

Propuesta de un plan estratégico para la empresa de servicios tecnológicos Microtech  
Computación y Tecnología S.A.S. del municipio de Tuluá Valle del Cauca

Carolina Cruz Pulido

Ana María Gutiérrez

Unidad Central del Valle del Cauca  
Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables  
Programa de Administración de Empresas  
Tuluá-Valle  
2023

Propuesta de un plan estratégico para la empresa de servicios tecnológicos Microtech  
Computación y Tecnología S.A.S. del municipio de Tuluá Valle del Cauca

Carolina Cruz Pulido

Ana María Gutiérrez

Director trabajo de grado

Yanier Alberto Hernández Trujillo

Codirector trabajo de grado

Claudia Milena Gómez

Unidad Central del Valle del Cauca

Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables

Programa de Administración de Empresas

Tuluá-Valle

2023

**NOTA DE ACEPTACIÓN**

---

---

---

---

Director del programa

---

Director del proyecto

---

Jurado 1

---

Jurado 2

Tuluá, 2023

## **Resumen**

El plan estratégico con el pasar de los años, se ha venido convirtiendo en una herramienta fundamental; la cual permite crear el diseño y la construcción del futuro de una empresa, a pesar de las situaciones imprevistas que se puedan presentar. De ahí que se considera importante puesto que plasma la dirección que se le quiere dar a la organización, generando al mismo tiempo unas sinergias en el personal, que a su vez hacen que se logren alcanzar los objetivos propuestos.

Por consiguiente, por medio de éste se proponen acciones a largo plazo, es decir, que se amplía la posibilidad de enfrentar los retos con mayor precisión, sobreponiéndose a las dificultades que surjan y siguiendo en todo momento el camino hacia el posicionamiento en el respectivo mercado, que cada vez es más exigente.

Por tanto, es que se decide realizar una investigación direccionada a promover la creación de una propuesta de plan estratégico para la empresa prestadora de servicios tecnológicos: Microtech; buscando así consolidar una gestión que alcance las metas propuestas, tanto en planes como en proyectos.

### **Palabras Claves**

Competitividad, estrategias, mejoramiento, plan

## **Abstract**

The strategic plan, over the years, has become a fundamental tool; which allows to create the design and construction of the future of a company, despite the unforeseen situations that may arise. Hence, it is considered important since it reflects the direction that is to be given to the organization, generating at the same time some synergies in the personnel, which in turn make it possible to achieve the proposed objectives.

Therefore, through this, long-term actions are proposed, that is, the possibility of facing challenges with greater precision is expanded, overcoming the difficulties that arise and following at all times the path towards positioning in the respective market, which is increasingly demanding.

Therefore, it is decided to carry out an investigation aimed at promoting the creation of a proposal for a strategic plan for the company that provides technological services: Microtech; thus seeking to consolidate a management that achieves the proposed goals, both in plans and projects.

## **Keywords**

Competitiveness, strategies, improvement, plan

## Contenido

<b>Introducción</b> .....	9
<b>1. Planteamiento del problema</b> .....	11
<b>1.1 Descripción del problema</b> .....	11
<b>1.2 Pregunta de Investigación</b> .....	12
<b>2. Justificación</b> .....	13
<b>3. Objetivos</b> .....	14
<b>3.1 Objetivo General</b> .....	14
<b>3.2 Objetivos Específicos</b> .....	14
<b>4. Marco Referencial</b> .....	15
<b>4.1 Marco de Antecedentes</b> .....	15
<b>4.2 Marco Teórico</b> .....	17
<b>4.3 Marco Conceptual</b> .....	21
<b>4.4 Marco Contextual</b> .....	21
<b>4.5 Marco Geográfico</b> .....	22
<b>4.6 Marco Histórico</b> .....	22
<b>4.7 Marco Legal</b> .....	23
<b>5. Metodología</b> .....	25
<b>5.2 Método de investigación</b> .....	25
<b>5.3 Fuentes de información</b> .....	25
<b>Fuentes Primarias.</b> .....	25
<b>Fuentes Secundarias</b> .....	26
<b>6. Diagnóstico Interno de la empresa Microtech</b> .....	26
<b>Estrategias de mejoramiento y competitividad para la empresa Microtech</b> .....	37
<b>Costo beneficio generado con la puesta en marcha del plan estratégico de la empresa de servicios tecnológicos Microtech</b> .....	50
<b>Conclusiones</b> .....	52
<b>Recomendaciones</b> .....	53
<b>Referencias</b> .....	54

## **Lista de figuras**

Figura 1. Diagnóstico Estratégico	25
Figura 2. Modelo lineo funcional	28
Figura 3. Organigrama	29
Figura 4. Enfoque de la planeación estratégica	37
Figura 5. Pasos para llevar a cabo un diagnóstico	38
Figura 6 Estrategias	39
Figura 7. Ciclo PHVA	40
Figura 8. Paso de implementación de sistema de gestión documental	43
Figura 9. Componentes del Sistema de Gestión Documental	45

## **Lista de imágenes**

Imagen 1. Fachada de la empresa	32
Imagen 2. Área de mantenimiento de equipos	33
Imagen 3. Sala de ventas	34



## **Introducción**

La competitividad es una de las amenazas que día a día impacta la dinámica organizacional, razón por la cual es fundamental, que los gestores de las organizaciones se den a la tarea de estructurar planes, en los cuales se planteen acciones que conlleven a alcanzar objetivos, destacándose el aumento de las ventas, la generación de ingresos y el posicionamiento en el sector en donde participan.

Debido a la importancia de este enfoque es que se decide direccionar la investigación a la formulación de una propuesta de un plan estratégico para la empresa de servicios tecnológicos Microtech Computación y Tecnología S.A.S. del municipio de Tuluá Valle del Cauca, es decir que, con el desarrollo de este propósito se busca entregar a los administradores de este negocio una serie de alternativas para que dinamicen su funcionamiento; consiguiendo en un mediano plazo un posicionamiento en el mercado que se refleje en rentabilidad.

Para alcanzar este logro, en un primer momento se elabora un diagnóstico interno de la empresa, por medio del cual se detectan puntos fuertes y débiles, los cuales sirven de base para que se formulen las estrategias.

Así que, fundamentados en los hallazgos del diagnóstico se proponen estrategias de mejoramiento y competitividad para la empresa, las cuales van direccionadas a cada una de las áreas, puesto que se es consciente de la importancia de crear una sinergia entre las mismas, que permita potenciar las metas propuestas.

Después de formular las estrategias, se hace necesario consolidar un análisis del costo – beneficio, que permite determinar el impacto de cada una de las mismas en nivel de rentabilidad, que al final es uno de los objetivos básicos de las empresas.

Cada una de estas etapas se desarrolló apoyándose en los lineamientos del tipo de estudio descriptivo, puesto que dio la posibilidad de exponer detalladamente cada uno de los hallazgos a los que hubo lugar, en el desarrollo del trabajo de campo. Igualmente, se aplicó el enfoque Mixto que permitió analizar variables cuali y cuantitativas.

Entonces, cada una de estas etapas elaboradas de manera secuencial conlleva a estructurar un plan estratégico, el cual se consolide en una guía para ser aplicado en la empresa, contribuyendo a que haya una mejora continua reflejada en competitividad, posicionamiento y rentabilidad.

## **1. Planteamiento del problema**

### **1.1 Descripción del problema**

La empresa objeto de estudio pertenece al sector de la tecnología informática desde el año de 1998, caracterizándose por ofertar a los clientes un portafolio amplio de servicios que les permite acceder a diferentes ventajas, contribuyendo a su desarrollo y competitividad con dos propósitos que en el momento actual son claves para estar vigentes en un mercado cambiante.

Así que en esta, desde sus inicios la persona encargada se ha dado a la tarea de indagar en el mercado en la búsqueda de detectar las necesidades de los clientes; lo cual ha sido positivo, puesto que cada uno de estos se han convertido en el referente para ofertar servicios que generen satisfacción y a la vez, conlleven a maximizar la rentabilidad al final de cada periodo.

Es importante señalar, que los servicios ofertados en el portafolio de la empresa, se fundamentan en la eficiencia y calidad, ya que el propósito de la misma es convertirse en una aliada estratégica de las empresas que demandan sus servicios.

No obstante, en el caso del servicio de la gestión documental se ha podido determinar que existen algunos aspectos por ajustar, que conlleven a que tanto en la empresa como en los clientes que demanden los servicios, puedan realizar un debido manejo de la información, consiguiendo

acceder a certificaciones como la de la ISO 9001: 2015 establecida para aquellas organizaciones que apoyan su dinámica en un flujo de información

Es decir, que se ha podido determinar que en torno a la prestación de este servicio se carece de una visión a largo plazo, que se delimite en los preceptos de una propuesta de un plan estratégico. O sea, que en torno a éste solo se ha consolidado un proyecto a corto plazo, que no da lugar a direccionar los recursos desde una perspectiva estratégica.

