

**PLAN DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA
SUBLIMEINK UBICADA EN EL MUNICIPIO DE YUMBO, VALLE DEL CAUCA**

FABIO ALEJANDRO BARBERI ROJAS

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2020

**PLAN DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA
SUBLIMEINK UBICADA EN EL MUNICIPIO DE YUMBO, VALLE DEL CAUCA**

FABIO ALEJANDRO BARBERI ROJAS

**Trabajo de grado como requerimiento para optar el título de Administrador
de empresas**

Asesor de proyecto

Mg. ALEXEY JOSEPH BALANTA SILVA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2020

DECLARACIÓN DE PRIVACIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, **FABIO ALEJANDRO BARBERI ROJAS**

DECLARO QUE:

El proyecto de grado “**PLAN DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA SUBLIMEINK UBICADA EN EL MUNICIPIO DE YUMBO, VALLE DEL CAUCA**” como referencia para la optar al grado de Administrador de Empresas en la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, donde este ha sido realizado con base a una investigación dispendiosa y total en una empresa, la cual se profundiza en la línea de investigación de gestión, teniendo en cuenta los diferentes derechos intelectuales mencionados en las diferentes páginas web, artículos de investigación, libros administrativos, tesis y demás información, donde se han aplicado las normas Icontec y APA exigidos como requisito para ser presentados por la universidad, en consecuencia este proyecto es de mi total autoría.

NOTA DE ACEPTACIÓN

Proyecto de grado “**PLAN DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA SUBLIMEINK UBICADA EN EL MUNICIPIO DE YUMBO, VALLE DEL CAUCA**”, Cali”, admitido por la Facultad de Ciencias Empresariales de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, admitido como requerimiento para obtener el título de Administrador de Empresas.

Mg. ALEXEY JOSEPH BALANTA SILVA

Jurado

Jurado

Santiago de Cali, junio de 2020.

DEDICATORIA

Inicialmente dedico este proyecto a Dios por brindarme la oportunidad de realizar esta investigación en mi empresa, seguido de mi esposa e hija quienes han sido importantes para el logro de cada uno de los mis propósitos, a mi familia por ser incondicional, gracias a ustedes pude terminar esta etapa y hoy ser un profesional.

Gracias por su voz de aliento y en aquellos momentos difíciles darme la fortaleza para seguir adelante. Finalmente, a cada uno de los docentes y compañeros de universidad con los cuales tuve muy buenas experiencias que forjaron mi proceso universitario en la Fundación Universitaria Católica - Unicatolica

FABIO ALEJANDRO BARBERI ROJAS

CONTENIDO

		Pág.
1	CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	15
1.1	TÍTULO DEL PROYECTO	15
1.2	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	15
1.3	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	15
1.4	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.5	JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
1.6	MARCO DE REFERENCIA	18
1.7	ASPECTOS METODOLÓGICOS	27
2	DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LA EMPRESA	29
2.1	ANÁLISIS INTERNO	29
2.2	ANÁLISIS ECONÓMICO	30
2.3	ANÁLISIS ORGANIZACIONAL.....	35
2.4	ANÁLISIS ESTRATÉGICO.....	36
2.5	FACTORES CLAVES DE ÉXITO	37
2.6	IDENTIFICACIÓN COMPETENCIAS BÁSICAS DE LA EMPRESA.....	41
2.7	ANÁLISIS DOFA	47
2.8	ANÁLISIS DE VULNERABILIDAD	51
2.9	OTROS ANÁLISIS.....	56
3	FORMULACIÓN DEL MODELO DE SOLUCIÓN.....	60
3.1	PLANEACIÓN	62
3.2	ORGANIZACIÓN	81
3.3	DIRECCIÓN	91
3.4	CONTROL.....	94
4	PLAN FINANCIERO	98
4.1	PRESUPUESTO	98
4.2	DEPRECIACIÓN	99
4.3	ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA	99

4.4	AMORTIZACIÓN	102
4.5	PARÁMETROS GENERALES	104
4.6	ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN.....	106
4.7	FLUJO DE CAJA	107
4.8	RAZONES FINANCIERAS SIN FINANCIACIÓN	108
4.9	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	108
4.10	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	109
5	CONCLUSIONES.....	110
6	RECOMENDACIONES.....	111
7	REFERENCIAS	112

LISTA DE IMÁGENES

	Pág.
Imagen 1. Logo de la empresa Sublimeink	29
Imagen 2. Estampados en carcasas para celular	31
Imagen 3. Gorras subliminadas para fiestas	32
Imagen 4. Mugs personalizados	32
Imagen 5. Botones para fiestas	33
Imagen 6. Caramañolas personalizadas	33
Imagen 7. Mugs	34
Imagen 8. Alcantías personalizadas	34
Imagen 9. Botones para empresa	35
Imagen 10. Fanpage de la empresa Sublimeink	58
Imagen 11. Perfil en Instagram de Sublimeink	59
Imagen 12. Proceso de la operación contable	73

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Diagrama de Ishikawa	20
Figura 2. Proceso de diagnostico.....	21
Figura 3. Funciones administrativas	22
Figura 4. Gerencia y planeación estratégica.	23
Figura 5. Las cinco fuerzas de Porter	24
Figura 6. Organigrama de la empresa Sublimeink actual.....	35
Figura 7. Las cinco fuerzas de Porter las cuales se aplicarán a la empresa Sublimeink	56
Figura 7. Plan de direccionamiento estratégico para la empresa Sublimeink ubicada en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca.	61
Figura 8. Estructura de la función planeación	62
Figura 9. Estructura del plan estratégico para la empresa Sublimeink	63
Figura 10. Contenido plan operativo	64
Figura 11. Contenido de función de organización	81
Figura 12. Estructura organizacional propuesta para la empresa Sublimeink	82
Figura 13. Procesos de dirección.....	91
Figura 14. Presupuesto del plan de direccionamiento estratégico para la empresa Sublimeink ubicada en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca.	98

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Factores políticos	38
Gráfico 2. Factor social	39
Gráfico 3. Factor económico	40
Gráfico 4. Capacidad directiva	42
Gráfico 5. Capacidad de talento humano	43
Gráfico 6. Capacidad financiera	45
Gráfico 7. Capacidad tecnológica	46

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Factores políticos de la empresa Sublimeink	37
Cuadro 2. Factor social.....	38
Cuadro 3. Factor económico.....	39
Cuadro 4. Capacidad directiva.....	41
Cuadro 5. Capacidad de talento humano.....	43
Cuadro 6. Capacidad financiera.....	44
Cuadro 7. Capacidad tecnológica	46
Cuadro 8. Clasificación del nivel de riesgo	52
Cuadro 9. grado de frecuencia de eventualidad de la amenaza	52
Cuadro 10. Calificación de las amenazas de la empresa Sublimeink	54
Cuadro 11. Matriz de vulnerabilidad de la empresa Sublimeink.....	55
Cuadro 12. Procedimiento de compras.....	65
Cuadro 13. Perfil de cargo del director administrativo	83
Cuadro 14. Perfil del asistente administrativo	86
Cuadro 15. Perfil de servicios generales.....	89
Cuadro 16. Evaluación de Satisfacción del Clima Laboral en la empresa Sublimeink	93
Cuadro 16. Plan de acción de la empresa Sublimeink	95

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Depreciación en pesos.....	99
Tabla 2. Estado de la situación financiera sin financiación	100
Tabla 3. Estado de la situación financiera con financiación	101
Tabla 4. Amortización en pesos.....	102
Tabla 5. Parámetros económicos	105
Tabla 6. Parámetros laborales	105
Tabla 7. Estado de resultados sin financiación	106
Tabla 8. Flujo de caja del Autoservicio Los Lagos	107
Tabla 9. Razones financieras sin financiación	108
Tabla 10. Punto de equilibrio	108
Tabla 11. Análisis de sensibilidad	109

RESUMEN

El plan de direccionamiento estratégico para la empresa Sublimeink quiere demostrar como mediante la planeación estratégica se puede reorganizar los procesos administrativos, comerciales, de publicidad y talento humano; ahora, de manera inicial se realiza un diagnóstico situacional identificando como la problemática a afectado el comportamiento de la organización, seguido del planteamiento del modelo de solución y finalmente con el costo del modelo el cual determinará si es viable implementar el plan de direccionamiento estratégico.

Es por ello que se presenta esta investigación para demostrar todos los conocimientos aprendidos en el programa de Administración de Empresas y colocarlos en práctica, proponiendo a los propietarios de la empresa Sublimeink implementarlo para que este los lleve al éxito organizacional.

Palabras Claves: Gestión Empresarial, direccionamiento, estratégico, sublimación, publicidad, mercadeo.

ABSTRACT

The strategic direction plan for the company Sublimeink wants to demonstrate how through strategic planning it is possible to reorganize the administrative, commercial, advertising and human talent processes; now, initially a situational diagnosis is made identifying how the problem has affected the behavior of the organization, followed by the proposal of the solution model and finally with the cost of the model which will determine if it is viable to implement the strategic direction plan. This is why this research is presented to demonstrate all the knowledge learned in the Business Administration program and put it into practice, proposing to the owners of the Sublimeink company to implement it so that it leads them to organizational success.

Keywords: Business Management, addressing, strategic, sublimation, advertising, marketing.

INTRODUCCIÓN

El direccionamiento estratégico es sin duda la planeación de los propósitos que ha establecido la organización para el logro de una meta u proyecto, donde se fijan los objetivos para ser alcanzados en un largo plazo y apuntar a la perdurabilidad, sostenibilidad y crecimiento encaminados con el marco referencial de la formulación de los objetivos y lineamientos consagrados en el plan estratégico de la empresa (Businometrics, 2018, p. 1).

El actual proyecto se realiza un plan de direccionamiento estratégico dividido en cuatro capítulos.

El Capítulo 1, tiene que ver con la caracterización del problema de investigación, contextualización del problema de investigación, teniendo presente la hipótesis, la formulación, sistematización y de qué manera se puede justificar la investigación en la empresa Sublimeink.

El Diagnostico situacional de la empresa es el capítulo 2, donde se evalúa todo el comportamiento tanto externo como interno, midiendo mediante la aplicación de diferentes matrices, análisis de gráficos y elaboración de estrategias que buscan la mejora continua de la empresa.

El modelo de solución planteado en el proyecto es un plan de direccionamiento estratégico el cual es todo el capítulo 3 en el cual se aplica toda la metodología de la administración de organizaciones basada en los fundamentos de las funciones administrativas *planeación, organización, dirección y control*, y buscando que Sublimeink no sigan funcionando de operando de manera empírica.

Finalmente, el costo y el beneficio económico de realizar el plan de direccionamiento estratégico reflejados en el capítulo 4, Proyecciones, Evaluación Económica y financiera, donde se explica porque del costo del plan y que beneficios financieros traerá a la implementación y ejecución del mismo en la compañía.

1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 TÍTULO DEL PROYECTO

Plan de direccionamiento estratégico para la empresa Sublimeink ubicada en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca.

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Gestión empresarial.

1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 Planteamiento del problema. Sublimeink es una empresa dedicada a la sublimación de publicidad, actualmente esta organización opera desde el municipio de Yumbo en el cual se ha dado a conocer como líder a nivel local y con presencia de clientes de Cali.

Esta compañía atraviesa por una problemática que es la operación de manera empírica para sus diferentes procesos como el de compras, inventario, comercial, administrativo y contable.

