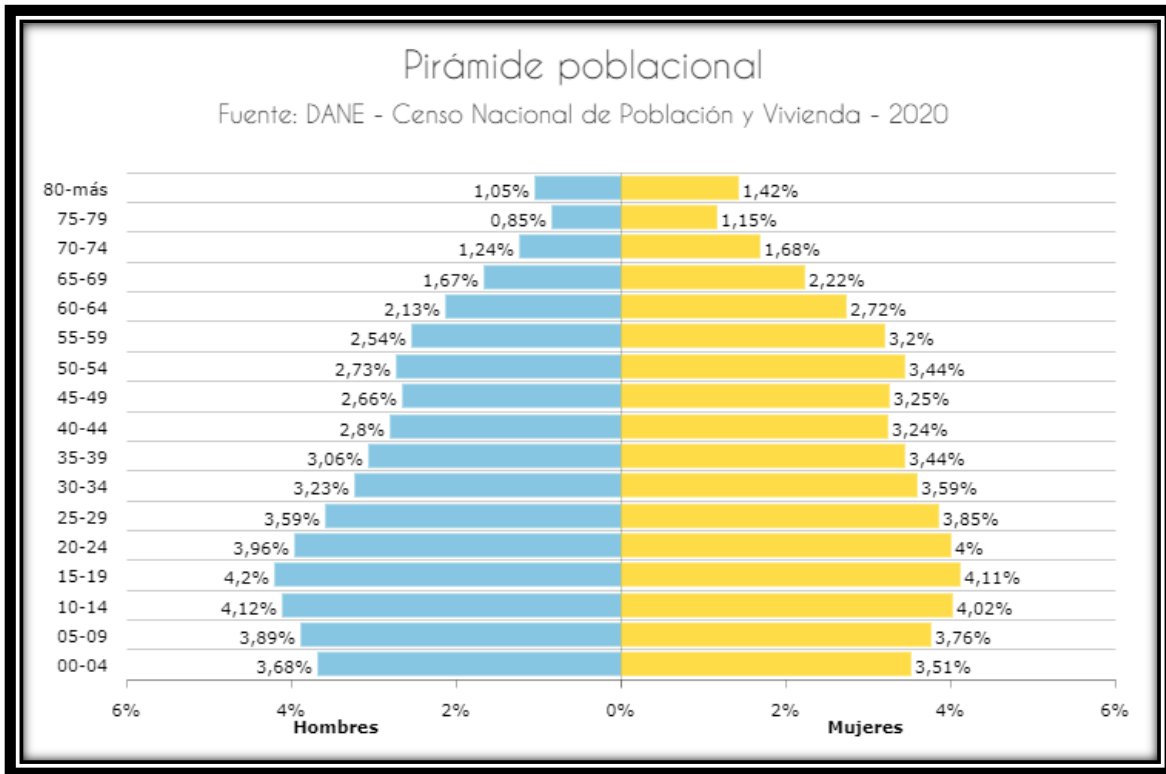
La desaceleración de la economía colombiana ha sido más fuerte de lo que nadie esperaba, sin embargo, el impacto de la disminución en las exportaciones, la inversión extranjera las remesas no se ha sentido completamente.

El gobierno contribuirá a la desaceleración con la disminución del gasto público y el banco de la república bajara las tasas de interés para moderar el impacto económico. (dane, 2007-2013)

Político				Económico	
1	pirámide poblacional			1	inflación
2	población desagregada por sexo			2	pib
3	población desagregada por área			3	deuda externa
4	población étnica			4	salario mínimo
5	sisben			5	economía rural
6	puntaje del sisben			6	
7				7	
8				8	
Social				Tecnológico	
1	cobertura de acueducto			1	tic
2	cobertura de alcantarillado			2	era digital
3	banda ancha			3	mercados digitales
4	energía rural			4	moneda electrónica
5	déficit de vivienda			5	
6				6	
7				7	
8				8	
Ecológico				Legal	
1	ecosistemas estratégicos			1	rubros de operaciones en caja
2	áreas de ecosistemas estratégicos			2	operaciones efectivas en caja
3	contribución del municipio a ecosistemas			3	asignación presupuestal
4	fenómenos hidrometereologicos			4	proyectos de regalías
5	eventos de desastres			5	distribución de asignaciones
6	porcentajes de inversión			6	ejecución presupuestal
7				7	indicadores de desempeño
8				8	

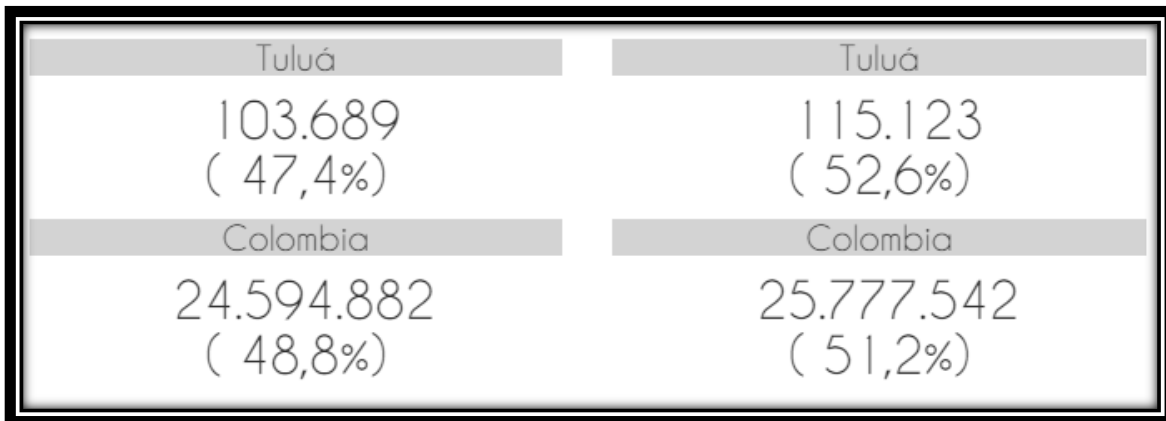
(propia)