Por consiguiente, no crear una propuesta estratégica en la empresa objeto de estudio, da lugar a que en un largo plazo no se alcance eficiencia y eficacia en el proceso de gestión documental interno y en el que se les ofrece a los clientes; puesto que no se toman decisiones que permitan consolidar alianzas estratégicas que conlleven al fomento de la planeación y organización en el manejo de la información, dos ejes claves para potenciar la competitividad de dicha empresa.

## **1.2 Pregunta de Investigación**

¿Qué aspectos deben tenerse en cuenta en la formulación de una propuesta de un plan estratégico para la empresa de servicios tecnológicos Microtech Computación y Tecnología S.A.S. del municipio de Tuluá Valle del Cauca?

## **1.3 Sistematización del problema**

- ✓ ¿De qué manera elaborar un diagnóstico interno de la empresa Microtech de Tuluá Valle del Cauca?
- ✓ ¿Cuáles estrategias coadyuvan al mejoramiento y competitividad para la empresa Microtech?

- ✓ ¿Cuál es el costo beneficio generado con la puesta en marcha del plan estratégico de la empresa de servicios tecnológicos Microtech?

## **2. Justificación**

Toda organización por grande o pequeña que sea, requiere de la formulación de un plan estratégico que le permita alcanzar los objetivos y metas planteadas a corto, mediano o largo plazo, en pro del correcto desarrollo de toda la organización.

De ahí que la realización de la investigación, es de suma importancia puesto que permitirá establecer una serie de escenarios a largo plazo, que a su vez se convertirá en referente para que la gerencia de la empresa Microtech sea dinámica, visionaria y estratégica; pudiendo lograr cada una de las metas propuestas en los diferentes planes y proyectos que sean debidamente propuestos.

Por tanto, se considera que la realización de dicha investigación es positiva para la misma, porque le permite consolidar una gerencia proactiva y estratégica; a través de la cual se trabaje por el tener un equilibrio general en sus acciones. Además de que permite como profesionales en el campo de la Administración de Empresas, contribuir en el fortalecimiento del conocimiento que existe sobre una temática muy requerida en el momento actual, para hacer que las empresas sean más competitivas.

### **3. Objetivos**

#### **3.1 Objetivo General**

Formular una propuesta de un plan estratégico para la empresa de servicios tecnológicos Microtech Computación y Tecnología S.A.S. del municipio de Tuluá Valle del Cauca.

#### **3.2 Objetivos Específicos**

- ✓ Elaborar un diagnóstico interno de la empresa Microtech
- ✓ Proponer estrategias de mejoramiento y competitividad para la empresa Microtech
- ✓ Analizar el costo beneficio generado con la puesta en marcha del plan estratégico de la empresa de servicios tecnológicos Microtech

## **4. Marco Referencial**

### **4.1 Marco de Antecedentes**

En la actualidad, el reconocimiento por parte de las diferentes empresas u organizaciones, de la importancia que tiene la aplicación de un plan estratégico en sus actividades, se ha venido convirtiendo en algo fundamental; siempre que se ha reconocido que es por medio de éste que se puede llegar a obtener una mayor ventaja competitiva dentro del mercado correspondiente. Siendo esta la razón por la que se hace necesario analizar investigaciones similares, es decir, aquellos trabajos donde se hayan manejado las mismas variables o se hayan propuesto objetivos similares y permiten hacer comparaciones, así como también tener ideas sobre cómo se trató el problema en la determinada oportunidad.

Así, fundamentándose en esta contextualización, en adelante se mencionan algunas investigaciones que se han realizado en el campo académico acerca de la implementación de la Planeación estratégica; las cuales sirven de guía para el desarrollo del trabajo de grado propuesto.

En un primer lugar, se encuentra aquel denominado “Propuesta de Planeación Estratégica para la empresa Alberto Rendón Castrillón/ LAVASALUD&DIST, elaborado por Luisa Natalia

Bedoya y Jennifer Paola Zuluaga, en la Universidad Tecnológica de Pereira (2015). En éste se aplicó el método descriptivo, permitiendo hacer una caracterización de la empresa, en busca de lograr la identificación de los puntos fuertes y débiles de la misma; los cuales fueron utilizados para formular dicho plan estratégico.

Observándose también, que en éste se aplicaron herramientas administrativas como la matriz DOFA, EFE y EFI, las que son claves en el momento que se va a llevar a cabo un análisis interno y externo dentro de una empresa. Sumado al hecho de que, como instrumento de recolección de información, en dicha investigación se aplicaron fuentes primarias tales como: la encuesta y la entrevista; consiguiendo así recolectar una información, que después de ser analizada permitió formular conclusiones enfocadas en darle respuesta a la pregunta de investigación.

En segundo lugar, se encuentra la tesis que tiene por título “Planificación estratégica como una herramienta de gestión para promover la competitividad en la empresa KAWA MOTORS, elaborada por Adriana Elizabeth Barreiros en la Universidad de Guayaquil Ecuador (2021). El cual, por ser un tipo de trabajo descriptivo, aborda un marco teórico como primera medida, en donde contextualiza acerca de la Planeación Estratégica y las ventajas que trae consigo su aplicabilidad en las empresas.

En el desarrollo del mismo se hace un estudio situacional de la empresa, que se estructura mediante la aplicabilidad de matrices como la de Impacto, DOFA y otras más que permiten reconocer las debilidades, fortalezas y otros elementos más, que son esenciales a la hora de estructurar un plan estratégico, que permita trabajar en el mejoramiento continuo de las empresas.

Sin dejar de lado, el trabajo de grado, titulado: “Diseño del plan estratégico 2013-2017 de la empresa Patricia Ramírez, elaborado por Lourdes Patricia Mendoza, en la universidad de



Cartagena (2014). En el que se hace un debido diagnóstico situacional de la empresa, a partir del cual se estructura un plan estratégico que consta de objetivos y estrategias direccionados a la búsqueda del mejoramiento continuo en cada una de las áreas.

De ahí que la revisión de estos trabajos sirve de guía para dar un direccionamiento a la investigación; permitiendo así que al final se planteen unas conclusiones que den respuesta a la problemática analizada.

## **4.2 Marco Teórico**

La planeación es una de las cuatro etapas que conforma el proceso administrativo, que a través de los años se ha consolidado en el pilar fundamental para que las empresas sean altamente competitivas. En palabras de Fayol (2018):

Los administradores deben planificar sus actividades para condiciones futuras, deben desarrollar objetivos estratégicos y asegurar el logro de los objetivos. Por lo tanto, se deben evaluar futuras contingencias que afectan a la organización, y dar forma al panorama futuro ya sea operacional o estratégico de la empresa.

Lo expuesto por el representante de la Teoría Clásica, permite reconocer que la planeación se consolida en la plataforma que impulsa a las empresas para que cada día emprendan mejoras en sus procesos; consiguiendo optimizar sus objetivos a mediano y largo plazo.

En la búsqueda de conseguir dichos beneficios, Fayol (2018): “Una de las maneras de trazar la planificación es: definir claramente un problema, estudiar las experiencias pasadas y para prever el futuro, determinar diferentes formas para actuar, seleccionar la mejor, asignar los recursos, prepararse para posibles situaciones adversas”.

Por su parte, Chiavenato (2000) expone: “La planeación es la función administrativa que determina anticipadamente cuáles son los objetivos que deben alcanzarse y qué debe hacerse para alcanzarlos. Se trata entonces de un modelo teórico para la acción futura. Empieza por la determinación de los objetivos y detalla los planes necesarios para alcanzarlos de la mejor manera posible.

Dichos planteamientos teóricos con el pasar de los años fueron siendo sometidos a ajustes, buscando que tuvieran una mejor aplicabilidad a los requerimientos de un nuevo mercado que es cada vez más exigente y es precisamente, allí cuando Garrido en su libro titulado Dirección estratégica estipula que:

La planeación estratégica es un “proceso secuencial e iterativo”, que implica saber dónde está “hoy” la organización, hacia dónde quiere ir y cuál es la mejor forma para llegar, por lo que es necesario involucrar tanto las áreas corporativas (de mayor nivel), como las de negocio (de mediano nivel) y las funcionales u operativas (de nivel inferior), para que trabajen de manera mancomunada, en busca de lograr los objetivos propuestos.