Alguna de las razones por las cuales se presenta esa problemática es que la empresa ofrece productos personalizados a bajo costo, lo que al momento de la producción no se establece un proceso estandarizado para la referencia del artículo; no se realiza un servicio de postventa de los productos vendidos y entregados, no se cuenta con una clasificación de proveedores para adquirir la materia prima y por ende no se respetan las negociaciones de los insumos, y la maquinaria y equipo también juega un papel crucial debido que al crecimiento empresarial que ha sido

lento en ocasiones para satisfacer las exigencias del cliente toca acudir a aliados estratégicos en publicidad para hacer efectivo el pedido “*Outsourcing*”.

Hay que mencionar que Sublimeink por el momento no cuenta con la cámara de comercio lo cual es una desventaja competitiva frente a otras organizaciones del mismo medio, debido a que han perdido contratos por no contar con ese requerimiento legal, lo que los ha obligado a trabajar en la informalidad.

De esta manera se refleja como efecto que es una compañía informal que no tiene los procesos alineados desde el punto de vista administrativo, el no contar con la tecnología necesaria el cual en ocasiones debe incurrir a gastos de outsourcing y sin duda la carencia de los lineamientos exigidos de ley como la cámara de comercio y el RUT ha sido motivo para no celebrar contratos grandes con empresas tanto privadas como públicas u organizaciones sin ánimo de lucro.

La solución es poder realizar un plan de direccionamiento estratégico el cual sea el horizonte para implementar una reingeniería global mediante la metodología de la administración de organizaciones con los pilares de las funciones administrativas y de esta manera recomendar a los propietarios funcionar a partir la implementación del modelo de solución de forma legal con el registro de la organización ante la cámara de comercio.

1.3.2 Formulación del problema. ¿Cómo realizar un plan de direccionamiento estratégico para la empresa Sublimeink ubicada en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca?

1.3.3 Sistematización del problema. Se muestran los siguientes puntos:

- ¿Cómo hacer un diagnóstico situacional para el funcionamiento de un plan de direccionamiento estratégico para la empresa Sublimeink ubicada en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca?

- ¿Cómo desarrollar un modelo de solución colocar en funcionamiento el plan de direccionamiento estratégico para la empresa Sublimeink ubicada en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca?
- ¿Construir la evaluación económica y financiera que tendrá la ejecución del plan de direccionamiento estratégico para la empresa Sublimeink ubicada en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación, se presentan los objetivos del proyecto.

1.4.1 Objetivo general. Realizar un plan de direccionamiento estratégico para la empresa Sublimeink ubicada en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca.

1.4.2 Objetivos específicos. Se diagnostican los siguientes puntos:

- Hacer un diagnóstico situacional para el funcionamiento de un plan de direccionamiento estratégico para la empresa Sublimeink ubicada en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca
- Desarrollar un modelo de solución colocar en funcionamiento el plan de direccionamiento estratégico para la empresa Sublimeink ubicada en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca.
- Construir la evaluación económica y financiera que tendrá la ejecución del plan de direccionamiento estratégico para la empresa Sublimeink ubicada en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca.

1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 Justificación práctica Como futuro administrador de empresas de la Unicatolica, se están aplicando todos los conocimientos en mi actual emprendimiento y con la ayuda de mi esposa que es egresada de la universidad se decide hacer una investigación para poder realizar un plan de direccionamiento estratégico implementando la metodología de la administración de las organizaciones.

Es importante manifestar que debido a la investigación se conocerán como se originó la problemática y si esta tuvo incidencia desde el medio ambiente externo o interno.

Cabe resaltar que la empresa es un emprendimiento el cual opera desde el municipio de Yumbo y cuenta con clientes tanto locales como en Cali.

1.6 MARCO DE REFERENCIA

Para la presente investigación se tiene en cuenta por tres (3) referentes, el primero es el teórico explicando los soportes y fundamentos teóricos indispensables para el desarrollo y profundización sobre la problemática de investigación, segundo el conceptual explicando los conceptos más relevantes y tercero el legal dependiendo su aplica para la empresa Sublimeink explicados a continuación:

1.6.1 Referente teórico. Para el desarrollo del proyecto se mencionan las teorías más destacadas tales como el diagrama de pescado, el diagnóstico organizacional, la administración de las organizaciones, la gerencia estratégica y el análisis de las 5 fuerzas de Porter, donde estas serán indispensables para dar respuesta a la problemática presentada en la empresa Sublimeink en los siguientes apartados.

1.6.1.1 El diagrama de Ishikawa. *Esta metodología es necesaria para contextualizar el problema que se presenta en la empresa, de esta manera se explica el problema raíz, las causas, el efecto y de esta forma establecer la solución mediante estrategias (Smith, 2016, p. 8).*

Mediante la elaboración del diagrama Ishikawa este permite organizar, priorizar y procesar mejor las informaciones, de manera que se puedan integrar con más facilidad en la base de conocimientos previos. Se puede decir que este tipo de diagrama, sirve para aplicarse en una gran variedad de contextos de diversas formas, como los siguientes:

Identificar cuáles son las causas que sean verdaderas sobre una determinada situación y a su vez permite que se puedan agrupar por categorías.

Ayudar a mejorar las actividades, funciones, procedimiento y procesos.

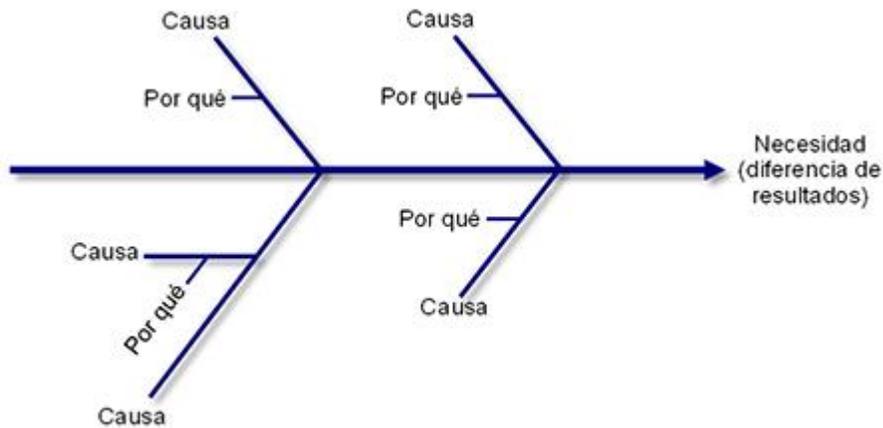
Favorecer la calidad de pensamiento del propietario o junta directiva, aportando nuevas ideas.

Simplificar las relaciones que existe entre las causas y efectos de un proceso.

Afianzar las ideas de los participantes en relación a determinadas actividades vinculadas a un proceso de calidad.

Adquirir una visión globalizada y estructurada sobre una situación, debido a la ejecución de identificación de un conjunto de factores básicos.

Figura 1. Diagrama de Ishikawa



Fuente: (Smith, 2016, p. 4).

En la investigación se puede emplear el diagrama, dado respuesta al problema presentado en la empresa Sublimeink aportando una representación gráfica y de esa manera visual sobre las causas, de esta manera el diagrama es un elemento clave para la gestión y toma de decisiones.

1.6.1.2 Diagnóstico organizacional. *El diagnóstico la situación actual en la empresa Sublimeink busca identificar las situaciones que generan problemas, de este modo se pueden establecer un mejor el manejo a los antecedentes (Faria, 1983, p. 123).*

El diagnóstico organizacional es una herramienta esencial que permite llevar a cabo un análisis objetivo de la situación actual de cualquier organización, contribuyendo a que sus dirigentes puedan dar solución a los inconvenientes identificados durante el proceso de manera anticipada y les sea posible responder de manera oportuna y eficiente a las exigencias del entorno (Faria, 1983, p. 115).

Al realizar un diagnóstico en todas las áreas estratégicas de la organización a través del desarrollo de un proceso analítico, permite conocer su situación real, identificar de manera precisa y concisa las áreas potenciales de desarrollo en ella, y evidenciar tanto inconvenientes como oportunidades de mejora enfocadas a incrementar el

nivel de eficiencia y optimizar el desempeño de los procesos. Otras ventajas de la realización de un diagnóstico organizacional son las siguientes:

- Se lleva a cabo un análisis de la situación actual en cada uno de los procesos que conduce a un plan de acción concreto
- Se Identifican las áreas potenciales de desarrollo organizacional
- Se identificar aquellos procesos en los cuales se debe trabajar con urgencia y se requiere conseguir una mejora inmediata
- Se crean elementos de análisis para el desarrollo de planes futuros
- Se reducen los problemas potenciales y se maximiza la utilización adecuada de los recursos
- Se construye una visión sistémica sobre la organización y su funcionamiento.

Figura 2. Proceso de diagnostico

PROCESO DE DIAGNÓSTICO



Fuente: (Faria, 1983, p. 115).

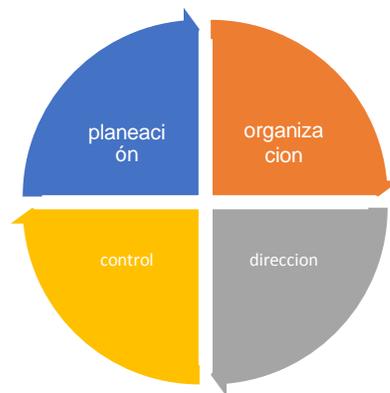
El diagnóstico organizacional se realizará en Sublimeink en el siguiente capítulo *Diagnostico situacional de la empresa*, por medio de un análisis interno, económico,

organizacional y estratégico, determinando las fortalezas y, debilidades del medio ambiente interno y por parte del medio ambiente externo las oportunidades y amenazas

1.6.1.3 La administración de las organizaciones. *Es el proceso para conocer e identificar como la aplicación de las funciones administrativas de la empresa Planeación, Organización, Dirección y el Control pueden establecer estrategias para fortalecer la organización en el medio ambiente interno y ser más competitivos en el medio ambiente externo (Blank B, 2002, p. 122).*

En la actualidad la administración es considerada por sus contribuciones al proceso de desarrollo de la humanidad como un fenómeno universal; se le reconoce a nivel mundial por constituirse como una actividad relevante que se basa en el esfuerzo cooperativo que el hombre desarrolla en las organizaciones públicas y privadas, en una sociedad caracterizada por una creciente complejidad en sus relaciones, así como una mayor dinámica en los procesos de cambio, transformación y adecuaciones de las cuestiones administrativas que tienen que ver con el progresivo flujo de bienes, servicios, personas y dinero que se realizan al interior de cada país y a través de las fronteras nacionales.

Figura 3. Funciones administrativas



Fuente: (Blank B, 2002, p. 120).

1.6.1.4 La gerencia y planeación estratégica. *La planificación estratégica es sin duda un proceso sistemático de implementación y desarrollo de los planes formulados desde la dirección de las empresas buscando el logro de los objetivos o propósitos organizacionales (Sallenave, 2002, p. 27).*

Figura 4. Gerencia y planeación estratégica.



Fuente: (Sallenave, 2002, p. 34).

En el análisis estratégico, se recomienda que el propietario de la empresa Sublimeink pueda tener unas bases sobre la planeación estratégica y que este pueda transmitir un nuevo pensamiento para que se pueden realizar mejor los

procesos y funciones con las relaciones con los proveedores y clientes (Serna, 2003, p. 143).

1.6.1.5 Análisis de las cinco fuerzas de Porter. *Es el estudio en que se busca realizar las estrategias para sobre los nuevos clientes, el manejo que se debe hacer hacia los proveedores, como contrarrestar los productos sustitutos y la forma como la competencia cautiva a los compradores potenciales (Puerta, 2004, p. 32).*

En conclusión, La empresa Sublimeink debe realizar las diferentes estrategias para fortalecer su marca en el municipio de Yumbo frente a la nueva competencia que se ha identificado.