Factores demográficos



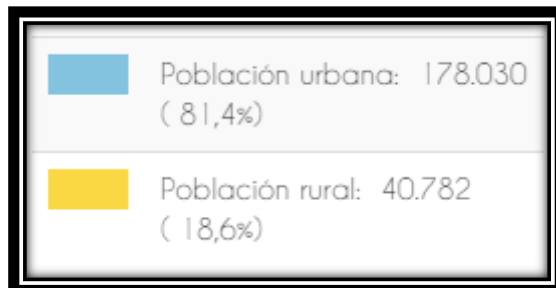
Fuente: DANE - Censo Nacional de Población y Vivienda – 2020

Población desagregada por sexo



Fuente: DANE - Censo Nacional de Población y Vivienda - 2020

Población desagregada por área



Fuente: DANE - Censo Nacional de Población y Vivienda – 2020

Población étnica



Fuente: DANE - Censo Nacional de Población y Vivienda - 2018

Información del sisben

	Total registros	Total registros validados
Fichas	72.180	71.926
Hogares	72.674	72.417
Personas	165.781	164.312

Fuente: DNP – 2017

Comportamiento del puntaje del sisben

	Min	Prom	Máx
Cabecera	2,20	32,65	87,11
Centro poblado	0,66	23,78	85,25
Rural disperso	2,10	25,61	81,03
Total	0,66	29,63	87,11

Fuente: DNP - 2017






Factores ambientales

Ecosistemas estratégicos

Entidad Territorial	Área (Hectáreas)	(%)
 Tuluá	3.006,6 Ha	3,33%
 Valle del Cauca	468.303,7 Ha	22,69%
 Colombia	16.230.355,7 Ha	13,51%


Fuente: DNP a partir de información en Parques Nacionales Naturales – 2017

Área de ecosistemas estratégicos

Ecosistemas Estratégicos	Área (Hectáreas)	(% respecto al área en ecosistemas estratégicos)
 Área de humedales	3.487 Ha	3,86%
 Área de páramos	8.423 Ha	9,33%
 Área de bosque seco tropical	538 Ha	0,60%
 Área de manglares	0 Ha	0,00%
 Área total de ecosistemas estratégicos	12.448 Ha	13,79%

Fuente: Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt - 2016

Contribución del municipio a ecosistemas estratégicos de su departamento

Entidad	Área (Hectáreas)	(% respecto al área departamental)
 Tuluá	3.006,6 Ha	0,64%

Fuente: DNP a partir de información en Parques Nacionales Naturales – 2017

Amenaza por fenómenos hidrometeorológicos

Área amenazada	Área (Hectáreas)	(%)
 Área de la entidad territorial amenazada por fenómenos hidrometeorológicos	65.991,9 Ha	73,09%
 Área de la entidad territorial no amenazada por fenómenos hidrometeorológicos	24.292,6 Ha	26,91%

Fuente: DNP a partir de información en el IDEAM y SGC – 2016

Eventos de desastres 2010-2017

Desastre por tipo de evento	Frecuencia	%
 Avenidas torrenciales	0	0,00%
 Movimientos en masa	1	2,70%
 Erupciones volcánicas	0	0,00%
 Incendios forestales	3	8,11%
 Inundaciones	33	89,19%
 Sequías	0	0,00%
 Sismos	0	0,00%
 Total acumulado de eventos de desastres	37	%

Fuente: DNP a partir de información en la Unidad Nacional para la Gestión del Riesgo de Desastres – 2017

Porcentaje de inversión en gestión del riesgo por proceso

Proceso	Inversión (miles de pesos constantes)	%
 Conocimiento del riesgo	\$ 0	0,00%
 Reducción del riesgo	\$ 723.156	92,24%
 Manejo de desastres	\$ 60.870	7,76%
 Fortalecimiento Institucional	\$ 0	0,00%

Fuente: DNP a partir de información del FUT – 2016

Factores económicos




Economía rural

Extensión de las UPA	Municipio	Departamento	Colombia
Extensión de las UPAs entre 0 y 1 Ha	499	10.892	334.615
Extensión de las UPAs entre 1 y 3 Ha	1.649	31.175	950.484
Extensión de las UPAs entre 3 y 5 Ha	1.836	30.560	875.323
Extensión de las UPAs entre 5 y 10 Ha	3.791	60.377	1.801.716
Extensión de las UPAs entre 10 y 15 Ha	2.664	42.755	1.391.432
Extensión de las UPAs entre 15 y 20 Ha	2.357	32.101	1.161.200
Extensión de las UPAs entre 20 y 50 Ha	7.853	121.983	4.604.293
Extensión de las UPAs entre 50 y 100 Ha	6.600	110.902	4.217.167
Extensión de las UPAs de más de 100 Ha	56.269	1.502.638	93.657.104