De igual manera Garrido (2018) afirma que:

La planeación estratégica debe ser “dinámica y flexible”, considerar planes que puedan implementarse, atender las respuestas del entorno y establecer mecanismos claros para el seguimiento y control de dicha planeación, de manera tal que se asegure “la confianza de la organización y la motivación de las personas para el cambio.

Cada planteamiento permite reconocer que aplicar los lineamientos de la Planeación Estratégica en la realización de las diferentes funciones de las empresas trae consigo ciertos beneficios, según Mintzberg (1999), entre los que se pueden mencionar los siguientes:

- Obtener el compromiso de la alta dirección.
- Conseguir la intervención de mejoramiento.
- Asegurar la participación de los empleados en equipo.
- Lograr la colaboración individual.
- Crear equipos para el mejoramiento de los sistemas y proceso.
- Establecer actividades que aseguren la calidad.
- Desarrollar e implementar planes de mejoramiento a corto plazo, así como una estrategia de mejoramiento a largo plazo.
- Definir un sistema de reconocimientos.

Para el logro de cada uno de estos beneficios, es necesario que en la empresa se establezca un modelo de gerencia estratégica, pues este permite que se consolide un modelo de gestión en cascada que involucra todos los niveles de la organización; reconociendo así, con mayor precisión las falencias y a partir de estas emprender un cambio fundamentado en sólidas estrategias. En palabras de Serna (2008):

Proceso mediante el cual una organización define su visión de largo plazo y las estrategias para alcanzarla a partir del análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Supone la participación activa de los actores organizacionales, la obtención permanente de información

sobre sus factores claves de éxito, su revisión, monitoria y ajustes periódicos para que se convierta en un estilo de gestión que haga de la organización un ente proactivo y anticipatorio

Es importante, tener la claridad que para llevar a la aplicabilidad cada uno de estos conceptos es necesario que se estructure un plan estratégico; entendiéndose este como: “Un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo. Esta programación se plasma en un documento de consenso donde concretamos las grandes decisiones que van a orientar nuestra marcha hacia la gestión excelente”.

La realización de dicho plan estratégico da lugar a que en las empresas se logre:

Afirmar la organización

- Descubrir mejor la organización
- Aclarar ideas futuras

Por consiguiente, es preciso mencionar que para que este plan contribuya a mejorar la eficiencia en el desarrollo de las actividades de la empresa es necesario que se desarrollen una serie de pasos de manera secuencial, entre los que son relevantes los siguientes.

- ¿Expresar qué es la empresa? y ¿Cómo será mañana?
- Revisar ¿Cómo se encuentra la empresa?
- Reconocer ¿Cómo se va a lograr la visión?
- Formular unos objetivos que se acoplen a la misión de la empresa
- Formular estrategias que se hilen al direccionamiento de la empresa
- Estipular tiempos de cumplimiento de las metas y objetivos

Por tanto, la aplicabilidad de la planificación y formulación de planes estratégicos en las empresas, se consolida actualmente como una de las ventajas competitivas de mayor importancia para las organizaciones; puesto que les permite siempre visionar un futuro más amplio, en donde hay innumerables oportunidades que, al ser bien aprovechadas, aseguran su permanencia en un mercado tan exigente como el actual.

### 4.3 Marco Conceptual

- ✓ **Direccionamiento Estratégico:** Instrumento metodológico que define los insumos con los que se cuenta para llevar a cabo una planeación empresarial adecuada.
- ✓ **Estrategia:** Serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones, para poder conseguir buenos resultados.
- ✓ **Planeación Estratégica:** enfoque de análisis que permite intervenir una empresa con el objetivo de fortalecer los procesos de gestión y obtención de resultados
- ✓ **Proactividad:** Actitud asumida para proponer y desarrollar procesos de mejoramiento para la empresa
- ✓ **Ventaja Competitiva:** capacidad desarrollada por una empresa para sobreponerse a la competencia a través de técnicas definidas

### 4.4 Marco Contextual

El desarrollo de la investigación se llevará a cabo en la empresa MICROTECH ubicada en el municipio de Tuluá - Valle del Cauca que tiene como misión llegar a ser parte integral de las necesidades que tenga la comunidad, en cuanto a la interacción con los sistemas y también con la ampliación del conocimiento que tenga el personal administrativo u operativo, técnico sobre el tema tecnológico.

#### **4.5 Marco Geográfico**

La empresa en donde se realizará el trabajo de investigación se encuentra ubicado en el municipio de Tuluá Valle que está ubicado en la zona Centro del Departamento Del Valle del Cauca a 102 km. De Cali, a 172 km de Buenaventura y a 24 km de Buga. Es atravesado de sur a norte por el río Tuluá. En este municipio según datos del DANE se cuenta con aproximadamente 206. 610 habitantes.

#### **4.6 Marco Histórico**

Microtech inició sus actividades en el año 1998, por lo cual ya cuenta con 25 años de presencia y trayectoria en el mercado. Desde el comienzo de este proyecto el Señor John Jairo Ortiz se enfocó en ser parte de la solución y no del problema en cuánto a la parte técnica de los computadores e impresoras. Dedicándose también al suministro de computadores, accesorios, repuestos, entre otros.

Con el transcurso de los años se han ido implementando más funciones en el departamento técnico y proyectos de infraestructura, con el objetivo de proveer a sus clientes corporativos una solución integral a sus necesidades. Microtech actualmente cuenta con un excelente grupo de

trabajo, lleno de valores y responsabilidad; el cuál se enfoca constantemente en conocer y aprender nuevas metodologías de trabajo para brindarles a sus clientes el mejor servicio y poder darles una solución a sus problemas en el menor tiempo posible y que se sientan seguros y confiados de que sus equipos de cómputo están en las mejores manos. Teniendo en cuenta las nuevas tecnologías y estrategias que nos ahondan hoy en día para un mejor servicio.

Sin dejar de lado el apoyo familiar a través de estos años donde han sido un pilar fundamental para la continuación y creación de esta empresa. Ya que su esposa e hijos han sido la motivación de lo que es hoy en día esta gran empresa.

Recientemente, aproximadamente 9 meses atrás, se convirtió en una SAS, régimen simple de tributación; donde hace algunos años atrás no se hubieran arriesgado a hacerlo, pero que hoy en día es más el crecimiento que ha venido teniendo la empresa lo que los conlleva a adentrarse en este proceso que ha sido de aprendizaje para todos.

Teniendo claro en todo momento que su objetivo principal, es el de lograr una mejora constante en todas las actividades que desarrollan con el fin de entregar un servicio eficaz, que asegure una entrega en el menor tiempo estipulado, con su correspondiente asesoramiento y seguimiento en el trabajo realizado; asegurándole al cliente una garantía que a su vez le dé mayores satisfacciones.

#### **4.7 Marco Legal**

Dentro del Marco Legal definido para este proyecto se plantea lo estipulado en la Constitución Política de Colombia., Título XII del régimen económico y de la hacienda pública, Artículo 333,

donde se establece la libertad económica y toma la empresa como la base para el desarrollo y la función social que implican sus actividades y obligaciones.

Además de que se rige toda acción al Decreto 410 de 1971, a través del cual se expide el Código de Comercio; el cual le da aplicabilidad a la ley para los comerciantes y cada uno de los asuntos mercantiles que llevan a cabo.

Sumando a lo expuesto en la Ley 905 de 2004, que estipula las disposiciones necesarias para que se promueva el desarrollo integral de la micro, pequeña y mediana empresa en el país, teniendo en consideración las aptitudes necesarias para lograr la integración de sectores económicos y el aprovechamiento productivo de los pequeños capitales



## **5. Metodología**

Para el diseño de la investigación se aplicó los lineamientos del enfoque descriptivo, que permitió mostrar cada uno de los datos obtenidos al realizar el trabajo de campo, al igual que aquellos a que haya lugar en la revisión documental.

### **5.2 Método de investigación**

Se aplicó el método mixto, que da la posibilidad de abordar la temática de manera general e ir la desglosando, logrando formular conclusiones que den respuesta al interrogante de investigación

### **5.3 Fuentes de información**

**Fuentes Primarias.** Se aplicará entrevista para recolectar información sobre los procesos que se desarrollan en la empresa Microtech

**Fuentes Secundarias.** Documentos de la empresa, libro y trabajo de grado que guarden similitud con la investigación

## **6. Diagnóstico Interno de la empresa Microtech**

Las organizaciones se encuentran inmersas en un mercado cambiante y competitivo; razón por la cual se hace necesario que los encargados de direccionarlas se den a la tarea de fundamentar su gestión en la planeación, una de las funciones del proceso administrativo. Esta da lugar a que haya un cuestionamiento permanente acerca de ¿Dónde se está?, ¿dónde se quiere llegar? y ¿cómo hacerlo?, es decir, que se crea una intención de cambio para dar respuesta a estos interrogantes; emprendiendo un camino hacia el posicionamiento en el sector en donde se participa.