Figura 5. Las cinco fuerzas de Porter



Fuente. (Puerta, 2004, p. 30).

El modelo de las 5 fuerzas de Porter describe el entorno competitivo de la siguiente forma:

1. **La amenaza de nuevos entrantes o competidores:** El mercado de publicidad es muy competitivo para Sublimeink es por ello que los directivos de la empresa deben reestructurar y crear nuevas estrategias comerciales para contrarrestar las amenazas de nuevas organizaciones dedicadas a la publicidad.
2. **El poder de negociación de los clientes:** Es importante crear estrategias dinámicas e innovadoras para cautivar a los clientes y de esta manera dar un cierre a las negociaciones que se contraten.
3. **El poder de negociación de los proveedores:** La negociación por parte de los proveedores es vital para poder determinar el precio para los diferentes productos que se comercialicen.
4. **La amenaza de productos y servicio sustitutos:** Las empresas deben prepararse de las amenazas de los productos y servicios ofertados por la competencia, por este motivo se deben de construir estrategias para mitigar un impacto negativo.
5. **La intensidad de la rivalidad entre competidores del sector:** Las empresas deben fortalecer las propiedades de los productos y las cualidades de los servicios ofertados, de esta forma la empresa podrá destacarse frente a otros establecimientos del sector.

1.6.2 Referente conceptual. Se comprenden los siguientes puntos:

Control: *“El control es la función administrativa que debe de evaluar constantemente las funciones y actividades al interior de las empresas”* (Blank B, 2002, p. 269).

Dirección estratégica: El objetivo es generar contribuir en la generación de nuevos planes estratégicos con el propósito de hacer mejor las actividades en la empresa.

Dirección: *“La función de dirección es guiar al personal para un mejor cumplimiento de los procesos, mediante la comunicación, motivación y liderazgo”* (Blank B, 2002, p. 186).

Gestión: *Es el proceso de realizar nuevas actividades para el logro de los objetivos organizacionales* (Velasco, 2010, p 95).

1.6.3 Referente legal. La ley 182 es importante debido que, si la empresa Sublimeink tiene pensado hacer publicidad por los medios de comunicación como radio, prensa y televisión, su anuncio debe de cumplir con unas especificaciones mencionadas en la ley (El Congreso de Colombia, 1995, p. 1).

También se hace importante mencionar la ley 680 de 2001, donde se especifican todas las disposiciones necesarias para que las empresas puedan exponer sus anuncios en la televisión. Por otro lado, El contenido de los programas no puede estar comprometido con terceros que se beneficien de la publicación.

Es importante conocer que Según la Ley 140, del 23 de junio de 1994, se entiende por publicidad exterior visual: “el medio masivo de comunicación destinado a informar o llamar la atención del público a través de elementos visuales como leyendas, inscripciones, dibujos, fotografías, signos o similares, visibles desde las vías de uso o dominio público, bien sean peatonales o vehiculares, terrestres, fluviales, marítimas o aéreas”.

Para regular este medio de difusión de mensajes, el estado colombiano expidió desde 1994 las reglamentaciones que buscan normalizar las actividades y usos de la publicidad que tiene contacto más directo en el denominado “ciudadano de a pie”.

Hay que aclarar, que cada alcaldía en las ciudades y municipios puede y suele dictar al respecto normativas y regulaciones específicas que se aplican de manera local y específica. Para ello, es útil indagar en alcaldías locales al respecto de este tema.

Podrán colocarse hasta dos vallas contiguas con la publicidad exterior visual. La distancia mínima con las más próximas no puede ser inferior a 80 metros. Dentro de los dos kilómetros de carretera siguiente al límite urbano y territorios indígenas, podrá colocarse una valla cada 200 metros, después de este kilometraje se podrá colocar una valla cada 250 metros.

1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.7.1 Tipo de estudio. Para el desarrollo y la identificación de la problemática presentada en la empresa Sublimeink se aplican el tipo de estudio exploratorio y descriptivo explicados cada uno a continuación:

1.7.1.1 Estudio exploratorio. Al realizar este estudio se ve necesaria aplicarlo identificando los problemas administrativos identificados, causas que se han generados y los efectos que estos han generado en la empresa Sublimeink.

1.7.1.2 Estudio descriptivo. Tras haber realizado el estudio exploratorio se pudo identificar la problemática en la empresa Sublimeink, por este motivo se describe en qué áreas se ha visto más afectada la organización, por este motivo se describen las situaciones por las que ha tenido que pasar y no ha encontrado un plan de acción para aplicar un plan de acción o mejoramiento.

La aplicación se ve en explicar los eventos identificados en la empresa que han llevado a ser motivo de investigación, donde se le brindará una solución para el crecimiento organizacional.

1.7.2 Método de investigación. Para dar solución a la problemática se tiene en cuenta el siguiente método de investigación.

1.7.2.1 Método de observación. Se debe prestar atención al comportamiento y ejecución de los procedimientos en la empresa.

1.7.3 Fuentes y técnicas para recolección de información. Sin duda tanto las fuentes como las técnicas son primordiales al momento de estructurar cada uno de los capítulos o estudios (mercadeo, técnico, organizacional y financiero), por este motivo en la empresa Sublimeink se realizó una entrevista al propietario para conocer de primera fuente las causas de la problemática.

- Teorías a estudiar basándose en datos recolectados en libros, revistas y entre otras fuentes de información.
- Consulta en los datos arrojados sobre la satisfacción del servicio que ha presentado la empresa hacia los clientes.
- Documentos y trabajos de la empresa, donde se evidencie los históricos y momentos que ha tenido en el medio desde los tiempos de su creación.

Libros de administración y afines:

Revistas académicas que sirven para fortalecer el tema de investigación.

1.7.4 Tratamiento de la información.

1.7.4.1 Técnicas estadísticas. En la elaboración del proyecto se emplearán las técnicas estadísticas para conocer e identificar de manera cuantitativa como la problemática ha influido a una ineficiente operación de los procesos administrativos, comerciales, de producción y talento humano.

2 DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LA EMPRESA

En el presente capítulo se explicará cómo se encuentra la empresa Sublimeink y como es el análisis económico, organizacional, estratégico y la evaluación externa e interna mediante la aplicación de las matrices, POAM, PCI Y DOFA entre otros análisis.

2.1 ANÁLISIS INTERNO

2.1.1 Breve reseña histórica. Sublimeink es una empresa dedicada a la sublimación de publicidad, actualmente esta organización opera desde el municipio de Yumbo en el cual se ha dado a conocer como líder a nivel local y con presencia de clientes de Cali.

Imagen 1. Logo de la empresa Sublimeink



Fuente: Autor.

2.2 ANÁLISIS ECONÓMICO

2.2.1 Análisis económico del sector de publicidad en Colombia. De manera inicial se menciona como se encuentra el sector de la publicidad donde en Colombia se viene generando una revolución como industria creativa, incluso a nivel latinoamericano. En realidad, todo hace parte del revolcón que ha generado la consolidación de la economía naranja en donde, al parecer, se asienta cada vez más el desarrollo de la mano de creativos, diseñadores, artistas y hasta emprendedores (Ávila, 2018, párr. 1).

Dada la amplitud de enfoques desde los cuales se puede evaluar a la economía naranja, vale la pena centrar la atención a una parte sustancial que cada vez toma más y más fuerza gracias al crecimiento tecnológico a nivel económico, productivo y social.

Si bien es cierto que se habla bastante sobre cómo la tecnología ha permitido la mejora de procesos productivos o eficiencias a la hora de comunicarnos, también es cierto que ha cambiado la noción en cómo se venden bienes y servicios a los potenciales consumidores, facilitando incluso los aspectos de fidelización del cliente.

La creación publicitaria de Colombia crece anualmente, en promedio, un 8,9% según el Dane. Un dinamismo tan sostenido tiene sus repercusiones en la economía colombiana gracias a que estimula el crecimiento del consumo, acelera la difusión de la innovación, promueve la competencia y, de forma inherente, impulsa el crecimiento del PIB (Ávila, 2018, párr. 3).

Por lo general, las empresas entre más diseminen y extiendan información sobre los productos que ofrecen, más esperanza tienen de venderlos, debido a criterios como la confianza que genera en el consumidor y el top of mind que empieza a ejercer. Por ello, entre más creativa y sensorial sea la publicidad, más jalona la

compra de sus productos y, a futuro, las perspectivas sobre sus ventas (Ávila, 2018, párr. 5).

No obstante, este es un criterio que sobrevive en las cuentas contables como un gasto. Pero la suma destinada al material publicitario tiende a ser más una inversión, dado que permite obtener algo que ningún otro gasto posibilita y algo que es muy difícil de obtener en panoramas altamente competitivos: un “capital simbólico”, es decir, ese valor intangible que se forma gracias a la reputación y la imagen que una empresa adquiera en el tiempo.

2.2.2 Análisis económico de Sublimeink. Sublimeink es una empresa dedicada a estampar imágenes, fotos y diseños sobre distintas superficies con el fin de personalizar y satisfacer al gusto de cada cliente como en diferentes productos (Carcasas para celular, gorras, mugs, botones, caramañolas, alcancías y camisetas personalizadas entre otros artículos.

Imagen 2. Estampados en carcasas para celular



Fuente: Autor.

Imagen 3. Gorras sublimadas para fiestas



Frente: Autor

Imagen 4. Mugs personalizados



Fuente: Autor.

Imagen 5. Botones para fiestas



Fuente: Autor.

Imagen 6. Caramañolas personalizadas



Fuente: Autor.

Imagen 7. Mugs



Fuente. Autor.

Imagen 8. Alcantías personalizadas



Fuente: Autor

Imagen 9. Botones para empresa



Fuente: autor.

2.3 ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

El equipo de trabajo actual en “Sublimeink” está compuesto de la siguiente manera:

Figura 6. Organigrama de la empresa Sublimeink actual



Fuente: Autor.

El personal de planta de Sublimeink cuenta actualmente con una administradora quien es la encargada de concretar negocios, programar compra de insumos y planear todo el mercadeo mediante las redes sociales, para el área de producción no se cuenta con operarios fijos o de planta debido que en ocasiones se contratan operarios por prestación de servicios o por contrato; por otro lado es importante un contador quien es vinculado por prestación de servicios para realizar los diferentes ajustes, cálculos y soportes contables.

2.4 ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Quienes somos

La empresa Sublimeink es una empresa que produce y comercializa artículos estampados como imágenes, fotos y diseños sobre distintas superficies con el fin de personalizar y satisfacer al gusto de cada cliente

2.4.1 Misión. Ser la empresa líder en la producción y comercialización de diferentes artículos personalizadas mediante la técnica de la sublimación brindando a nuestros clientes un producto de calidad con un excelente servicio.

2.4.2 Visión. Al 2025 Sublimeink desea ser la empresa líder en sublimación de artículos con excelente calidad en el municipio de Yumbo.

2.4.3 Objetivos estratégicos. Son los siguientes:

Producir y comercializar artículos mediante la técnica de sublimación con altos estándares de calidad.

Ofrecer un producto el cual es innovador al plasmar las ideas del cliente en el.

2.5 FACTORES CLAVES DE ÉXITO

2.5.1 POAM. Es el análisis externo mediante la evaluación de los factores externos como los políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ambientales, a continuación, se presenta la evaluación realizada en la empresa Sublimeink.