Fuente: Censo Nacional Agropecuario, DANE – 2014

Factores políticos legales

Rubros de operaciones efectivas de caja a nivel per cápita (Pesos corrientes)

	Tuluá: \$ 1.347.041
	Valle del Cauca: \$ 1.414.419
	Colombia: \$ 1.826.308

Fuente: DNP a partir de información del FUT y DANE - 2019

Operaciones efectivas de caja (Millones de pesos corrientes)

A Ingresos: \$ 290.931	B Gastos: \$ 295.159	C.3. Déficit/Ahorro (corriente): \$ 44.334
A.1. Corrientes: \$ 79.208 A.1.1. Tributarios: \$ 72.632 A.1.2. No Tributarios: \$ 5.651 A.1.3. Transferencias: \$ 925	• B.2. Corrientes: \$ 34.874 • B.2.1. Funcionamiento: \$ 32.905 • B.2.2. Deuda Pública: \$ 1.970	

Fuente: DNP a partir de información del FUT - 2019

D.4. Ingresos de Capital: \$ 211.723	F.5. Gastos de Capital: \$ 260.284	G.6. Déficit/Superávit (total): \$- 4.227
---	---------------------------------------	--

H.7. Financiamiento (total): \$- 385
H.7.1. Crédito interno y externo: \$- 2.306

SGR - Asignación presupuestal

	Pesos corrientes
Total de asignaciones SGR 2017-2018	\$ 780.517
Total de asignaciones SGR 2015-2016	\$ 365.251
Total de asignaciones SGR 2013-2014	\$ 1.142.362
Total de asignaciones SGR 2012	\$ 1.369.129

Fuente: DNP - SICODIS SGR, 2012-2018 (Pesos corrientes)

Número de proyectos de regalías

Fuente: DNP a partir de información en GESPROY SGR - 2018

Valor de los proyectos de regalías (Pesos corrientes)



Fuente: DNP a partir de información en GESPROY SGR - 2018

Distribución porcentual de asignaciones SGP por sectores

Categoría	Pesos corrientes (2020)	% (2020)
 Educación	\$ 67.021.081.977	59,41%
 Salud	\$ 38.892.635.701	34,47%
 Agua potable	\$ 3.406.394.854	3,02%
 Propósito general	\$ 3.346.866.250	2,97%
 Alimentación escolar	\$ 144.404.470	0,13%
 Ribereños	\$ 0	0,00%
 Resguardos indígenas	\$ 8.167.362	0,01%
 Primera infancia	\$ 0	0,00%

Fuente: DNP - SICODIS SGP 2016-2020

SGP - Porcentaje de ejecución presupuestal por sector

	 Valle del Cauca	 Tuluá
Cultura	97,27%	97,71%
Libre inversión	73,96%	95,77%
Alimentación escolar	71,87%	82,36%
Educación	89,29%	98,55%
Salud	99,03%	97,70%
Agua	62,39%	57,59%
Libre destinación	26,05%	%
Deporte	89,59%	97,71%

Fuente: DNP a partir de información del FUT y SICODIS SGP - 2016

Indicador de desempeño fiscal

	 2018	 Departamental 2018
% de ingresos corrientes destinados a funcionamiento	44,2	43,4
Respaldo de la deuda	3,0	2,3
% de ingresos que corresponden a transferencias	60,9	33,1
% de ingresos corrientes que corresponden a recursos propios	90,9	85,7
% del gasto total destinado a inversión	88,0	79,2
Capacidad de ahorro	54,9	60,5
Indicador de desempeño fiscal	78,3	81,7

Factores sociales

Cobertura de acueducto (Censo)



Fuente: DANE - 2018

Cobertura de alcantarillado (Censo)



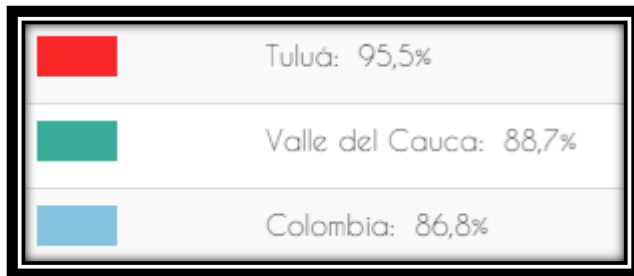
Fuente: DANE - 2018

Penetración de banda ancha



Fuente: Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – 2019

Cobertura de energía eléctrica rural



Fuente: UPME - 2018

Déficit cuantitativo de vivienda (Censo)

Fuente: Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - 2019

Cobertura de energía eléctrica rural

Fuente: UPME - 2018

Tabla de función de las cifras analizadas

Tabla funciones de los análisis	
factores demográficos	presenta el total de análisis de la población en el sector analizado
población desagregada	hace referencia al área geográfica que se está analizando
información del sisben	es un tipo de estrategia para poder realizar promociones comerciales a beneficio del negocio y la población de clase baja
factores ambientales	presenta unas cifras las cuales analizándolas en unos inductores se puede aplicar la gestión ambiental en la empresa
factores económicos	presenta información de cómo se encuentra el sector económico y cómo influye en el mercado
factores políticos	se puede analizar el riesgo que tiene repercusiones sobre los ámbitos muy variados en el comercio y actividad