Es preciso señalar, que para el éxito de esta planeación es necesario que el encargado de la misma realice un diagnóstico previo, puesto que en este se reconoce los puntos fuertes y débiles de la empresa, que se consolidan en la base para articular las estrategias direccionadas a una mejora continua en cada una de las áreas.

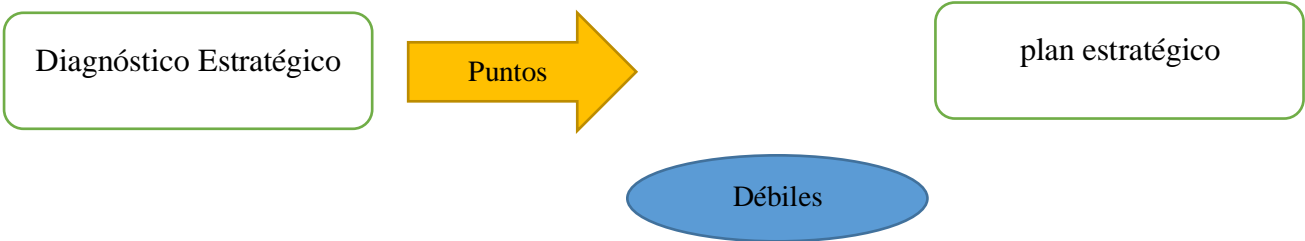
Enfatizando en la importancia del diagnóstico, es pertinente referenciar que:

Figura 1.

Diagnóstico Estratégico



Fuertes



Fuente, Propia

Como se refleja en la figura, el diagnóstico es un estudio de obligatoriedad, puesto que permite se haga un sondeo en el interior de la organización detectando sus puntos fuertes, los cuales sirven de base para contrarrestar las amenazas y aprovechar las oportunidades que se dan en el entorno. Igualmente, los puntos débiles conllevan a reevaluar procesos, buscando que en un mediano plazo cada uno de esto se consoliden en un detonante de rentabilidad.

Teniendo claridad acerca de la importancia de la realización del diagnóstico, es fundamental en un primer momento ahondar en el manejo que los encargados de dirigir la empresa le han dado al direccionamiento estratégico, que es un componente esencial de la gestión, puesto que el mismo da lugar a que se trace una ruta a seguir para llegar a unos objetivos a mediano y largo plazo, en los cuales se destaca el posicionamiento y la rentabilidad.

Con relación a este elemento, que como se ha dicho establece el rumbo que se da la organización es fundamental referenciar que en la empresa objeto de estudio se han estipulado los siguientes lineamientos con el fin de estar vigentes en el mercado.

### **Misión**

Somos una organización con más de 25 años de experiencia en el sector de las tecnologías y telecomunicaciones. Tenemos atención especializada para nuestros usuarios, permitiéndoles una

experiencia única basada en sus necesidades. Puedes comunicarte con nosotros y tendremos el gusto de poder orientarte. En MICROTECH somos parte de la solución.

## **Visión**

Ser cada vez una empresa innovadora y visionaria, ampliando el portafolio de productos y/o servicios con el fin de dar respuesta a las necesidades y expectativas de los clientes, consiguiendo cada día un mayor grado de reconocimiento, fidelidad y posicionamiento en el sector en donde participa.

## **Valores y principios**

**Liderazgo participativo.** Se busca crear espacios en donde intervenga el personal con el fin de que ellos den claridad acerca de la satisfacción e insatisfacción de los clientes, puesto que son cada uno de los mismos los que tienen una mayor cercanía con ellos.

**Responsabilidad.** En esta empresa los empleados tienen conciencia que es solo dando una buena imagen a los clientes, que se logra atraerlos y fidelizarlos, potenciación cada vez su posicionamiento.

**Eficiencia.** Se busca en todo momento dar solución a cada una de las exigencias de los clientes, dando satisfacción.

**Trabajo en equipo.** Se es consciente de que este tipo de trabajo garantiza la consecución de objetivos y metas.

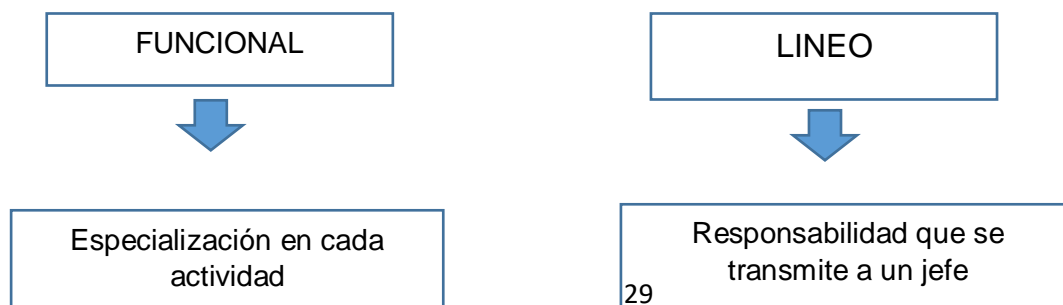
Sumado a esto, se debe resaltar que en la empresa se ha venido aplicando desde sus inicios un modelo jerárquico delimitado en los preceptos de aquel denominado Lineo – funcional, que trae consigo innumerables ventajas, destacándose aquellas relacionadas con la promoción de la comunicación en dos sentidos y la buena escucha, las cuales contribuyen a que haya un proceso de toma de decisiones idóneo, que ha permitido afrontar los retos del mercado, lo cual se refleja en la permanencia en el mercado por más de 25 años.

Sin duda, la aplicabilidad de este modelo les ha permitido a los directivos de la empresa acceder a las siguientes ventajas:

- ✓ Se cuenta con un trabajo en equipo representativo.
- ✓ Comunicación fluida
- ✓ Toma de decisiones
- ✓ Especialización en las áreas

Figura 2.

Modelo lineo funcional



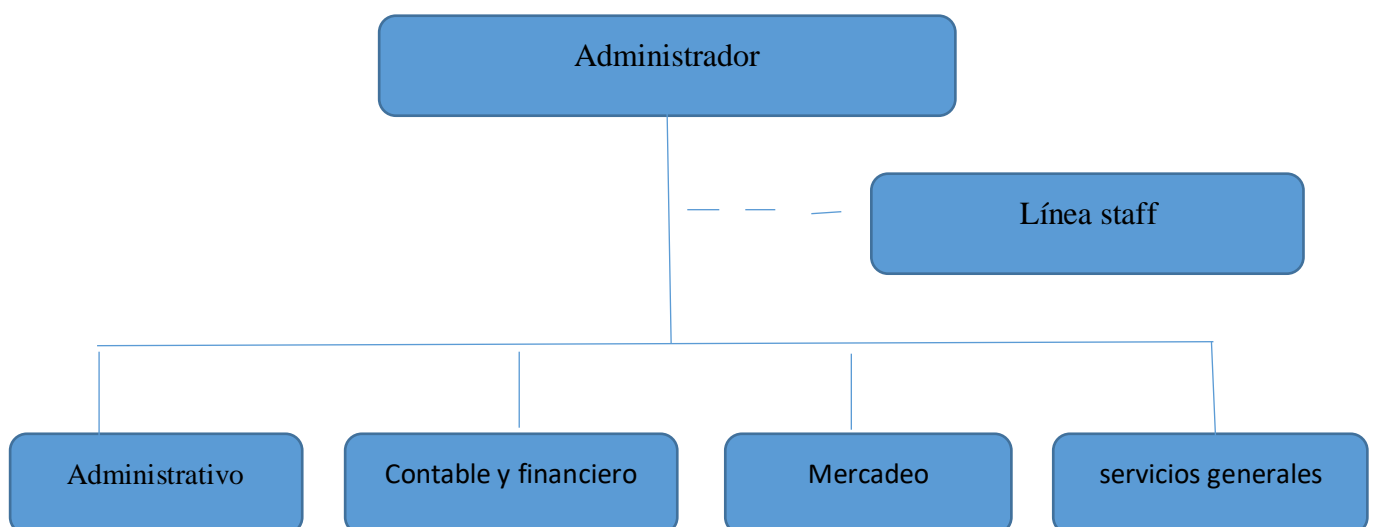
Fuente. <https://www.webyempresas.com/organizacion-funcional-ventajas-y-desventajas/>

La figura permite reconocer que la integración de los modelos conlleva a que en la empresa durante el tiempo de funcionamiento se haya venido dando respuesta acertada a cada uno de los retos del mercado.