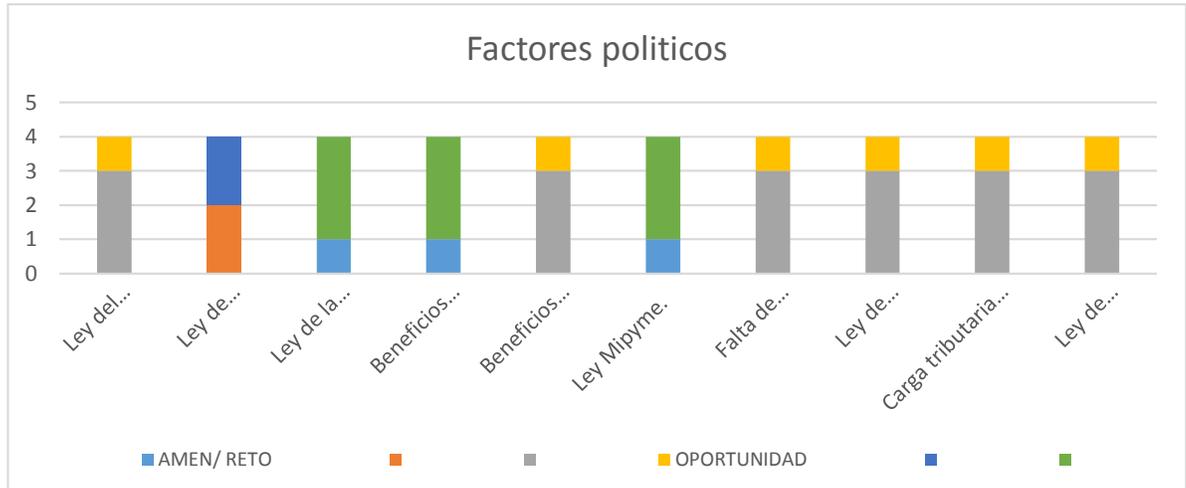
Cuadro 1. Factores políticos de la empresa Sublimeink

Factores políticos de la empresa Sublimeink						
EMPRESA: Sublimeink						
	VALORACIÓN CUANTITATIVA					
	AME			OPOR		
	-1	-2	-3	1	2	3
Ley del Emprendimiento.			3	1		
Ley de Contratación Estatal.		2			2	
Ley de la Juventud.	1					3
Beneficios tributarios.	1					3
Beneficios parafiscales.			3	1		
Ley Mipyme.	1					3
Falta de Madurez política del país.			3	1		
Ley de preferencias arancelarias.			3	1		
Carga tributaria excesiva.			3	1		
Ley de comercio electrónico.			3	1		

Fuente: Autor.

Se explica como el factor político incide como fuerza amenazante para el desarrollo eficiente de las operaciones, administrativas, comerciales y financieras de la empresa representadas en el cuadro anterior.

Gráfico 1. Factores políticos



Fuente: Autor.

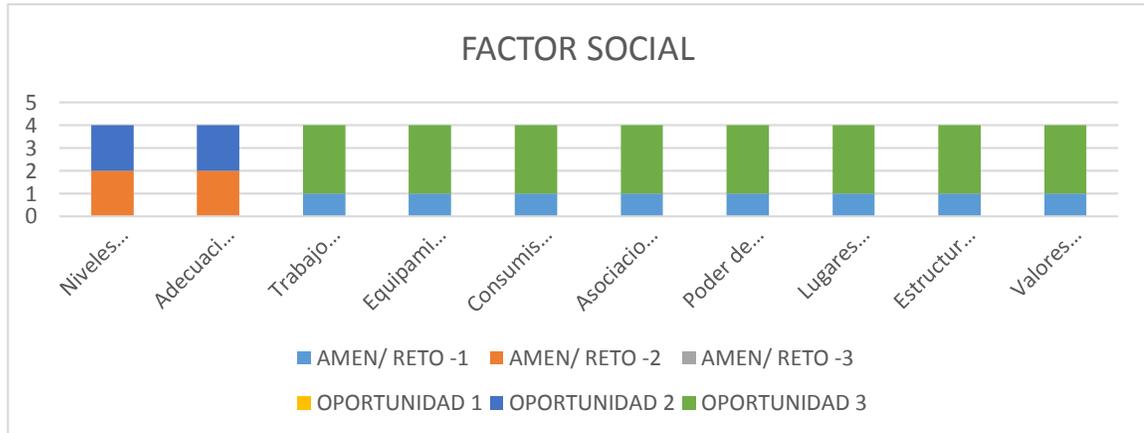
En estos momentos la empresa Sublimeink presenta diferentes amenazas las cuales influyen de manera negativa al funcionamiento administrativo; por este modo se debe establecer nuevos planes, estructurar una mejor estrategia comercial, fortalecer los cálculos contables y poder contratar al mejor personal capacitado en temas de publicidad, contribuyendo al empleo en el municipio de yumbo,

Cuadro 2. Factor social

Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio.(P.O.A.M)						
EMPRESA: Sublimeink						
	VALORACIÓN CUANTITATIVA					
	AME			OPOR		
	-1	-2	-3	1	2	3
Niveles de subcontratación.		2			2	
Adecuación del mercado laboral.		2			2	
Trabajo femenino.	1					3
Equipamiento de los hogares.	1					3
Consumismo.	1					3
Asociaciones de consumidores.	1					3
Poder de compra de las familias.	1					3
Lugares de compra/ Lugares de consumo.	1					3
Estructura de los hogares.	1					3
Valores culturales.	1					3

Fuente: Autor.

Gráfico 2. Factor social



Fuente: Autor.

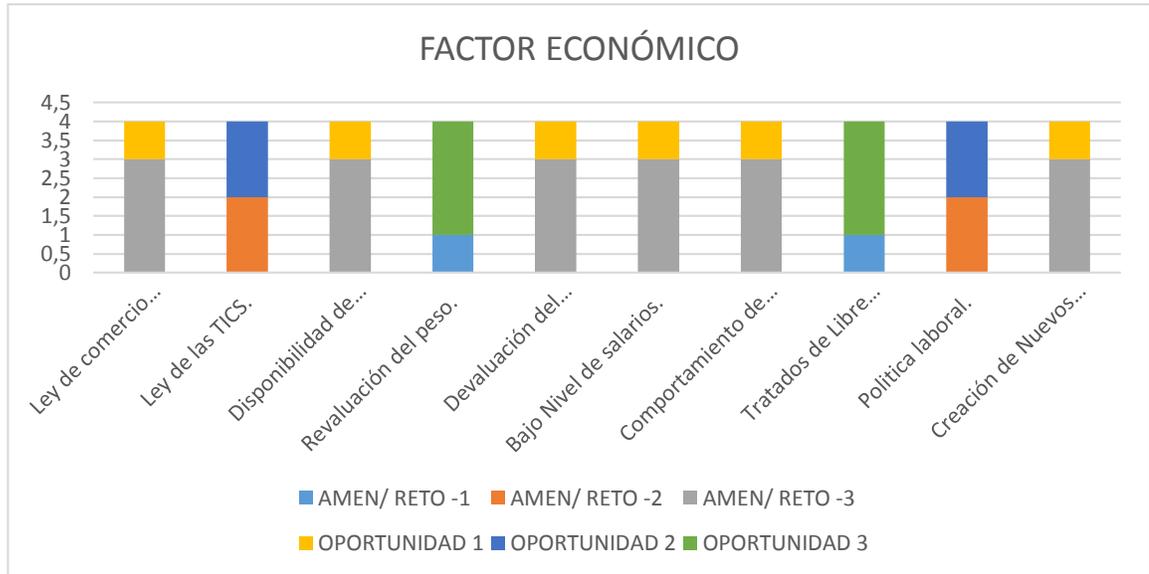
Con base al comportamiento que tienen los clientes en el municipio de Yumbo, es visto que tiene una gran oportunidad frente al poder de compra debido a los productos como camisetas, mugs, son muy bien aceptados por ellos, estos artículos también se ofrecerán como en la feria de Yumbo, y en diferentes eventos sociales tales como cumpleaños, Baby shower, eventos empresariales entre otros, donde los consumidores pueden ver las propiedades de los artículos.

Cuadro 3. Factor económico

Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio.(P.O.A.M)						
EMPRESA: Sublimeink						
	VALORACIÓN CUANTITATIVA					
	AME			OPOR		
	-1	-2	-3	1	2	3
Ley de comercio electrónico			3	1		
Ley de las TICS.		2			2	
Disponibilidad de líneas de crédito.			3	1		
Revaluación del peso.	1					3
Devaluación del dólar.			3	1		
Bajo Nivel de salarios.			3	1		
Comportamiento de la Económica nacional.			3	1		
Tratados de Libre Comercio.	1					3
Política laboral.		2			2	
Creación de Nuevos Impuestos.			3	1		

Fuente: Autor.

Gráfico 3. Factor económico



Fuente Autor.

Actualmente la empresa tiene muchas amenazas sobre el factor económico, debido a las diferentes leyes que no favorecen ni beneficia la economía del establecimiento por este motivo a obligado en mantenerse en la informalidad. Una de ellas es la ley de comercio electrónico donde según el Decreto 1377 de 2013: protege el derecho a las personas de saber su información financiera y las actualizaciones que se hagan de ella, y este es un punto negativo debido que la organización no está establecida legalmente.

Disponibilidad de líneas de crédito para las pequeñas empresas como esta es limitado debido que no tienen un reconocimiento y respaldo en el sector evidenciando que tienen problemas al acceder a los diferentes créditos.

Devaluación del dólar es un factor amenazante debido que muchos de los insumos para la sublimación son importados y estos alteran el precio de venta de los artículos.

2.6 IDENTIFICACIÓN COMPETENCIAS BÁSICAS DE LA EMPRESA

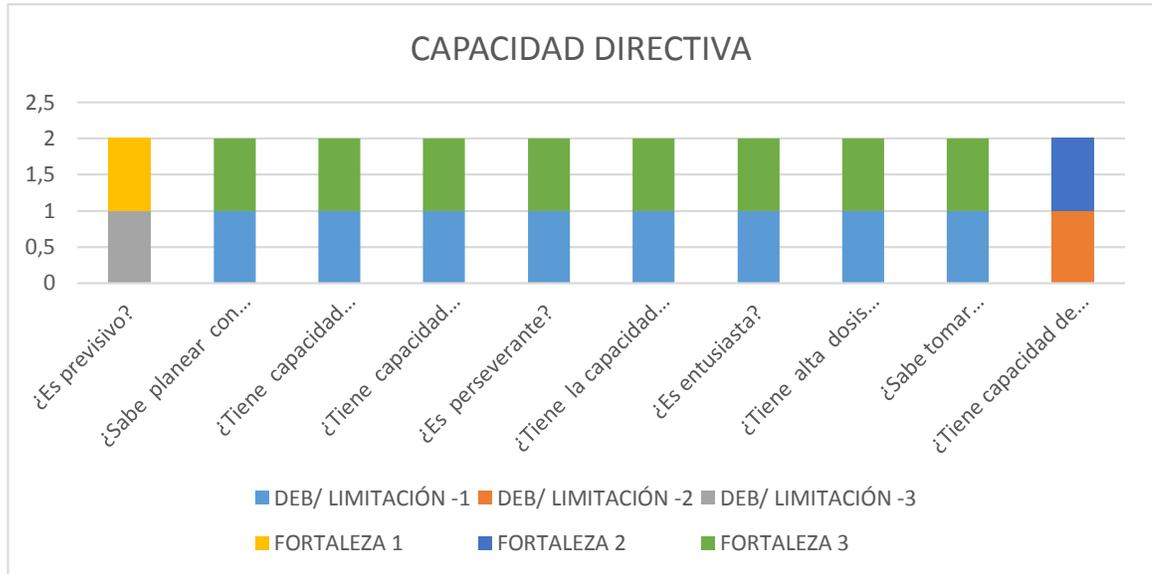
2.6.1 PCI. (Perfil de Capacidad Interna): El perfil de capacidad interna de la empresa (PCI), y el análisis de la vulnerabilidad son algunos de ellos, los cuales se describirán con detalle más adelante. Es una manera de hacer el diagnóstico estratégico donde se evalúan la capacidad directiva, la capacidad competitiva, la capacidad financiera, la capacidad tecnológica y por último la capacidad del talento humano.