Fuente: propia

Tabla funciones de los análisis	
operaciones efectivas en caja	También conocido como flujo de caja proyectado, es un presupuesto que muestra el pronóstico de las futuras entradas y salidas de efectivo (dinero en efectivo) de una empresa, para un periodo de tiempo determinado.
numero de proyecto de regalías	ayuda a que a el apalancamiento de los proyectos se vea beneficiado las empresas privadas
banda ancha	es útil para la parte electrónica de la empresa y las redes de internet
cobertura de energía	da la vida al funcionamiento del ente económico

Fuente: propia

CACHARRERIA CENTRAL Y LISTO SA
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INDIVIDUAL
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2019-2018
EN PESOS COLOMBIANOS

	2019	VER	2020	VER	HOR
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE	1.339.510	35,0%	1.891.410	35,8%	41%
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO	295.300	7,7%	495.300	9,4%	68%
INVERSIONES TEMPORALES	279.900	7,3%	295.000	5,6%	5%
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	465.000	12,1%	750.000	14,2%	61%
DOCUMENTOS POR COBRAR	150.000	3,9%	100.000	1,9%	-33%
INVENTARIOS	127.310	3,3%	232.860	4,4%	83%
GASTOS PAGADOS POR ADELANTADO	22.000	0,6%	18.250	0,3%	-17%
ACTIVO NO CORRIENTE	2.490.000	65,0%	3.392.000	64,2%	36%
EDIFICIO	900.000	23,5%	1.700.000	32,2%	89%
MAQUINARIA Y EQUIPO	670.000	17,5%	582.000	11,0%	-13%
TERRENOS	420.000	11,0%	680.000	12,9%	62%
INTANGIBLES	500.000	13,1%	430.000	8,1%	-14%
TOTAL ACTIVO	3.829.510		5.283.410		
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE	430.051	11,2%	781.276	14,8%	82%
CUENTAS POR PAGAR (PROVEEDORES)	250.000	6,5%	562.373	10,6%	125%
IMPUESTOS POR PAGAR	180.051	4,7%	218.903	4,1%	22%
PASIVO NO CORRIENTE	1.249.949	32,6%	1.300.480	24,6%	4%
PRESTAMOS BANCARIOS DE CORTO PLAZO -		0,0%	150.480	2,8%	0%
HIPOTECAS POR PAGAR DE LARGO PLAZO -		0,0%	600.000	11,4%	0%

DOCUMENTOS POR PAGAR DE LARGO PLAZO	1.249.949	32,6%	550.000	10,4%	-56%
PATRIMONIO	2.149.510	56,1%	3.201.654	60,6%	49%
CAPITAL	1.300.000	33,9%	1.800.000	34,1%	38%
RESERVA LEGAL	200.000	5,2%	247.214	4,7%	24%
PRIMA DE EMISIÓN DE CAPITAL COMUN	300.000	7,8%	380.000	7,2%	27%
UTILIDADES RETENIDAS	-	0,0%	349.510	6,6%	0%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	349.510	9,1%	424.930	8,0%	22%
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	3.829.510		5.283.410		

CACHARRERIA CENTRAL Y LISTO
ESTADO DE RESULTADO INDIVIDUAL
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2019-2018
EN PESOS COLOMBIANOS

	2018	VER	2019	VER	HOR
INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	3.495.100	100,0%	4.019.365	100,0%	15,0%
COSTO DE VENTAS	2.446.570	70,0%	2.773.362	69,0%	13,4%
UTILIDAD BRUTA	1.048.530	30,0%	1.246.003	31,0%	18,8%
OTROS INGRESOS	-	0,0%	-	0,0%	0,0%
GASTOS OPERACIONALES	488.969	14,0%	564.170	14,0%	15,4%
UTILIDAD OPERACIONAL	559.561	16,0%	681.833	17,0%	21,9%
GASTOS FINANCIAROS	30.000	0,9%	38.000	0,9%	26,7%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	529.561	15,2%	643.833	16,0%	21,6%
IMPUESTOS A LAS GANACIAS	180.051	5,2%	218.903	5,4%	21,6%
UTILIDAD NETA	<u>349.510</u>	10,0%	<u>424.930</u>	10,6%	21,6%

TENDENCIA EFECTIVO

395.300 10,52%

LIQUIDEZ	2,42
PA=	2,12
KTN=	982.860
%KTN	24,45%
KTNO	420.487
%KTNO	10,5%

DIAS DE CARTERA	67
DIAS INVENTARIO	30
DIAS PROVEEDORES	70
I. INICIAL	127.310
COMPRAS	2.878.912
DISPONIBLE	3.006.222
INV FINAL	232.860
COSTO DE VENTAS	2.773.362