Por tanto, la aplicabilidad de estos lineamientos es de importancia, en la empresa, puesto que da lugar a que haya un enlace entre cada una de las áreas; lográndose dar respuesta a las necesidades de los clientes, que al final es el factor determinante para gozar de reconocimiento en el mercado.

Figura 3.

Organigrama



Fuente propia

Como se puede reconocer en el organigrama se encuentran estipuladas áreas especializadas que como se ha referido son una de las características del modelo lineo – funcional.

Es importante referenciar que, hasta el momento se ha relacionado todo aquello que mediante la observación y revisión de documentos se ha podido identificar. Es decir, que en el desarrollo de este proceso se ha encontrado la documentación requerida por las entidades reguladoras de la actividad comercial, como lo son la Cámara de Comercio.

De ahí que, se pueda afirmar el compromiso de los directivos de tener en el mercado una empresa consolidada dentro de los parámetros normativos, garantizando con esto el bienestar de las personas que la integran.

Sumado a esto, y en la búsqueda de tener un conocimiento sobre los puntos fuertes y débiles de la empresa, se llevó a cabo la realización de la entrevista que permitió obtener la siguiente información.

Adentrándose a los resultados obtenidos, se debe enfatizar en que los directivos de la empresa han buscado en todo momento consolidar un trabajo en equipo que permita potenciar los siguientes objetivos:

- El nivel de ventas
- Consolidar rentabilidad
- Asegurar el posicionamiento

De ahí que, en la empresa se da lugar a una comunicación idónea, la cual permite que se respeten cada una de las líneas de jerarquía que se encuentran delimitadas en el organigrama.

De ahí que, se puede afirmar la existencia de descripciones de cargos en la empresa, los cuales se han difundido entre los empleados, puesto que los directivos son conscientes de que de esta manera se consolida un trabajo en equipo, reflejado en el cumplimiento de las metas.

A pesar de esto, se hace notorio que en la empresa se presentan falencias con la aplicación del ciclo PHVA, el cual es esencial para que todo aquello mencionado como puntos fuertes se solidifique y se logre estar en un proceso de mejora continua.

Por tanto, se puede establecer con la información suministrada que en la empresa se hace necesario fortalecer el proceso de planeación y control, los cuales son dos ejes esenciales para consolidar un nivel competitivo, que permita superar cada uno de los retos del mercado.

El hecho de no aplicar de manera correcta el ciclo PHVA, se consolida en un limitante para que de manera permanente en la empresa se estén generando cambios que conlleven a un mejoramiento continuo, reflejado el cumplimiento de las metas de cada una de las áreas.

De igual modo, con relación al área directiva se puede determinar que en la empresa no se cuenta con indicadores de desempeño bien definidos y difundidos, lo cual crea un margen de error en el desarrollo de los procesos y actividades, puesto que no se lleva a cabo un control permanente de cada una de las mismas.

Por tanto, se puede establecer que si bien, existe algunos elementos de planeación y control se hace necesarios fortalecerlos para que en un mediano plazo el cumplimiento de los objetivos sea más eficiente.

Cabe señalar, que los indicadores de gestión, se deben fortalecer puesto que, cada uno de los mismos se consolidan en referentes para medir no solo la aplicabilidad de los recursos de



manera generalizada, sino la de cada empleado, el cual se consolida en el factor determinante en el cumplimiento de los objetivos.

Continuando con el análisis, es pertinente resaltar que en la empresa se ha venido trabajando en la consolidación de un clima laboral agradable, es decir que se ha buscado fomentar la comunicación entre los empleados y entre estos con los directivos, además de que se promueve la escucha efectiva, que es clave para erradicar los chismes de pasillo y reducir la evidencia de conflictos interpersonales.

Es pertinente referenciar, que un punto en que se encuentra debilidad es el de las capacitaciones, que sería esencial, para de esta manera contar con un personal cada vez más eficiente y productivo.

Sumado a esto, se debe referir que en lo relacionado a los productos y/o servicios en la empresa se ha venido buscando estar a la vanguardia, es decir, que los encargados de direccionarla se han dado a la tarea de contratar personal capacitado a nivel administrativo y de prestación de servicios., a la vez que en su tienda física ofertan productos innovadores de alta tecnología.

Imagen 1.

Fachada de la empresa



### Fuente empresa

También se debe destacar que se ha buscado en todo momento tener una ubicación idónea, puesto que se es consciente que brindarles a los clientes comodidad es sinónimo de fidelidad y posicionamiento,

Conviene señalar que, en la búsqueda de brindar eficiencia y calidad a los clientes, se cuenta en la empresa con las áreas bien delimitadas, tal como se muestra en las figuras:

### Imágen 2.

Área de mantenimiento de equipos



Fuente. La empresa

En la ilustración se reafirma lo expuesto acerca de que en la empresa se cuenta con personal especializado en lo referente a la prestación de los servicios técnicos que en un determinado momento demandan los clientes. Igualmente, se puede observar que cada uno de estos empleados cuentan con sus lugares de trabajo delimitados y los equipos necesarios para desarrollar sus tareas.

Sumado a esto, como punto a favor se debe destacar que en la empresa se cuenta con personal capacitado en ventas y atención al cliente, buscando con esto, brindar la mejor asesoría posible a los clientes en relación a los servicios y/o productos.

El hecho de brindar asesorías a los clientes, se ha convertido en una ventaja competitiva para la empresa, puesto que se logra atraer a los clientes, generando una toma de decisión de compra en los mismos.

Imagen 3.

## Sala de ventas



Fuente, La empresa

Como se ha podido reconocer con la realización de la entrevista en la empresa se ha venido trabajando en la búsqueda de que haya un debido cumplimiento de cada uno de los objetivos propuestos para corto y mediano plazo, aunque se debe resaltar que en algunos casos se ha dado lugar a errores, que se pueden subsanar con la formulación del plan estratégico.

Enfatizando en los hallazgos, es pertinente resaltar las deficiencias existentes en torno a la gestión documental, que sin lugar a dudas es de relevancia en las organizaciones, puesto que le permite tener un control sobre el manejo de la información, la cual como es sabido es el activo intangible de importancia de la misma.

Así que, no tener bien definidos esta gestión ha venido dando lugar en la empresa a:

- ✓ Un nivel mínimo de garantías al momento de buscar un archivo o documento.

- ✓ El nivel de seguridad y confidencialidad es medio.
- ✓ No se evidencian flujos sistematizados de trabajo
- ✓ Contribuir a procesos sostenibles, ya que no se maneja el papel.

Concluyendo el análisis, es importante mencionar que en la empresa se ha venido dando lugar a una gestión que puede calificarse como satisfactoria dentro de muchos aspectos, aunque se debe resaltar la necesidad de mejorar en lo relacionado con el manejo de la documentación, es decir, que es urgente establecer procesos y recursos que coadyuven a almacenar y recuperar documentos y automatizar los flujos de trabajo dentro de una empresa u organización.

### **Estrategias de mejoramiento y competitividad para la empresa Microtech**

La empresa Microtech como se ha descrito cuenta con una trayectoria de 25 años en el mercado. Es decir, que las personas encargadas de dirigirla han aplicado una gestión que les ha dado la posibilidad de sortear cada uno de los retos y requerimientos del entorno.

Cabe señalar que esta trayectoria en el mercado, se deriva del enfoque que desde un primer momento se le ha dado a la empresa, es decir, que siempre se ha buscado colocar al alcance de los clientes productos y/o servicios que satisfagan sus necesidades. Además de tener en cuenta que

para complementar este proceso se ha buscado contratar personal que tenga conocimientos y experiencias, buscando que se le brinde al cliente una mejor asesoría, la cual de respuesta a las inquietudes de los mismos.

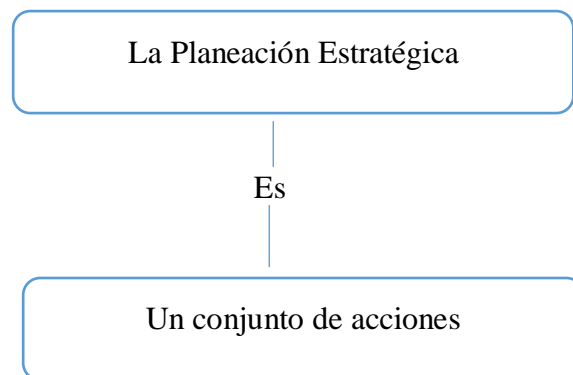
De igual manera, se ha podido reconocer como factor positivo, la visión innovadora de los directivos, es decir, que se ha tenido en cuenta la necesidad de estar a la vanguardia con los equipos y demás artefactos tecnológicos, teniendo en cuenta que este sector es muy cambiante.