Cuadro 4. Capacidad directiva

Perfil de Capacidad Interna.						
EMPRESA: Sublimeink						
ASPECTOS INTERNOS	VALORACIÓN CUANTITATIVA					
	LIMITACIÓN			FORTALEZA		
	-1	-2	-3	1	2	3
¿Es previsor?			3	1		
¿Sabe planear con calidad?	1					3
¿Tiene capacidad innovadora?	1					3
¿Tiene capacidad creativa?	1					3
¿Es perseverante?	1					3
¿Tiene la capacidad de riesgo?	1					3
¿Es entusiasta?	1					3
¿Tiene alta dosis de iniciativa?	1					3
¿Sabe tomar decisiones con calidad objetiva?	1					3
¿Tiene capacidad de comunicación?		2			2	

Fuente: Autor.

Gráfico 4. Capacidad directiva



Fuente: Autor.

Desde el punto de vista como emprendedor, el dueño de Sublimeink cuenta con fortalezas para mantener y salir adelante frente a las diferentes adversidades y estableciendo constantemente nuevas estrategias para sostenerse en el mercado y enfrentarse a la competencia.

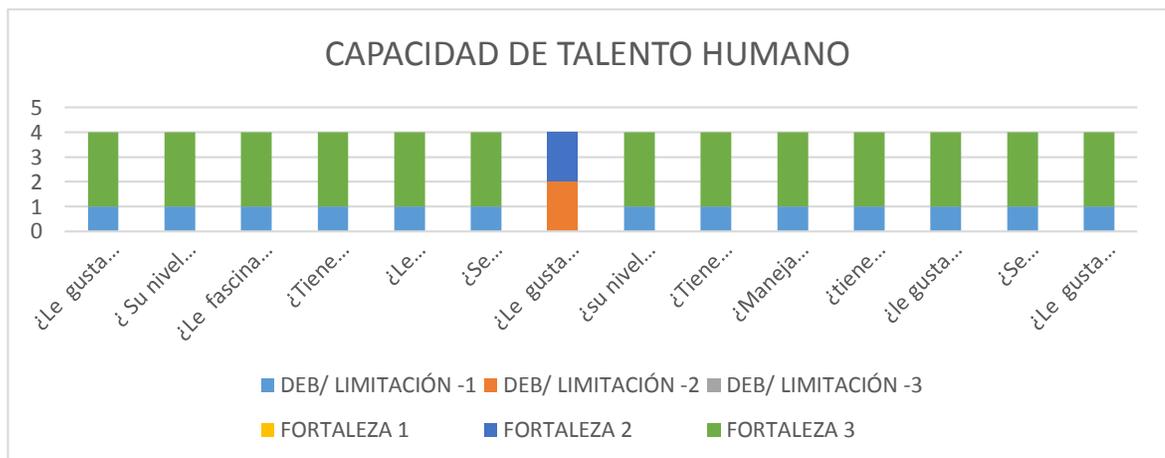
Como fortaleza general Sublimeink constantemente se reinventa, promocionando sus productos en las diferentes temporadas del año, como en el día de la madre, del padre, día del niño, día del amor y amistad, la temporada de disfraces y en navidad, de esta manera siempre el cliente tendrá motivos para comprar sus productos.

Cuadro 5. Capacidad de talento humano

Perfil de Capacidad Interna.						
EMPRESA: Sublimeink	VALORACIÓN CUANTITATIVA					
	LIMITACIÓN			FORTALEZA		
	-1	-2	-3	1	2	3
¿Le gusta el trabajo en equipo?	1					3
¿ Su nivel de conocimiento es de calidad?	1					3
¿Le fascina la zona de confort?	1					3
¿Tiene sentido de pertenencia?	1					3
¿Le encanta ser empleado?	1					3
¿Se preocupa por superarse día a día?	1					3
¿Le gusta el trabajo en grupo?		2			2	
¿su nivel de conocimiento empresarial es alto?	1					3
¿Tiene habilidades y destrezas?	1					3
¿Maneja bien sus procesos de comunicación?	1					3
¿tiene competencias emprendedoras?	1					3
¿le gusta ganar muy bien?	1					3
¿Se preocupa por su proceso de formación con calidad?	1					3
¿Le gusta la motivación económica?	1					3

Fuente: autor.

Gráfico 5. Capacidad de talento humano



Fuente: Autor.

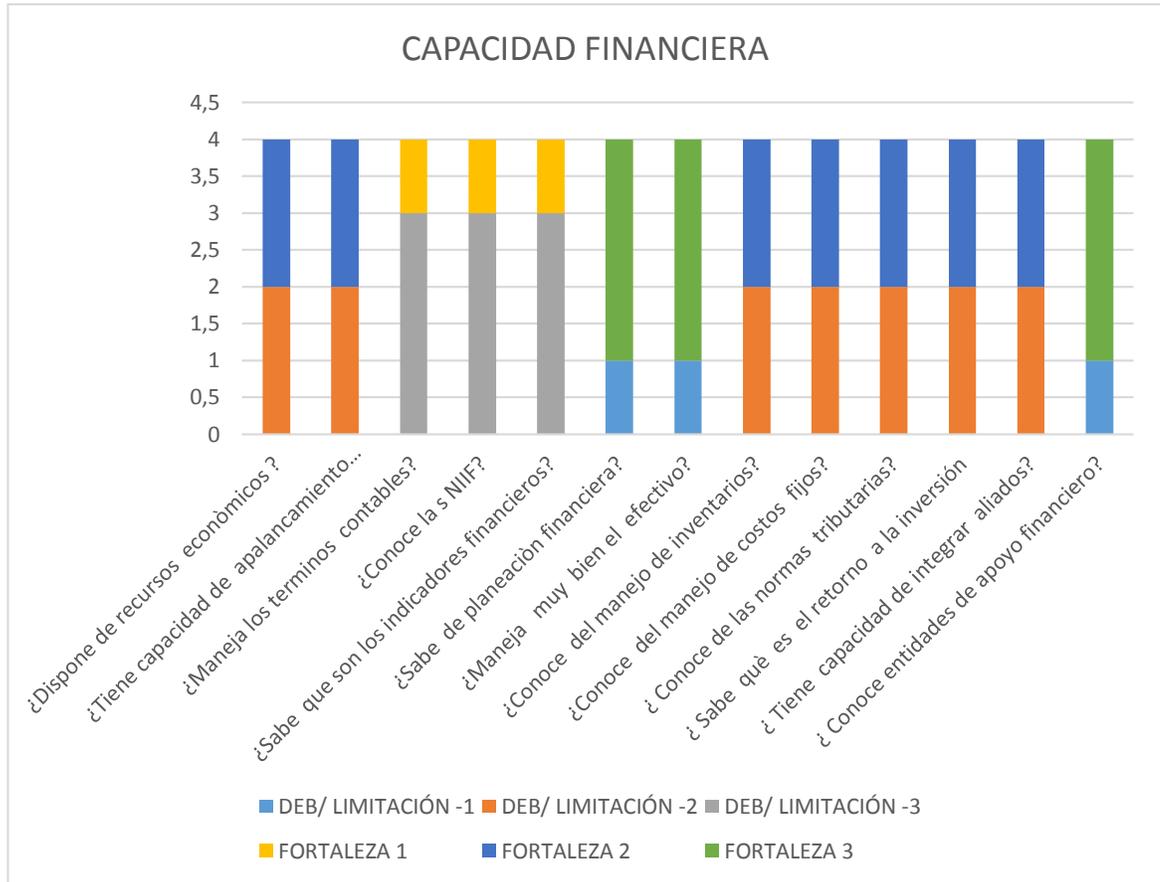
En cuanto a la capacidad de talento humano en la empresa Sublimeink, donde en el interior se maneja muy bien sus procesos de comunicación, tiene competencias emprendedoras, se preocupa por su proceso de formación con calidad en los productos de sublimación y motiva para generar mayor productividad al interior del establecimiento comercial. Contratando en las temporadas o en situaciones de fuerte trabajo a jóvenes del municipio de Yumbo con los conocimientos en sublimación, estos contratos sin duda se realizan bajo el esquema de prestación de servicios u obra labor,

Cuadro 6. Capacidad financiera

Perfil de Capacidad Interna.						
EMPRESA: Sublimeink						
	VALORACIÓN CUANTITATIVA					
	LIMITACIÓN			FORTALEZA		
	-1	-2	-3	1	2	3
¿Dispone de recursos económicos ?		2			2	
¿Tiene capacidad de apalancamiento financiero?		2			2	
¿Maneja los términos contables?			3	1		
¿Conoce las NIIF?			3	1		
¿Sabe que son los indicadores financieros?			3	1		
¿Sabe de planeación financiera?	1					3
¿Maneja muy bien el efectivo?	1					3
¿Conoce del manejo de inventarios?		2			2	
¿Conoce del manejo de costos fijos?		2			2	
¿Conoce de las normas tributarias?		2			2	
¿Sabe qué es el retorno a la inversión		2			2	
¿Tiene capacidad de integrar aliados?		2			2	
¿Conoce entidades de apoyo financiero?	1					3

Fuente: Autor.

Gráfico 6. Capacidad financiera



Fuente: Autor.

A pesar que la empresa ha podido crecer poco a poco con base a sus negociaciones actuales las cuales han resultado exitosas, Sublimeink debe fortalecer todo el concepto contable y financiero, debido que en la actualidad se están exigiendo cambios al momento de registrar, realizar conciliaciones bancarias y generar los cobros correspondientes de impuestos.

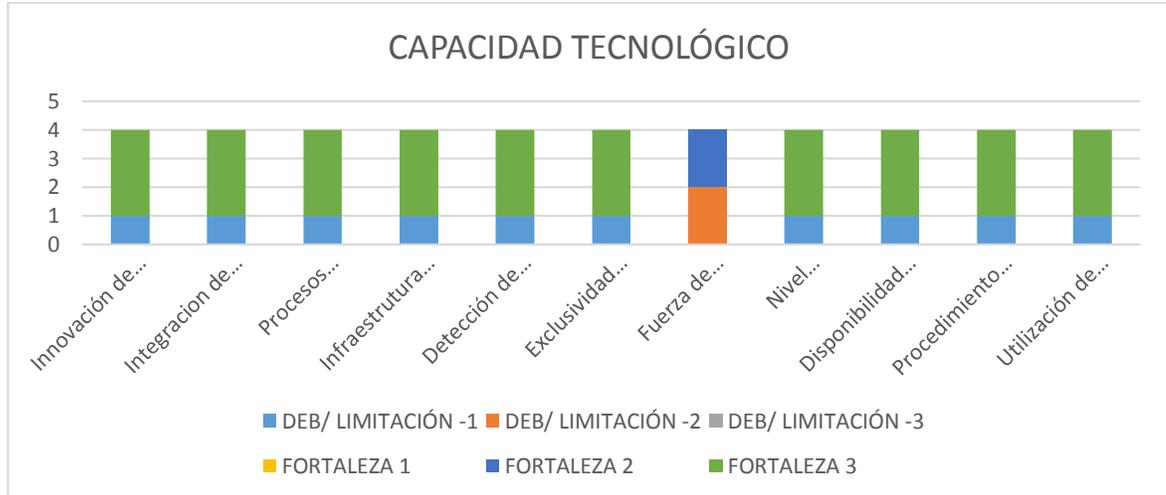
Situación que el propietario debe considerar en mejorar, llevando un constante seguimiento de los movimientos contables de la empresa y conocer cuales gastos se pueden disminuir gradualmente.