END. TOTAL	39,40%
END. CORTO P	14,79%
END. LARG P	24,61%
LEV.	65,02%

ROA=	8,04%
ROE=	13,27%

MARGEN NETO = UTILIDAD NETA/VENTAS

11%=UTILIDAD/4823238

UTILIDAD=VENTAS*MARGEN NETO

EBITDA=	998.318	
% EBITDA	20,70%	166.386
KTN=	1.039.676	
KTNO=	362.824	
%KTNO=	7,52%	60.471
PDC=	2,75%	105.916

3 objetivo Formular el plan estratégico y plan de acción a 5 años

Análisis de matrices

Matriz Efi

Factores internos clave		Importancia Ponderación	Clasificación Evaluación	Valor
Fortalezas (entre 5 y 10 factores)				
1.	Nombre de marca reconocido	10%	4	0,4
2.	Mayor variedad de productos (carreras)	10%	4	0,4
3.	Costos operativos más bajos	10%	3	0,3
4.	Empleados fidelizados y comprometidos	10%	2	0,2
5.	Talento administrativo superior	10%	4	0,4
Debilidades (entre 5 y 10 factores)				
1.	Recursos financieros limitados	10%	4	0,4
2.	Bajo nivel de internacionalización	0%	2	0
3.	Falta de conocimiento en mercados internacionales	10%	2	0,2
4.	Falta de oficina en países de la región	0%	1	0
5.	Personal docente con resistencia a las nuevas tecnologías	10%	4	0,4
Total		80%		2,7

Fuente: formato tomado de google

Balance Positivo

Matriz Efe

Factores externos clave		Importancia Ponderación	Clasificación Evaluación	Valor
Oportunidades (entre 5 y 10 factores)				
1.	Rápido crecimiento de la demanda	10%	4	0,4
2.	Apertura de mercados regionales (Latinoamérica)	10%	2	0,2
3.	Altos niveles de conectividad (velocidad de banda ancha)	10%	4	0,4
4.	Cambios sociales (millennials)	0%	1	0
5.	Nuevas tecnologías de telecomunicación	10%	3	0,3
Amenazas (entre 5 y 10 factores)				
1.	Entrada de competidores globales	10%	2	0,2
2.	Mayor regulación gubernamental	10%	3	0,3
3.	Barreras para el comercio exterior	10%	2	0,2
4.	Recesión económica	10%	3	0,3
5.	Reducción de la confianza en el consumidor (estudiante)	10%	3	0,3
Total		90%		2,6

Fuente: formato tomado de google

Balance Positivo

matriz de análisis del entorno externo general									
variables		evaluación		valoración					
		int	ame	ame M	ame n	N	opo m	opo M	
social	1	cobertura de acueducto dane	4	1				x	
	2	cobertura de acueducto superintendencia	4	1				x	
	3	cobertura de alcantarillado dane	3	5			x		
	4	penetración banda ancha	3	1			x		
	5	cobertura de energía eléctrica local	4	5		x			
	6	déficit cuantitativo de vivienda	5	5	x				
	7	cobertura de educacion	5	5	x				
	8	cobertura total de educacion	5	5	x				
	9	deserción estudiantil	5	5	x				
	10	tasa de repitencia	5	5	x				
	11	puntos pruebas saber 11	4	1				x	
	12	tasa de mortalidad por cada 10 habitantes	5	5	x				
	13	afiliados al regimen contributivo	2	1		x			
	14	afiliados al regimen subsidiario	3	1			x		
	15	afiliados a regimenes especiales	3	1			x		
	16	cobertura del regimen subsidiario	4	1				x	
	17	trabajo formal en tulua	5	5	x				
	18	cotizantes al sistema de seg s según sexo	3	5			x		
	19	cotizantes de seguridad social tulua	3	5			x		
ecológico	1	entornos y áreas	5	5	x				
	2	ambientes y ecosistemas de tulua	1	1	x				
	3	amenazas de fenomenos de tulua	5	5	x				
	4	amenazas de desastres en tulua	5	5	x				
legal	1	certificación negativa nombre de sociedad	5	1					x
	2	estructura publica	4	1				x	
	3	formulario del Rut	4	1				x	
	4	formulario del registro único empresarial	4	1				x	
	5	registro único mercantil	3	1			x		

TDIAGNÓSTICO INTERNO				
Asigne una calificación entre 1 y 4 a cada una de las preguntas a efecto de indicar si ésta representa una debilidad mayor (calificación = 1), una debilidad menor (calificación = 2), una fortaleza menor (calificación = 3) o una fortaleza mayor (calificación = 4).				
4. Fortaleza mayor 3. Fortaleza menor 2. Debilidad mayor 1. Debilidad menor				
Deberá contestar con la mayor sinceridad para que los resultados correspondan a su realidad y se puedan obtener conclusiones válidas.				
Nombre del sector:				
ADMINISTRACIÓN				
1. ¿Usa la empresa conceptos de la administración estratégica?	4	3	2	1
2. ¿Son los objetivos y las metas de la empresa, medibles y debidamente comunicadas?			X	
3. ¿Existe delegación de autoridad?		X		
4. ¿Es la estructura de la organización apropiada?				X
5. ¿Son claras las descripciones del puesto y las especificaciones del trabajo?				X
6. ¿Es alta la motivación de los empleados?		X		
7. ¿Son efectivos los mecanismos de control y recompensa de la organización?	X			
MARKETING				
8. ¿Están los mercados eficazmente segmentados?	X			
9. ¿Está en buen posicionamiento la organización frente a sus competidores?		X		
10. ¿Ha ido aumentando la parte del mercado que corresponde a la empresa?				X
11. ¿Son confiables los canales presentes de distribución y tienen costos efectivos?		X		
12. ¿Realiza la empresa investigaciones de mercado?				X
13. ¿Cuenta la empresa con una estrategia eficaz para promociones y publicidad?			X	
14. ¿Tienen los gerentes de marketing de la empresa la experiencia y la capacitación adecuada?		X		
15. ¿utiliza el marketing digital para promocionar su portafolio de productos o servicios?			X	
FINANZAS				
16. ¿Puede la empresa reunir el capital que necesita a corto plazo?		X		
17. ¿Puede la empresa reunir, por medio de pasivo/capital contable, el capital que necesita a largo plazo?		X		
18. ¿Cuenta la empresa con capital de trabajo suficiente?	X			
19. ¿Son eficaces los procedimientos para presupuestar el capital?				X
20. ¿Son razonables las políticas para pagar dividendos?				X
21. ¿Tiene la empresa buenas relaciones con sus inversionistas y accionistas?				X
22. ¿Tienen experiencia los gerentes financieros de la empresa y están bien preparados?				X
23. ¿Su Software de finanzas tiene alojamiento en google drive (nube)?			X	