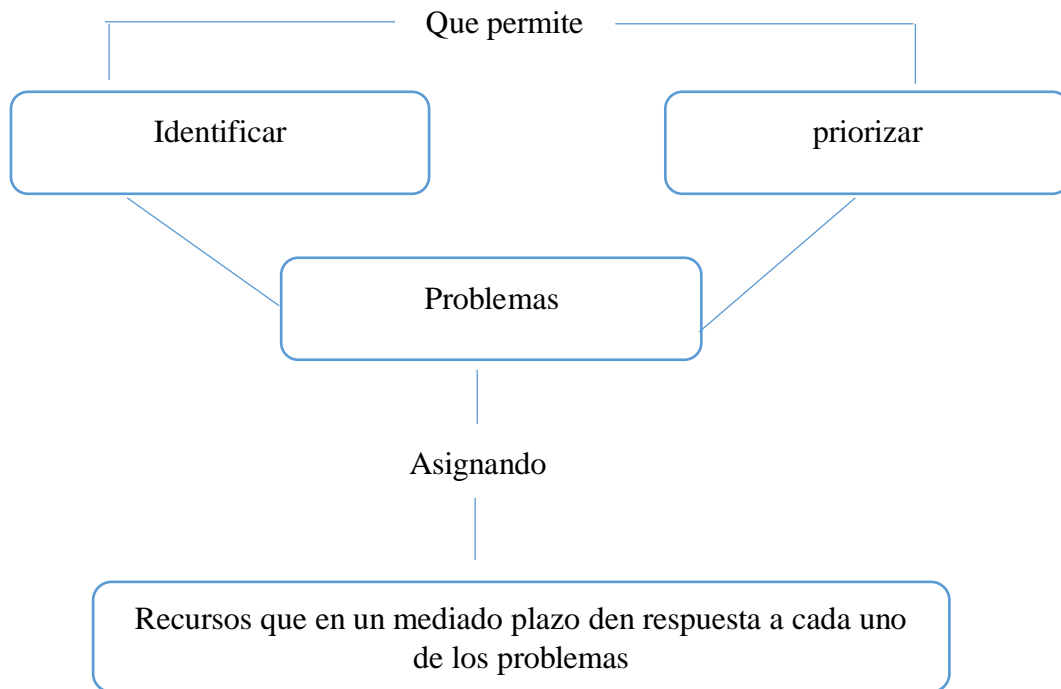
A pesar de esto, se pudo identificar que existen algunas falencias en la gestión derivadas de una idónea aplicabilidad de herramientas de gestión como lo es la planeación estratégica, la cual es considerada por los estudiosos del campo administrativo como: “el proceso que permite proyectarse hacia el futuro en la consecución constante de objetivos”.

Por consiguiente, aplicar la planeación desde la perspectiva tradicional les ha permitido mantenerse en el mercado, pero es necesario que se dé un paso al cambio direccionando la misma a una tendencia estratégica, puesto que esto permite:

Figura 4.

Enfoque de la planeación estratégica





Fuente. Propia

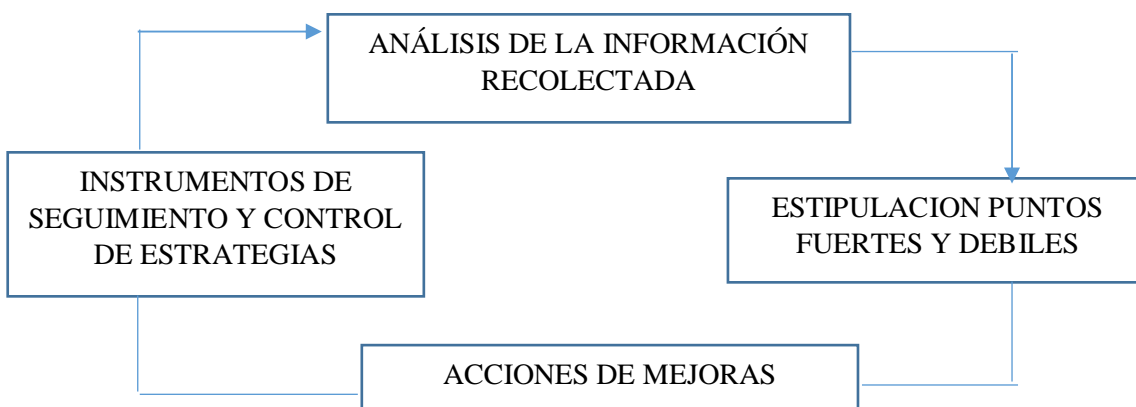
Como puede reconocerse, si en la empresa los directivos se dan a la aplicación de la planeación estratégica se va a dar lugar a una respuesta idónea a interrogantes, tales como ¿Dónde estamos?, ¿Hacia dónde vamos?, ¿Cuáles cambios deben realizarse? y un sinnúmero más de preguntas, que permitirán en un mediano plazo contar con mayor posicionamiento y rentabilidad, dos objetivos esenciales en el contexto organizacional.

Por tanto, fundamentar la gestión en la planeación estratégica conllevará en un mediano plazo a observar cambios significativos en:

- ✓ La atención al cliente
- ✓ El manejo de la información
- ✓ La formulación de estrategias de manera periódica
- ✓ Fortalecimiento en la direccionalidad de los equipos
- ✓ Optimización del rendimiento laboral.

Cada uno de estos logros se alcanzan debido a que uno de los requerimientos es el diagnóstico, que da lugar a recolectar información que sirve de base para dar respuesta a los interrogantes por medio de estrategias sólidas.

Figura 5. Pasos para llevar a cabo un diagnóstico



Fuente.

[https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/ig\\_org\\_enlaces/es\\_material/adjuntos/metodologia-definitiva-web.pdf](https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/ig_org_enlaces/es_material/adjuntos/metodologia-definitiva-web.pdf)

El hecho de que se aplique cada una de estas etapas permite detectar los puntos débiles, a la vez que formular estrategias que conlleven a darles una resolución acertada, que se refleje en una venta competitiva para la empresa.

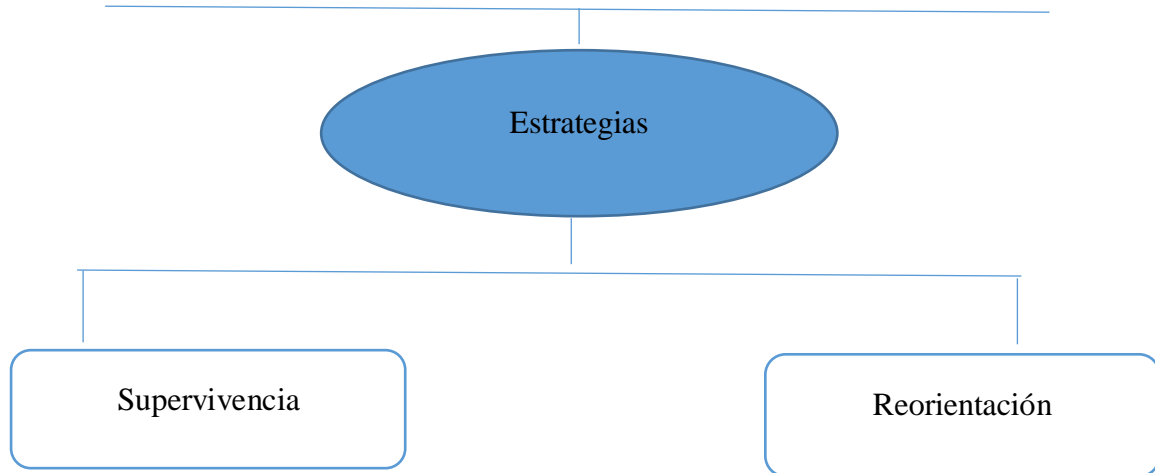
Así que, la planeación estratégica permite consolidar estrategias de los siguientes tipos:

Figura 6

Estrategias







Fuente. Propia

De nuevo se hace evidente la importancia de implementar los lineamientos de la planeación estratégica en la empresa, puesto que la formulación de cada una de estas estrategias va a permitir siempre ir adelante en la innovación, calidad, atención al cliente y otros eventos esenciales para satisfacer las necesidades de los clientes y alcanzar un nivel de posicionamiento idóneo.