Cuadro 7. Capacidad tecnológica

Perfil de Capacidad Interna.						
EMPRESA: Sublimeink						
	VALORACIÓN CUANTITATIVA					
	LIMITACIÓN			FORTALEZA		
	-1	-2	-3	1	2	3
Innovación de maquinaria y equipo.	1					3
Integración de nuevos procesos.	1					3
Procesos automatizados.	1					3
Infraestructura tecnológica (hardware)	1					3
Detección de nuevas materias primas.	1					3
Exclusividad de los procesos de producción.	1					3
Fuerza de patentes y registros.		2			2	
Nivel tecnológico.	1					3
Disponibilidad de software	1					3
Procedimientos técnicos.	1					3
Utilización de tecnología de punta..	1					3

Fuente: Autor.

Gráfico 7. Capacidad tecnológica



Fuente: autor.

Sin duda este es un punto fuerte de la empresa debido que, para la producción de los diferentes productos publicitarios solicitados por los diferentes clientes, la organización cuenta con software actualizados y tecnología de punta compitiendo

con empresas que se encuentran posicionadas y registradas cumpliendo con los lineamientos de la Cámara y Comercio de Cali – CCC.

2.7 ANÁLISIS DOFA

Se realiza en este apartado una evaluación general en la empresa Sublimeink con el propósito de establecer estrategias, mediante la identificación de las oportunidades, debilidades, fortalezas y amenazas descritas a continuación:

Fortalezas.

- F1. La empresa Sublimeink cuenta con una buena aceptación por parte de los clientes que solicitan los servicios de publicidad.
- F2. La empresa Sublimeink por medio de un análisis organizacional ha podido identificar de manera básica las oportunidades.
- F3. Conociendo el comportamiento de la inflación la empresa ha podido manejar la variable del precio sobre sus productos y de esta manera se ha podido enfrentar a la competencia con excelente servicio y calidad.
- F4. Los productos de Sublimeink son de excelente calidad haciendo que los clientes se sean fieles frente a los productos de la competencia.
- F5. El cliente realiza la compra de manera directa en SUBLIMEINK sin intermediarios, haciendo que la comunicación entre el cliente y la empresa sea más estrecha.

Debilidades

- D1. Por la no contar con planeación estratégica, no tienen un norte organizacional por la falta de herramientas empresariales por parte del administrador de Sublimeink.
- D2. Sublimeink no tienen un proceso de selección, reclutamiento y capacitación de personal, por este motivo, algunos empleados realizan sus actividades de manera empírica afectando la calidad del servicio.

- D3. La empresa SUBLIMEINK no tiene un plan de mercado o una estrategia de CRM que vigile el comportamiento de los compradores.
- D4. Sublimeink no tiene certificaciones de calidad para sus productos.
- D5. La empresa debe mejorar su proceso de motivación de personal donde los empleados realicen mejor sus actividades.

Oportunidades

O1. Ofreciendo nuevos productos publicitarios para los diferentes clientes.

O2. Se aplican nuevas herramientas tecnológicas para que la empresa Sublimeink entregue los mejores productos publicitarios.

O3. Por medio de mejores canales de distribución Sublimeink será más efectivo y eficiente para los clientes.

Amenazas

A1. La inflación afecta directamente en la decisión de compra en los clientes.

A2. Los impuestos afectan considerablemente el crecimiento de las empresas.

A3. El incremento del gasto tributario es una amenaza inminente para los precios de los productos de la empresa Sublimeink.

A4. Los índices de delincuencias en el municipio de yumbo son amenazantes.

A5. Los precios de los combustibles como la gasolina pueden elevar el precio de los productos de Sublimeink.

MATRIZ DOFA - SUBLIMEINK

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
	<p>F1. La empresa Sublimeink cuenta con una buena aceptación por parte de los clientes que solicitan los servicios de publicidad .</p> <p>F2. La empresa Sublimeink por medio de un análisis organizacional ha podido identificar de manera básica las oportunidades.</p> <p>F3. Conociendo el comportamiento de la inflación la empresa ha podido manejar la variable del precio sobre sus productos y de esta manera se ha podido enfrentar a la competencia con excelente servicio y calidad</p> <p>F4. Los productos de Sublimeink son de excelente calidad haciendo que los clientes se sean fieles frente a los productos de la competencia</p> <p>F5. El cliente realiza la compra de manera directa en Sublimeink sin intermediarios, haciendo que la comunicación entre el cliente y la empresa sea más estrecha</p>		<p>D1. Por la no contar con planeación estratégica, no tienen un norte organizacional por la falta de herramientas empresariales por parte del administrador de Sublimeink</p> <p>D2. Sublimeink no tienen un proceso de selección, reclutamiento y capacitación de personal, por este motivo, algunos empleados realizan sus actividades de manera empírica afectando la calidad del servicio</p> <p>D3. La empresa Sublimeink no tiene un plan de mercado o una estrategia de CRM que vigile el comportamiento de los compradores</p> <p>D4. Sublimeink no tiene certificaciones de calidad para sus productos</p> <p>D5. La empresa debe mejorar su proceso de motivación de personal donde los empleados realicen mejor sus actividades .</p>
OPORTUNIDADES		DO	
<p>O1. Ofreciendo nuevos productos publicitarios para los diferentes clientes</p> <p>O4. Se aplican nuevas herramientas tecnológicas para que la empresa Sublimeink entregue los mejores productos publicitarios</p> <p>O5. Por medio de mejores canales de distribución Sublimeink será más efectivo y eficiente para los clientes</p>	<p>Fortalecer la imagen de Sublimeink ofreciendo mejores canales de comunicación con los proveedores y los clientes</p> <p>Divulgar mediante la Pagina web y redes sociales más populares los productos ofrecidos por la SUBLIMEINK</p>		<p>Fortalecer la gestión comercial de SUBLIMEINK aplicando la planeación estratégica para mejorar la comunicación con los proveedores</p> <p>Contratar a nuevos empleados con pensamiento creativo e innovador, aplicado en los productos que ofrece la empresa.</p> <p>Fidelizar los clientes mediante estrategias de marketing utilizando las <i>redes sociales</i>.</p>

	<p>Capacitar al personal con experiencia en productos de sublimación y publicidad</p> <p>Competir con los precios de los productos de sublimación descubriendo las diferentes necesidades de los clientes</p>	<p>Evaluar al personal mediante indicadores KPI fortaleciendo las competencias y habilidades de los empleados</p>
AMENAZAS	FA	DA
<p>A1. La inflación afecta directamente en la decisión de compra en los clientes</p> <p>A2. Los impuestos afectan considerablemente el crecimiento de las empresas</p> <p>A3. El incremento del gasto tributario es una amenaza inminente para los precios de los productos de la empresa Sublimeink</p> <p>A4. Los índices de delincuencias en el municipio de yumbo son amenazantes</p> <p>A5. Los precios de los combustibles como la gasolina pueden elevar el precio de los productos de Sublimeink.</p>	<p>Presentar los productos de publicidad con los mejores precios sin que estos se afecten por la inflación y los impuestos</p> <p>Estipular una política de seguridad con el propósito de proteger la imagen corporativa teniendo en cuenta los índices de delincuencia en la ciudad</p>	<p>Mejorar las condiciones motivacionales del personal de Sublimeink fortaleciendo el sentido de pertenencia de los trabajadores</p> <p>Diseñar planes estratégicos para contrarrestar los gastos que se deben de cancelar porque se encuentran estipulados por la política fiscal del país</p>

Fuente: Autor.

2.8 ANÁLISIS DE VULNERABILIDAD

Esta matriz es una herramienta que permiten conocer las vulnerabilidades a nivel cuantitativo y cualitativo donde se debe hacer un análisis detallado de cada uno para responder ante las situaciones de emergencia que se puedan presentar estableciendo planes de acción que busquen mitigarlos y fijar una mejora continua. (Díaz y León, 2005, p. 186).

Para este apartado se deben de elaborar la matriz de vulnerabilidad de la empresa Sublimeink identificando la amenaza, el nivel de riesgo y la calificación de las amenazas. Por lo que para el desarrollo de la misma se hace necesario conocer los siguientes puntos.

El tipo de amenaza puede clasificarse de la siguiente manera:

- Tecnológico
- Natural
- Y social

Las amenazas pueden ser:

- Incendio estructural
- Fallas estructurales
- Sismo
- Inundación
- Robo-atraco
- Atención al lesionado

La clasificación del nivel de riesgo se puede evidenciar en el siguiente cuadro,

Cuadro 8. Clasificación del nivel de riesgo

Calificación nivel de riesgo		
Sumatoria de Rombos	Calificación	Ejemplo
3 ó 4 	Alto 	
1 ó 2  3 ó 4 	Medio 	
0  1 ó 2 	Bajo 	

Fuente: (Díaz y León, 2005, p. 187).

Y para determinar el grado de frecuencia de eventualidad de la amenaza se tiene en cuenta el cuadro 9 que describe el evento (posible, probable e inminente), seguido del comportamiento y finalmente un color asignado para cada evento,

Cuadro 9. grado de frecuencia de eventualidad de la amenaza

EVENTO	COMPORTAMIENTO	COLOR ASIGNADO
Posible	NUNCA HA SUCEDIDO. Es aquel fenómeno que puede suceder o que es factible porque no existen razones históricas y científicas para decir que esto no sucederá.	
Probable	YA HA OCURRIDO. Es aquel fenómeno esperado del cual existen razones y argumentos técnicos científicos para creer que sucederá.	
Inminente	EVIDENTE, DETECTABLE. Es aquel fenómeno esperado que tiene alta probabilidad de ocurrir.	

Fuente: (Díaz y León, 2005, p. 187).

A continuación, en el cuadro 10 la calificación de las amenazas de la empresa Sublimeink con el tipo y la calificación, es importante explicar que de las 6 amenazas mencionadas tres tienen clasificación inminente los cuales son (fallas estructurales, robo y atención al lesionado), dos probable (sismo e inundación) y uno posible que es incendio estructural.

Para explicación detallada del cuadro 10 se da inicio con el primer tipo de origen tecnológico, la amenaza es incendio estructural que por lo general se ocurre a nivel

interno y la descripción del aspecto crítico es que en la empresa Sublimeink se podrían presentar casos de incendio debido a fallas en las instalaciones eléctricas y la presencia de material combustible (cartón, papel, madera, insumos) que podrían aumentar la probabilidad de ocurrencia y ese evento puede ser posible.

El segundo tipo que también es de origen tecnológico, la amenaza son las fallas estructurales que podrían presentar a nivel interno y su descripción es donde la infraestructura nunca se le ha realizado estudio de sismoresistencia y su estructura interna presenta humedad, grietas en paredes, lo cual aumenta la probabilidad de desplome en caso de movimiento telúrico, debido a la amenaza este evento puede ser inminente.

La amenaza tres es de origen natural, donde la amenaza es sin duda los sismos o terremotos, este evento es externo donde la descripción es por efecto del movimiento en las placas tectónicas, siendo esta vulnerabilidad probable.

Como cuarto punto se tiene una amenaza de inundación, de origen natural y su descripción son los constantes casos de contaminación por desechos arrojados a los sistemas de alcantarillado son factores que influyen en la posible incidencia de la amenaza en el sector, y este es probable.