PRODUCCION				
24. ¿Son confiables y razonables los proveedores de materias primas?		x		
25. ¿Están en buenas condiciones las instalaciones, el equipo, la maquinaria y las oficinas?		x		
26. ¿Son eficaces los procedimientos y las políticas para el control de inventarios?	x			
27. ¿Son eficaces los procedimientos y las políticas para el control de calidad?		x		
28. ¿Están estratégicamente ubicadas las instalaciones, los recursos y los mercados?	x			
29. ¿Cuenta la empresa con personal competente en el manejo de nueva tecnología?			x	
INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO (I y D)				
30. ¿Cuenta la empresa con instalaciones para I y D? ¿Son adecuadas?		x		
31. ¿Se usan empresas externas de I y D, ¿Tienen éstas costos efectivos?		x		
32. ¿Está bien preparado el personal de I y D de la organización?			x	
33. ¿Están bien asignados los recursos para I y D?		x		
34. ¿Son adecuados los sistemas de cómputo y de administración de información?			x	
35. ¿Es eficaz la comunicación entre I y D y otras unidades de la organización?	x			
36. ¿Son tecnológicamente competitivos los productos presentes?		x		
SISTEMAS DE INFORMACIÓN COMPUTARIZADOS				
37. ¿Usan todos los gerentes de la empresa el sistema de información para tomar decisiones?			x	
38. ¿Existe en la empresa el puesto de gerente de información o director de sistemas de información?		x		
39. ¿Se actualizan con regularidad los datos del sistema de información?			x	
40. ¿Contribuyen todos los gerentes de las áreas funcionales de la empresa con aportaciones para el sistema de información?		x		
41. ¿Existen claves eficaces para entrar en el sistema de información de la empresa?			x	
42. ¿Conocen los estrategas de la empresa los sistemas de información de empresas rivales?			x	
43. ¿Se ofrecen talleres de capacitación de cómputo a los usuarios del sistema de información?		x		
44. ¿Se mejora constantemente el contenido y la facilidad de uso del sistema de información de la empresa?		x		
45. ¿Utiliza google drive (nube) para el archivo de sus documentos?		x		
46. ¿Su empresa tiene página web?			x	

Instrumento adaptado de: L.A.E. José Antonio Contreras Camarena, Universidad Autónoma del Estado de México Facultad de Contaduría y Administración, Maestría en Administración.¹

¹ Instrumento adaptado de: L.A.E. José Antonio Contreras Camarena, Universidad Autónoma del Estado de México Facultad de Contaduría y Administración, Maestría en Administración.

Tabla de identificación de amenazas "A" y oportunidades "O"			
A	amenazas	O	oportunidades
1	ritmo del crecimiento del sector	1	barrera de salida y de adaptabilidad
2	volumen de compras de la empresa	2	número de clientes
3	grado de diferenciación del prod y ser	3	Entrar en nuevos mercados
4	pirámide poblacional	4	Ciclo económico creciente
5	población de resguardos indígenas	5	Certificación negativa del nombre de la sociedad
6	nuevas empresas en tulua valle		
7	tamaño de empresas vigentes en tulua		
8	tasa de mortalidad por cada 10 habitantes		
9	tasa de fecundidad por cada mil mujeres		
10	tasa de mortalidad infantil		
11	numero de personas secuestradas		
12	numero acumulado de personas secuestradas		
12	numero de personas desplazadas		
14	tasa de hurtos por cada 1000 habitantes		
15	déficit cuantitativo de vivienda		
16	cobertura de educación		
17	cobertura de educación		
18	deserción estudiantil		
19	tasa de repitencia		
20	tasa de mortalidad por cada 10 habitantes		
21	trabajo formal en tulua		
22	entornos y áreas		
23	ambientes y ecosistemas de tulua		
24	amenazas de fenómenos en tulua		
25	amenazas de desastres en tulua		