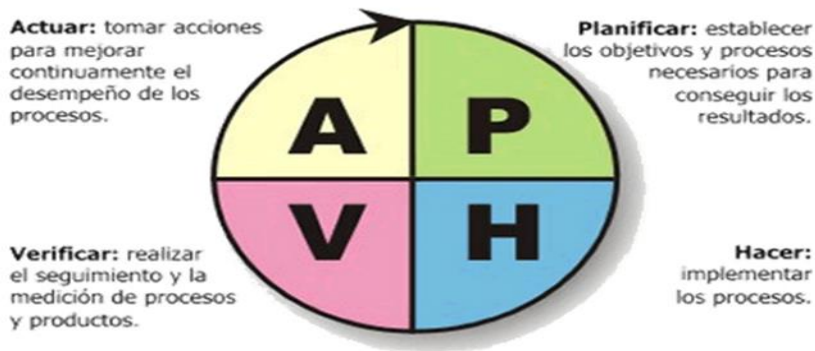
Sin duda, la planeación estratégica es una herramienta de tipo administrativo que al ser aplicada de manera acertada conlleva a que haya una mejora continua en diferentes aspectos que, si bien en el diagnóstico inicial no se han estipulado como falencias, al ser fortalecidas van a traer consigo mejores resultados. Algunos de estos son:

- Eficiencia en la prestación de servicios
- Calidad
- Trabajo en equipo

- Estudios de mercado
- Innovación y creatividad

Como puede reconocerse, la planeación estratégica se consolida en una herramienta de importancia para la empresa, pero es importante que la misma complemente con otros procesos, formando de esta mejora un círculo que anude las acciones y estrategias de tal manera que se dé lugar a una mejora continua.

Figura 7. Ciclo PHVA



La aplicabilidad de cada una de las actividades que se establecen en el círculo de Deming conlleva a que haya una permanente mejora continua, que en el momento actual se consolida en un requerimiento para superar los retos del mercado.

De igual modo, tener como referente este círculo permite se enfatice en el control, que es una función administrativa de importancia para dar cumplimiento a cada una de las estrategias propuestas, es decir, que por medio del mismo se hace un seguimiento en cada una de las áreas, determinado que las acciones propuestas están generando cambios positivos.

Por tanto, complementar la planeación estratégica con cada una de las actividades de círculo permite que, en la empresa, en adelante se dé lugar a:

- ✓ Planeación eficiente de cada actividad.
- ✓ Medición de las estrategias que se proponen
- ✓ Identificar las mejoras que a nivel interior se vienen dando
- ✓ Dinamizar las diferentes etapas del proceso logístico
- ✓ Proyectar cada día nuevos logros

Cada vez, se hace claro que aplicar de manera acertada la planeación, control y seguimiento a cada una de las acciones propuestas es una manera de ir en la búsqueda de un crecimiento interno, que se refleje en la conquista de oportunidad en el mercado; reflejándose en posicionamiento e incremento permanente de la rentabilidad.

De igual modo, se debe referir que la aplicabilidad de estos lineamientos da lugar a que se haga una caracterización de cada uno de los procesos, aportando con esto, al manejo de la información que como se dijo el diagnóstico es una de las preocupaciones en la empresa.

Complementando lo expuesto, es fundamental proponer indicadores de desempeño y seguimiento, puesto que estos van a dar lugar a un seguimiento de cada una de las acciones, garantizando que las estrategias expuestas sean eficientes y eficaces. Algunos de estos, son los siguientes:

Área administrativa

% De ejecución de los proyectos propuestos      Cantidad proyectos entregados

	Cantidad proyectos
% Auditorías Internas	<u>Auditorías realizadas</u>
	Auditorias programas
% Área Comercial	<u>Ventas realizadas</u>
	Ventas pronosticadas
% Área de recurso humano	<u>Capacitaciones realizadas</u>
	Capacitaciones proyectadas
% Cumplimiento de cronogramas	<u>Actividades ejecutadas</u>
	Actividades Planeadas

Cada una de las acciones propuestas hasta el momento, son de importancia, porque como se ha podido reconocer sujetas a un seguimiento dan lugar a la potenciación de la calidad, eficiencia e innovación en cada una de las áreas, reflejándose en satisfacción a los clientes y los empleados.

Sumado a cada una de las acciones, se debe tener en cuenta la consolidación de la gestión documental, que como se ha referido es una de las falencias de mayor impacto que lleva al desarrollo del trabajo de investigación.

Con relación a esto, en un primer momento se debe analizar el departamento o área que más está necesitando de este tipo de gestión. En este caso, se puede establecer el de comercial y ventas,

que es en donde de manera diaria se emite información y la cual debe ser salvaguardada de manera adecuada, para evitar inconsistencias que traigan consigo inconformidad en los clientes.

Figura 8.

Paso de implementación de sistema de gestión documental



Como puede verse, el objetivo de la gestión documental debe estar direccionado a crear una sinergia entre el manejo de la información en todas las áreas, buscando que cualquier archivo de datos requerido sea rápido.

De igual modo, se debe tener en cuenta los siguientes pasos:

- ✓ Entender las necesidades y los procesos
- ✓ Establecer los usuarios que se van a involucrar en la consolidación de la gestión documental
- ✓ Se automatizan los procesos por medio de diagramas de flujo

Cada una de estas acciones se deben realizar apoyados en software, puesto que es sabido que la automatización no es sinónimo de eficiencia y calidad. O sea, que este proceso permite:

- ✓ Crear y capturar cada uno de los datos que se generen en la empresa.
- ✓ Acceso, almacenamiento y recuperación de la información
- ✓ Claves para salvaguardar la información
- ✓ Claves de acceso de recuperación

De nuevo se hace claro, que la gestión documental es un componente esencial en la empresa porque se va a contar con una información clara, coherente y verificable, que garantiza toma de decisiones acertadas, a la vez que una satisfacción a los clientes continua.

Figura 9.

Componentes del Sistema de Gestión Documental



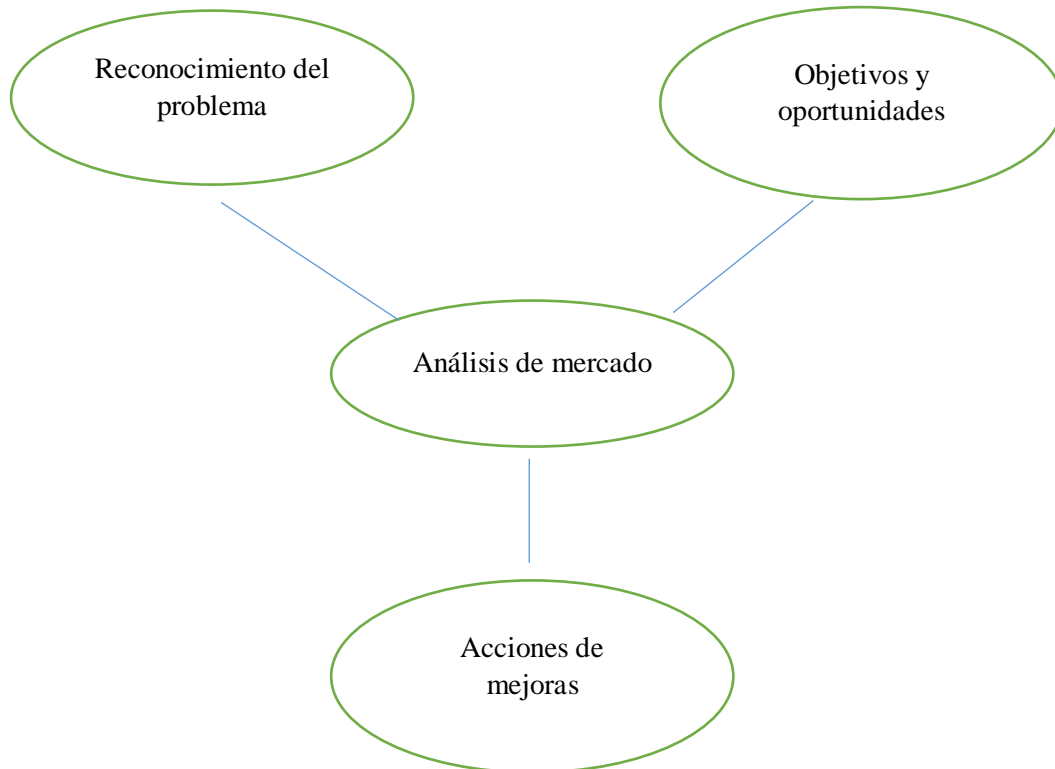
Por consiguiente, cada una de las acciones que se han referenciado va a dar lugar que en la empresa se consolide una mejora en cada una de las áreas, consiguiendo fortalecer la trayectoria que por 25 años se tiene en el mercado.

Sumado a esto, es pertinente recomendar que los encargados de direccionar la empresa deben darse a la tarea de realizar análisis del mercado, puesto que este permite reconocer los competidores y sus puntos fuertes, es decir que, tener conocimiento sobre esto, le permite a la empresa objeto de estudio mejorar sus servicios y productos, logrando brindar un mayor grado de satisfacción a los clientes, lo cual se traduzca en captación de nuevos clientes y, por consiguiente, aumento en la rentabilidad.