El robo es una amenaza externa donde la empresa está ubicada en un sector comercial con alto índice de robo y hace 2 años atrás se presentó un asalto en las instalaciones en la cual hubo pérdida de mercancía y dinero y la empresa Sublimeink presta el servicio de domicilios de sus productos donde los trabajadores tienen que transitar con dinero en efectivo en ocasiones por vías urbanas lo cual aumenta la posibilidad de un atraco inminente.

Finalmente, está la atención al lesionado de origen social externo donde el personal de la empresa no se encuentra capacitado para dar atención primaria al personal lesionado en caso de cualquier contingencia puede ser inminente.

Cuadro 10. Calificación de las amenazas de la empresa Sublimeink

CALIFICACION DE LAS AMENAZAS DE LA EMPRESA SUBLIMEINK						
EVENTO		COMPORTAMIENTO			COLOR ASIGNADO	
Posible		NUNCA HA SUCEDIDO. Es aquel fenómeno que puede suceder o que es factible porque no existen razones históricas y científicas para decir que esto no sucederá.				
Probable		YA HA OCURRIDO. Es aquel fenómeno esperado del cual existen razones y argumentos técnicos científicos para creer que sucederá.				
Inminente		EVIDENTE, DETECTABLE. Es aquel fenómeno esperado que tiene alta probabilidad de ocurrir.				

No	TIPO DE AMENAZA	AMENAZA	INTERNO	EXTERNO	DESCRIPCION DE LA AMENAZA (ASPECTOS CRITICOS)	CALIFICACION Y COLOR
1	TECNOLOGICA	INCENDIO ESTRUCTURAL	X		En la empresa se podrian presentar casos de incendio debido a fallas en las instalaciones electricas y la presencia de material combustible (carton,papel, madera, insumos) que podrian aumentar la probabilidad de ocurrencia.	POSIBLE
2	TECNOLOGICA	FALLAS ESTRUCTURALES	X		A la infraestructura nunca se le ha realizado estudio de sismoresistencia y su estructura interna presenta humedad, grietas en paredes, lo cual aumenta la probabilidad de desplome en caso de movimiento telurico.	INMINENTE
3	NATURAL	SISMO		X	Movimiento de las placas tectonicas.	PROBABLE
4	NATURAL	INUNDACIÓN		X	Los constantes casos de contaminacion por desechos arrojados a los sistemas de alcantarillado son factores que influyen en la posible incidencia de la amenaza en el sector.	PROBABLE
5	SOCIAL	ROBO-ATRACO	X	X	La empresa esta ubicada en un sector comercial con alto indice de robo y hace 2 años atrás se presento un asalto en las instalaciones en la cual hubo perdida de mercancia y dinero. La empresa Sublimeink presta el servicio de domicilios de sus productos donde los los trabajadores tienen que transitar con dinero en efectivo en ocasiones por vias urbanas lo cual aumenta la posibilidad de un atraco.	INMINENTE
6	SOCIAL	ATENCIÓN AL LESIONADO	X		El personal de la empresa no se encuentra capacitado para dar atencion primaria al personal lesionado en caso de cualquier contingencia.	INMINENTE

Fuente: Los Autor.

Cuadro 11. Matriz de vulnerabilidad de la empresa Sublimeink

ANÁLISIS DE VULNERABILIDAD EN LA EMPRESA SUBLIMEINK																		
ANÁLISIS DE AMENAZAS			ANÁLISIS DE VULNERABILIDAD													NIVEL DE RIESGO		
			PERSONAS					RECURSOS					SISTEMAS Y PROCESOS					
AMENAZA	CALIFICACIÓN Y COLOR DEL ROMBO AMENAZA		1. Gestión organizacional	2. Capacitación	3. Características de seguridad	Total vulnerabilidad Personas	Interpretación y color Vulnerabilidad	1. Suministros	2. Edificaciones	3. Equipos	Total vulnerabilidad Recursos	Interpretación y color Vulnerabilidad	1. Servicios	2. Sistemas alternos	3. Recuperación	Total vulnerabilidad Sistemas y Procesos	Interpretación y color Vulnerabilidad	
			1	INCENDIO ESTRUCTURAL	POSIBLE	0,14	0,00	0,10	0,24286	ALTO	0,5	0,07	0	0,57	ALTO	0,75	0,17	
2	FALLAS ESTRUCTURALES	INMINENTE	0,00	0,00	0,10	0,1	ALTO	0,5	0,07	0	0,57	ALTO	0,75	0,17	0,4	1,3167	MEDIO	MEDIO
3	SISMO	PROBABLE	0,00	0,00	0,00	0	ALTO	0	0,07	0	0,07	ALTO	0,75	0,17	0,4	1,3167	MEDIO	MEDIO
4	INUNDACIÓN	PROBABLE	0,00	0,00	0,00	0	ALTO	0	0,07	0	0,07	ALTO	0,75	0,17	0,4	1,3167	MEDIO	MEDIO
5	ROBO-ATRACO	INMINENTE	0,00	0,00	0,00	0	ALTO	0	0,07	0	0,07	ALTO	0,75	0,17	0,4	1,3167	MEDIO	MEDIO
6	ATENCIÓN AL LESIONADO	INMINENTE	0,00	0,00	0,00	0	ALTO	0,5	0,07	0	0,57	ALTO	0,75	0,17	0,4	1,3167	MEDIO	MEDIO

Calificación nivel de riesgo		
Sumatoria de Rombos	Calificación	Ejemplo
3 ó 4	Alto	
1 ó 2 3 ó 4	Medio	
0 1 ó 2	Bajo	

Fuente: Los Autor.

2.9 OTROS ANÁLISIS

2.9.1 Análisis de las fuerzas de Porter. En el presente punto se realiza el análisis de las fuerzas de Porter para la empresa Sublimeink como la Competencia entre competidores, Poder de negociación con proveedores, Amenazas de nuevos entrantes, Amenazas de productos sustitutos y Poder de negociación con clientes.

Figura 7. Las cinco fuerzas de Porter las cuales se aplicarán a la empresa Sublimeink



Fuente: (Porter, 2016, fig. 1).

2.9.1.1 Competencia entre competidores. Para este punto la empresa Sublimeink se encuentra ubicada en el municipio de Yumbo, donde su mayor número de clientes se encuentran en Cali donde existe una gran competencia de empresas y personas que se dedican a la sublimación.

Por este el negocio deberá fortalecer los canales de comunicación con los clientes de Cali para satisfacer sus necesidades acompañado de una fuerte publicidad en las redes sociales.

2.9.1.2 Poder de negociación con proveedores. La empresa debe fortalecer las negociaciones actuales que tienen con los proveedores de insumos para que se puedan adquirir los mejores materiales a un precio favorable para la organización.

Si se logra reestructurar las negociaciones con los actuales y futuros proveedores se podrán establecer precios más favorables y competitivos a los diferentes clientes.

2.9.1.3 Amenazas de nuevos entrantes. La amenaza de nuevos competidores es algo que debe contrarrestar la empresa Sublimeink, promocionando sus productos tanto a los habitantes potenciales del municipio de Yumbo como a los frecuentes que se viven en Cali .de esta manera los nuevos competidores tendrán poca participación en el mercado

2.9.1.4 Amenazas de productos sustitutos. una amenaza como producto sustituto son las personas que ofrecen sus productos de publicidad en las redes sociales sin contar con una tecnología de punta, donde ellos brindan artículos de baja calidad. Lo que debe hacer Sublimeink es garantizar que cuentan con la suficiente capacidad instalada para dar respuesta a las exigencias de los clientes tanto individuales como empresariales.

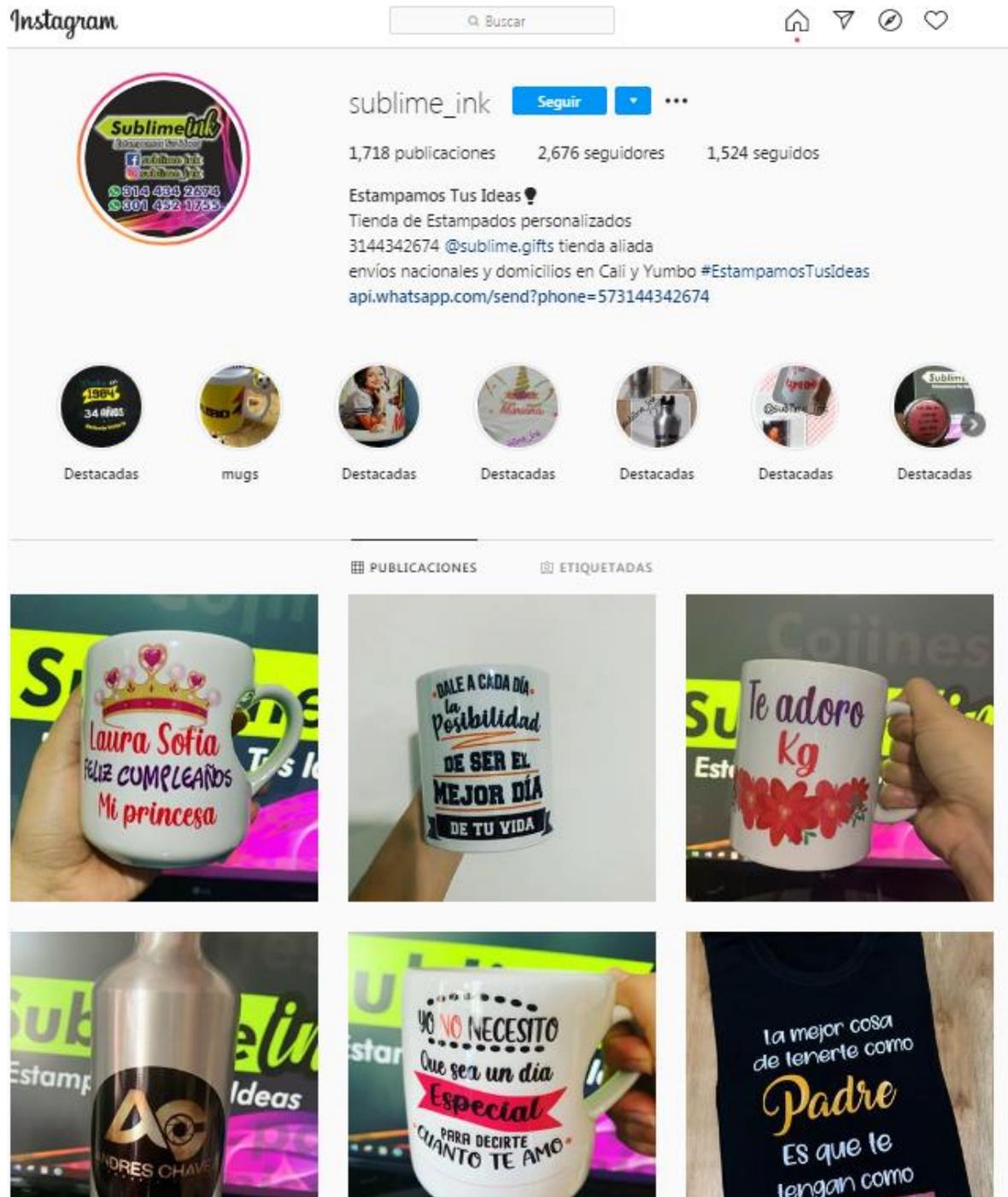
2.9.1.5 Poder de negociación con clientes. Este es un factor positivo debido que Sublimeink cuenta con una muy buena reputación y posicionamiento en las redes sociales, en Facebook cuenta con 586 personas que les gusta el Fanpage la cual se puede observar en la imagen 10 y en el Instagram cuenta con 2.676 seguidores Ver imagen 11; donde los clientes los felicitan por su compromiso, cumplimiento y entrega de los productos demandados.