Fuente:propia

Matriz Foda

<p>empresa cacharrería central Matriz Dofa</p>	<p>Fortalezas (F) - F1 los mercados están eficientemente segmentados - F2 hay resultados en las políticas y procedimientos de control de inventario - F3 la empresa cuenta con buen capital de trabajo</p>	<p>Debilidades (D) - D1 ha disminuido la parte del mercado de la empresa - D2 la empresa no realizó investigación de mercado - D3 la empresa no tiene relación ni con socios ni inversionistas</p>
<p>Oportunidades (O) - O1 Entrar en nuevos mercados - O2 Ciclo económico creciente - O3 barrera de salida y de adaptabilidad</p>	<p>Estrategia FO: f1o1 para la entrada en nuevos mercados se debe estar eficientemente bien segmentado f2o2 implementación de mejores políticas de compra en función al mercado creciente f3o3 a una salida constante y entrada de dinero se debe implementar un buen análisis del fondo de maniobra</p>	<p>Estrategia DO: d1o1 tener un buen conocimiento del consumidor y pedir nuevos productos d2o2 realización de estudio de mercado y plan estratégico d3o3 implementación de contacto para obtener experiencia contactos y recursos</p>
<p>Amenazas (A) - A1 ritmo de crecimiento del sector - A2 volumen de compras de la empresa - A3 nuevas empresas en Toluca</p>	<p>Estrategia FA: f1a1 implementación de plan marketing para conocimiento del mercado f2a2 implementación de una buena gestión financiera para controlar un buen inventario f3a3 un buen análisis financiero para una buena solidez y solvencia</p>	<p>Estrategia DA: d1a1 implementar estrategias de mercado y diseño gráfico d2a2 implementación de la administración financiera en la empresa d3a3 implementación de la inversión para la creación de nuevos negocios</p>

Conclusiones:

- La empresa se encuentra en una situación de cuidado ya que utiliza recursos propios para solventar los recursos del negocio
- La empresa presenta un balance positivo tanto en la parte interna como externa de los análisis presentados en la matriz efe y efi teniendo en cuenta que se necesita abrir redes de expansión en el conocimiento de los productos y la razón social ya que solo es una empresa conocida a nivel municipal
- Puntos a tener en cuenta

Planeación estratégica:

En este apartado se concluye que La implementación un plan estratégico no solo traerá buenas La imagen de la empresa en el comercio y el público, sino que une a todos campo de la empresa. (GONZÁLEZ, 2012)

Recurso humano: En base a las recomendaciones realizadas, Los empleados realizarán un trabajo acorde con sus habilidades, conocimientos y habilidades, salarios acordes con las responsabilidades y Obtenga una evaluación exhaustiva de su trabajo. (GONZÁLEZ, 2012)

Opciones:

Concluyó que hay formas de proveedores y estos colaboran para reducir significativamente Coste de los productos (GONZÁLEZ, 2012)

Innovación y conocimiento: La empresa incrementará su valor a través de las técnicas de estrategia aplicadas y servirá para nuevas ideas (GONZÁLEZ, 2012)

- Financieramente la empresa necesita urgente un administrador financiero ya que la empresa carece de una buena gestión financiera en los inventarios en el manejo de cartera, compras y pagos.

Recomendaciones generales

Se le recomienda a la empresa cacharrería central sa tener en cuenta

- ✚ Aplicación de los procesos administrativos
- ✚ Integración de un plan de marketing para la estrategia de las ventas
- ✚ Aplicación de las etapas del proceso administrativo para los procesos para una mejora de la calidad

Etapa/ concepto	Importancia	Etapa/ proceso	Principio	Técnica
<p>Planeación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinación de escenarios futuros y del rumbo a donde se dirige la empresa, y de los resultados que se pretenden obtener para minimizar riesgos y definir las estrategias para lograr la misión de la organización con una mayor probabilidad de éxito. 	<ul style="list-style-type: none"> • Permite encaminar y aprovechar mejor los esfuerzos y recursos. • Reduce los niveles de incertidumbre. • Permite hacer frente a las contingencias. • Es un sistema racional para la toma de decisiones, evitando las corazonadas. • Es la base para el sistema de control. 	<ul style="list-style-type: none"> • Filosofía • Valores • Visión • Misión • Propósitos • Premisas • Investigación • Objetivos • Estrategias • Políticas • Programas 	<p>Del objetivo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unidad • Objetividad y cuantificación <p>Del cambio de estrategias</p> <ul style="list-style-type: none"> • Flexibilidad 	<p>Cuantitativas</p> <ul style="list-style-type: none"> • CPM • PERT <p>Cualitativas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gráfica de Gantt • Análisis FODA
<p>Organización</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consiste en el diseño y determinación de las estructuras, procesos, funciones y responsabilidades, así como del establecimiento de métodos, y la aplicación de técnicas tendientes a la simplificación del trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Suministra los métodos para que se puedan desempeñar las actividades eficientemente. • Reduce costos e incrementa la productividad. • Reduce o elimina la duplicidad de funciones. 	<p>División del trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jerarquización • Departamentalización • Descripción de funciones <p>Coordinación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Via jerárquica • Tramo de control • Delegación • Simplificación • Unidad de mando • Especialización 	<ul style="list-style-type: none"> • Organigramas • Manuales • Diagramas de flujo o de procedimiento • Carta de distribución del trabajo • Análisis de puestos
<p>Integración</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selección y obtención de los recursos necesarios para ejecutar los planes. • Comprende recursos materiales, humanos tecnológicos y financieros. 	<ul style="list-style-type: none"> • De la calidad de los insumos dependen los resultados: implica una reducción de costos. • Correcta selección de recursos humanos. • Especificación de las características, cantidades y calidad de los recursos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de necesidades y requerimientos de los recursos, estándares de calidad y tiempos • Determinación de fuentes de abastecimiento • Elección de proveedores • Selección de recursos de acuerdo a estándares 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de requisitos • Proveedor confiable • Adecuación • Calidad 	<p>Recursos humanos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exámenes psicométricos • La entrevista • El análisis de puestos <p>Otros recursos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuantitativas • Cualitativas