Así que, para mejorar la dinámica del área de ventas y comercialización es fundamental que en la empresa se estructure un análisis de mercado, que se encuentra conformado por los siguientes aspectos.

Figura 10

## Etapas de análisis de mercado



Fuente, Propia

La aplicabilidad de cada una de estas etapas permite que de manera periódica se realice un estudio del mercado, enfatizándose en los principales competidores, buscando identificar sus puntos fuertes en lo relacionado con el precio, la calidad e innovación que son factores claves para atraer la atención de los clientes.

También, el desarrollo de este tipo de análisis permite examinar la conducta, expectativas y decisiones de compra de los clientes, dándose lugar a establecer los productos y/o servicios que deben promocionarse para fidelizar los existentes y atraer nuevos, consolidando un nivel de posicionamiento representativo.

Por tanto, estructurar y aplicar el análisis de mercado de manera periódica, conlleva a que se formulen de manera idónea las siguientes estrategias:



- ✓ Entregar a las personas productos de última tecnología y con precios por debajo de la competencia
- ✓ Consolidar canales de comunicación basados en las TIC's que permitan una retroalimentación rápida con los clientes
- ✓ Mejorar en canales de pago, buscando dar mayores oportunidades a los clientes
- ✓ Reconocer proveedores que oferten calidad y costos, que coadyuven a mejorar en competitividad
- ✓ La promoción y publicidad debe ser permanente.

Entonces, cada una de las acciones y estrategias que se han propuesto a nivel de planeación, mecanismos de control y análisis de mercado, al ser aplicadas de manera acertada en un mediado plazo permiten que en la empresa haya una demanda más fuerte de sus productos, mejore su posicionamiento y se refleje en incremento de rentabilidad.

### Costo beneficio generado con la puesta en marcha del plan estratégico de la empresa de servicios tecnológicos Microtech

Perspectiva	Actividades	Costo	Beneficio	Beneficios Económicos
Cliente	Adquisición de software de ultima tecnologías para gestión documental	\$ 15.000.000	Aumentar los clientes en un 9%	\$ 38.000.000,00
Procesos Internos	Contratación asesorías en programas informáticos	\$ 3.000.000	Mejorar los procesos de manejo de información	\$ 15.200.000,00
	Capacitación a cada colaborador	\$ 2.100.000	Eficiencia en la atención del cliente	\$ 7.200.000,00
	Aprovechar las fuentes de financiamiento para ampliar portafolio de servicios y productos	\$ 10.000.000	Ampliación de prestación de servicios y oferta de productos	\$ 14.400.000,00
Aprendizaje y Crecimiento	La capacitación al personal	\$ 2.900.000	Maximización dinámica empresarial	\$ 9.800.000

Dando interpretación a las cifras expuestas en el cuadro, es fundamental mencionar que, con las estrategias propuestas, en un mediano plazo se van a conseguir beneficios económicos de importancia, puesto que cada una de las mismas están enfocadas a aumentar la captación de clientes y, con esto, el aumento de las ventas.

Es decir, que analizar cada una de las cifras permite que se refleje un costo – beneficio positivo, es decir que, si bien se incurre en la aplicabilidad de recursos monetarios, estos en un periodo determinado se van a revertir en la empresa, ya que el aumento en las ventas genera ingresos, los cuales al final del periodo se reflejan en incremento en la rentabilidad.

Siendo enfáticos, en este aspecto es relevante mencionar que se consolida un costo beneficio mayor a 1, indicando que el proyecto es rentable, es decir, que cada una de las inversiones realizadas a la luz de este plan, en un mediano plazo genera rentabilidad.

Entonces, con la aplicabilidad de las estrategias se logra que en la empresa se dé un aumento en ventas y con esto una generación de ingresos que, al ser comparados con los gastos y costos, conlleve a la obtención de rentabilidad.

## Conclusiones

La realización del diagnóstico permitió reconocer que, si bien la empresa objeto de estudio cuenta con una trayectoria en el mercado, especialmente por la calidad en sus productos Y/o servicios, carece de una planeación estratégica, a la vez, que no se aplica de manera eficiente el modelo PHVA, generándose falencias en la toma de decisiones, que en un mediano plazo pueden impactar negativamente la rentabilidad,

De igual manera, se pudo reconocer que en la empresa uno de los puntos fuertes es el fomento del trabajo en equipo, el cual ha llevado a que se dé un cumplimiento de metas.

De ahí que, se pudo determinar como la estrategia base del plan la aplicabilidad del modelo PHVA, ya que este da lugar a que los directivos en todo momento comprendan la importancia de planear y controlar cada una de las acciones.

## **Recomendaciones**

- ✓ Se debe implementar el ciclo PHVA, puesto que esta herramienta administrativa se consolida en la mejor estrategia para dar respuesta a las falencias, detonándose una mejora continua en las áreas; dándose un impacto positivo en el posicionamiento y la rentabilidad.
  
- ✓ Se debe fomentar la capacitación en todo momento, para garantizar que prevalezca la calidad y eficiencia.
  
- ✓ Es fundamental que se aplique cada uno de los indicadores, para medir exactamente la dinámica de cada una de las áreas y el alcance de las metas.
  
- ✓ Es clave se realice un estudio de mercado, buscando una expansión más representativa en clientes y rentabilidad

## Referencias

Álvarez Laverde H., & Kuratomi I. (2015, 07 de Enero). Las teorías y escuelas del pensamiento estratégico de Mintzberg (Web Log post).

Barahona, Alejandra (2015) Reorganización administrativa de la agencia de viajes Aéreos Correa Ltda. Aerca, en el Municipio de Rio Sucio, Caldas. Universidad Católica Pereira. Colombia.

Chiavenato, I., & Sapiro A. (2010). Planeación Estratégica, Fundamentos y Aplicaciones. México: McGraw-Hill

Fundación Universitaria Areandina (2017) planeación estratégica.  
[https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/2832/RP\\_eje1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/2832/RP_eje1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Garrido (2018) Planeación estratégica., <https://repository.ucc.edu.co/bitstreams/2ad1f1cb-c456-4cf9-9d03-de64ebdc69ff/download>

Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la investigación. México D.F.: Interamericana Editores.

Leandro, A (2017) Modelos de planeación estratégica.  
<https://www.scielo.sa.cr/pdf/tec/v11n1/1659-3359-tec-11-01-00023.pdf>

Llano., J E (2020) plan estratégico 2019-2021 para la empresa castaña diseño s.a.s.

[https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/16000/JuanEsteban\\_LlanoMoreno\\_DavidEsteban\\_SuarezSuarez\\_2019.pdf?sequence=2](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/16000/JuanEsteban_LlanoMoreno_DavidEsteban_SuarezSuarez_2019.pdf?sequence=2)

Mosquera, KV (2019) propuesta de plan prospectivo estratégico de “flores y plantas medicinales Amanda” en el municipio de Santander de Quilichao al año 2028.En

<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/handle/10893/20863>

Porter, M. (2015). Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior. Grupo editorial patria.

Ramírez, PA (2018) propuesta de plan estratégico para la empresa distribuciones mi cacharro s. as.

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/17396/PROPUESTA%20DE%20PLAN%20ESTRATEGICO.pdf?sequence=1>

Restrepo (2009) La formulación de estrategias de Minsteberg.  
<http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v17n2/v17n2a03.pdf>

Ríos, Manuel (2011) Propuesta de reestructuración de procesos administrativos para la empresa METROINSTRUMENTS. Universidad Autónoma de Occidente, Cali. Colombia

Sánchez, C (2018) diseño de un análisis prospectivo y estratégico para la asociación de productores de cacao del centro del valle. En.  
<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/handle/10893/14660>

Serra, Nuria (2014) Plan de negocio de una empresa de servicios infantiles en Valencia. Universidad Politécnica de Valencia. España.

Sierra, JA (2020) Gerencia de proyectos con prospectiva estratégica en los municipios de sexta categorías del Departamento de Cundinamarca: en <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/38442/SierraNi%C3%B1oJoseAlveiro2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Torres Daniela, Daza Diana (2012) Artículo "Propuesta de planeación estratégica para la empresa Kholer Ltda. Fundación Universitaria Konrad Lorenz, Bogotá. Colombia.

Valenzuela (2016) Importancia de la planeación estratégica en las empresas, <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/15416/ValenzuelaArgotiCarlosErnesto2016.pdf>

Vargas, Jhon (2016) Propuesta de un plan de direccionamiento estratégico para la agencia de colocación de empleo de la Caja de Compensación Familiar de Arauca - CONFIAR - Universidad Libre, Cali. Colombia.