<p>Dirección</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es la ejecución de todas las etapas del proceso administrativo mediante la conducción y orientación del factor humano, y el ejercicio del liderazgo hacia el logro de la misión y visión de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecución de actividades. • Toma de decisiones. • Comportamiento, actitudes y conductas adecuadas. • Influir, guiar o dirigir a grupos de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones • Motivación • Comunicación • Liderazgo 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechamiento del conflicto • Resolución del conflicto • Del objetivo de la supervisión directa • De la vía jerárquica 	<p>Cuantitativas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelos matemáticos • Programación lineal • Estadística • Camino crítico <p>Cualitativas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tormenta de ideas • Delphi
<p>Control</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento de los estándares para evaluar los resultados obtenidos, con el objeto de comparar, corregir desviaciones, prevenirlas y mejorarlas continuamente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sirve para comprobar la efectividad de la gestión. • Promueve el aseguramiento de la calidad. • Protege los activos de la empresa. • Establece las medidas para prevenir errores, reducir costos y tiempo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento de estándares • Medición • Corrección <p>Retroalimentación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • De la función controlada • De las desviaciones • Autocontrol • Excepción 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de información • Gráficas y diagramas • Estudio de métodos • Indicadores • Control interno • Métodos cuantitativos

(Rosas, 2010)

- ✚ Aplicación de la administración financiera en la organización
 - ✚ Análisis del control interno de la entidad para ver si en la aplicación de los procesos hay desviaciones o se deben aplicarse mitigaciones a los mismos
 - ✚ Aplicación de las finanzas corporativas con diferentes enfoques
 - ✚ Aplicación de la innovación

Bibliografía

- acero, l. c. (2016). *direccion estrategica*. Bogota colombia: Ecoe ediciones.
- Acero, l. c. (2016). *direccion estrategica*. Bogota: Ecoe ediciones.
- Ackoff, R. I. (1997). *administracion estrategica*.
- bogota, c. d. (2017). *Colombia: los retos de la industria textil en 2017*. bogota.
- bustos bedoya marcela yuli, g. d. (2013). *propuesta de un plan estrategico para la empresa fuundelec ltda para afrontar el impacto del tlc entre colombia y estados unidos*. santiago de cali.
- carlos, g. p. (2015). *Diseño de un plan estrategico*. Bucaramanga.
- colombia, s. p. (2021). *actualidad economica*.
- dane. (2007-2013). *sura*.
- dane. (2016). *2016, Un Año de Incertidumbres para el Sector Textil*.
- dane. (2019). *Encuesta Mensual manufacturera, Anexos, diciembre 2018. Elaborado por Grupo de Estudios*.
- dane. (2019). *Encuesta Mensual manufacturera, Anexos, Diciembre 2018. Elaborado por Grupo de Estudios*.
- dane. (2019). *Boletín Técnico. PIB a 28/02/2019. * P: provisional; Pr: preliminar*. bogota.
- fayol, H. (1916). *administracion estrategica*.
- frederly, n. n. (2018). *diseño de plan estrategico para la empresa servisuministros*. cucuta santander.
- Hampton, D. (1989). *administracion estrategica*.
- loza, n. (2017). *plan estrategico para la empresa serviexpress dedicada al servicio tecnico automotriz en guayaquil*. guayaquil.

- padilla, M. c. (2014). *analisis financiero*. Bogota: Ecoe ediciones.
- pais, e. (2015). *La industria textil acumula un crecimiento de casi el 5% en 2015*. madrid.
- propia, f. (s.f.).
- Rosensweig, F. k. (1987(1979)). *administracion estrategica*.
- scott. (2013).
- scott, a. (2013). *planificacion estrategica*.
- sectorial. (2016). *2016, Un Año de Incertidumbres para el Sector Textil*.
- snell, T. B. (2005(1990)). *administracion estrategica*.
- sociedades, s. d. (2019). *COMPORTAMIENTO DEL SECTOR TEXTIL*. bogota.
- Terry, G. R. (1976). *administracion estrategica*.
- tiempo, e. (6 octubre 2015). *El potencial de las confecciones y textiles elaborados en el Valle*.
cali: el tiempo.
- urdinola arroyave carlos andres, q. s. (2001). *plan estrategico para la empresa serviexpress
dedicada al servicio tecnico automotriz en la ciudad de guayaquil*.
- Vásquez Álvarez cesar agosto, M. A. (2000). *plan estrategico para la empresa inversiones*.
Tulua valle.
- vasquez alvarez cesar agosto, m. a. (2000). *propuesta del plan estrategico para la empresa
inversiones ltda en el municipio de tulua valle en el periodo 2001-2003*. tulua-valle.
- velasquez, j. p. (2016). *SECTOR TEXTIL EN COLOMBIA: UN ANÁLISIS DE LAS
IMPORTACIONES Y*. bogota.

D.R. © 2010 por Pearson Educación de México, S.A. de C.V. Atlacomulco 500-5o. piso
Col. Industrial Atoto 53519, Naucalpan de Juárez, Edo. de México E-mail:
editorial.universidades@pearsoned.com