Imagen 10. Fanpage de la empresa Sublimeink



Fuente: Pantallazos tomados por el Autor desde Facebook.

Imagen 11. Perfil en Instagram de Sublimeink



Fuente: Pantallazo tomado por el Autor desde Instagram.

3 FORMULACIÓN DEL MODELO DE SOLUCIÓN

El direccionamiento estratégico se define como la formulación de las finalidades y propósitos de una organización o proyecto, donde se consignan los objetivos definidos para un largo plazo que apuntan a la perdurabilidad, sostenibilidad y crecimiento de la misma que sirve de marco referencial para los objetivos y lineamientos consagrados en el plan estratégico. Contiene los términos de referencia con un alcance mucho mayor que los proyectos detallados en cada una de ellas para cumplir responsabilidades específicas y limitadas a su campo especializado de acción, desarrollando una imagen asociada de futuro con diferentes niveles o modelos que van desde lo general a lo particular desde el punto de partida en la misión hasta el cumplimiento total en el tiempo futuro de la visión estipulada.

De esta manera, se muestran los macro procesos que dan respuestas concretas a la necesidad de alinear correctamente las etapas de planeación y ejecución, a partir de la brecha existente entre la misión y la visión. En este orden de ideas, se consta que el modelo tradicional que consiste en una planeación estratégica como la “determinación de metas y objetivos esenciales en el largo plazo, junto a la adopción de acciones y asignación de recursos necesarios para cumplirlos” es insuficiente para perfeccionar todos los modelos propuestos al pecar por su punto de vista estático en entornos estables que da paso a la creación abismal de gaps o brechas entre la teoría y la práctica, en medio de una realidad incierta y compleja.

En el presente capítulo se desarrolla el plan de direccionamiento estratégico para la empresa Sublimeink ubicada en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca. El cual se puede ver su estructura en la siguiente figura.

Figura 8. Plan de direccionamiento estratégico para la empresa Sublimeink ubicada en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca.



Fuente: (David, F. R. 2003).

Para el presente plan de mejoramiento se realizará bajo el concepto de la administración de las organizaciones, descrito de la siguiente forma:

3.1 PLANEACIÓN

La planeación estratégica es el proceso de gestión que permite a las organizaciones definir y establecer los objetivos que se pretende lograr, así como las actividades que se llevarán a cabo para alcanzarlos. Esto teniendo como premisa una mejor toma de decisiones y la intención de aportar un rumbo a la empresa. En el plan de direccionamiento estratégico para la empresa Sublimeink se inicia con la planeación en el cual se divide por:

Figura 9. Estructura de la función planeación



Fuente: Autor.

3.1.1 Plan estratégico. Un plan estratégico es sin duda un plan de acción donde se definen todo aquello que la organización quiere lograr y conseguir, este es el reflejo de los principales objetivos corporativos buscando el éxito de la misma, por esta razón el plan estratégico en la empresa Sublimeink contiene la estructura para fortalecer la misión, visión, objetivos corporativos y las estrategias potencializando un pensamiento gerencial (Blank B, 2002, p. 184).

Figura 10. Estructura del plan estratégico para la empresa Sublimeink



Fuente: Autor.

A continuación, se menciona el nuevo plan estratégico que debe de tener la empresa Sublimeink.

Misión. Ser la empresa líder en la producción y comercialización de diferentes artículos personalizadas mediante la técnica de la sublimación brindando a nuestros clientes un producto de calidad con un excelente servicio.

Visión. Al 2025 Sublimeink desea ser la empresa líder en sublimación de artículos con excelente calidad en el municipio de Yumbo.

Objetivos estratégicos.

Producir y comercializar artículos mediante la técnica de sublimación con altos estándares de calidad.

Ofrecer un producto el cual es innovador al plasmar las ideas del cliente en el.

Estrategias.

Una de las estrategias es hacer convenios con las entidades educativas del municipio de Yumbo para realizar la sublimación en diferentes artículos que ofrece la empresa Sublimeink.

Realizar convenios con las empresas para realizarles la publicidad mediante la sublimación en camisetas, mugs y diferentes artículos para realizar presencia de marca empresarial.

3.1.2 Plan operativo. Un plan operativo es un documento en el cual los responsables de una organización (ya sea una empresa, una institución o una oficina gubernamental) establecen los objetivos que desean cumplir y estipulan los pasos a seguir. Estos objetivos se plasman sobre un documento similar al que se conoce como plan de acción, el cual prioriza las iniciativas más importantes para alcanzar distintos objetivos y metas. Ambos tipos de planes consisten en una guía importante para saber hacia dónde se está trabajando, conociendo el marco en el cual deberá desarrollarse cada proyecto en particular.

Para implementar el enfoque estratégico es necesario el plan operativo para la empresa Sublimeink contiene unas nuevas políticas, procedimientos y normas organizacionales, debido a que de manera inicial la organización no cuenta con ellas y se busca que estas contribuyan al cumplimiento de las metas empresariales (Blank B, 2002, p. 183).

Figura 11. Contenido plan operativo



Fuente: Autor.

3.1.2.1 Procedimientos de la empresa Sublimeink. Estos procedimientos estarán presentados en un formato con el propósito que si la organización busca certificarse a futuro en la norma ISO 9001:2015 ya los tenga dentro de su inventario documental. Estos se estipularán para el logro de los objetivos organizacionales en Sublimeink. Los procedimientos son compras y el contable.

- **PROCEDIMIENTO DE COMPRAS**

Con el siguiente procedimiento de compras se busca establecer los lineamientos mínimos para que la compra de insumos y la evaluación de los proveedores de alto impacto para que Sublimeink entregue a los clientes unos productos excelentes y de mejor calidad.

Cuadro 12. Procedimiento de compras

		PROCEDIMIENTO COMPRAS		Código: P-GA-001 Versión: 001 Fecha Emisión: 08/06/2018 Página 1 de 4	
ELABORO		REVISO		APROBO	
Nombre: Clara Echeverry. Cargo: Administradora		Nombre: Fabio Alejandro Barberi Rojas Cargo: Accionista		Nombre: Fabio Alejandro Barberi Rojas Cargo: Accionista	
ESTADO DEL DOCUMENTO		FECHA		CAUSA DE CAMBIOS	
Versión 001		08/04/2018			
1. OBJETIVO					
Establecer el procedimiento de compras de alto impacto dentro de la empresa Sublimeink busca definir los lineamientos para la selección, evaluación y reevaluación de los proveedores.					
2. ALCANCE					
El presente documento está dirigido a la administradora y a los demás funcionarios de la empresa que intervienen en el proceso de Compras de una manera directa.					
3. RESPONSABLE					
Es responsabilidad de la administradora velar por el cumplimiento, aplicación y mejora del presente documento.					
4. DEFINICIONES					
Evaluación: Examen sistemático para determinar el grado de satisfacción que brinda el proveedor de acuerdo a determinadas exigencias.					
Listado Maestro de Proveedores: Base de datos donde se registran todos los proveedores.					
Orden de Compra: Documento oficial de la empresa mediante el cual se le solicita y confirma a un proveedor la decisión de adquirir un producto o servicio determinado.					
Proveedor: Persona u organización que suministra un bien y/o presta un servicio.					
Selección: Proceso mediante el cual se escoge entre un grupo de candidatos en condiciones similares que están participando en un proceso de Compra o Contratación de Servicio.					
Razón social: Nombre que identifica a una empresa o entidad.					
Relaciones Comerciales Estables: Relaciones con proveedores superiores a 1 año o compras periódicas de mínimo 4 veces en el año.					



PROCEDIMIENTO COMPRAS

Código: P-GA-001
Versión: 001
Fecha Emisión: 08/06/2018
Página 2 de 4

5. DESARROLLO:

5.1 POLITICAS:

- Todo Proveedor debe tener toda la documentación completa y su registro de proveedores diligenciado.
- Las solicitudes de servicios de alta incidencia en la calidad se deben realizar solo con proveedores calificados como aceptable.
- La evaluación de proveedores se debe realizar una vez al año como mínimo.
- Cuando se reevalúa el proveedor y reincide en una calificación aceptable se maneja como calificación deficiente.
- Los resultados de evaluación con calificación aceptable y deficiente son dados a conocer al proveedor mediante comunicado escrito.
- Como requisito fundamental para evaluar y reevaluar el proveedor se debe tener relaciones comerciales estables.
- Antes de entrar en vigencia este documento se considera seleccionados y aprobados los proveedores con que se han mantenido relaciones comerciales estables.
- Se deberá suministrar al proveedor, toda la información necesaria sobre las políticas y el trámite para efectuar compras o servicios establecidos por la Asociación.
- Ninguna Orden de Compra debe pagarse con plazo diferente al que tiene establecido.

5.2 CONTENIDO

5.2.1 SELECCIÓN DE PROVEEDORES

Registro de Proveedores:

Administradora se debe asegurar que todos los procesos de Sublimeink se cumplan antes de solicitar el producto y/o servicio, además de contar con los siguientes documentos:

Proveedores de Suministros:

- Certificado de Cámara y Comercio.
- Registro Único Tributario
- Certificación Bancaria



- Seguridad Social
- Verificación del cumplimiento de los requisitos preestablecidos.
- Registro Único Tributario
- Cámara de Comercio si tiene constituida la empresa.
- Carta indicando cuenta bancaria para consignación, si es persona natural.
- Certificación Bancaria si es persona jurídica (la cuenta debe estar a nombre del Proveedor).
- Acuerdo de confidencialidad firmado.

Esta documentación debe ser consignada en el archivo de compras junto a la calificación del proveedor y el registro del proveedor evaluado con el fin de tener información disponible para posteriores consultas.

5.2.2 SOLICITUD DE COMPRA

Toda adquisición necesita Orden de Compra elaborada en el formato "orden de compra / servicio"

Las compras de cafetería, papelería y aseo son solicitadas la administradora de Sublimeink quien consolida todas las órdenes de compra en una sola y la alimenta de acuerdo a la lista de precios de su base de datos,

5.2.3. RECEPCION Y VERIFICACION

Todo producto o servicio debe ser recibido únicamente en la oficina de la empresa a excepción. Se verificara y se aprobara la conformidad del producto o servicio solicitado, en la misma orden de compra. Toda Factura debe ser radicada por el proveedor en original y remitida al área Administrativa.

La factura debe traer incluido el número de la orden de compra del respectivo producto o servicio.

5.2.5 EVALUACION DE PROVEEDORES

El registro de calificación de proveedores es la herramienta que permite calificar los proveedores actuales con base en los criterios estipulados y las escalas respectivas. La administradora de la empresa Sublimeink es la encargada de coordinar la evaluación de proveedores de todas las áreas.

Anualmente se evaluará el desempeño a los proveedores de producto / servicios de alto impacto según los criterios definidos en el Formato de evaluación y/o reevaluación de proveedores generales el resultado puede ser conforme, aceptable y deficiente.



PROCEDIMIENTO COMPRAS

Código: P-GA-001
Versión: 001
Fecha Emisión: 08/06/2018
Página 4 de 4

De acuerdo al puntaje obtenido se toman las siguientes acciones:

- Calificación conforme: continuar con el proveedor
- Calificación aceptable: continuar con proveedor y establecer fecha de reevaluación
- Calificación deficiente: según sea el caso se puede tomar unas de las siguientes acciones: plan de mejora y se reevalúa en una fecha próxima para tomar una nueva decisión, disminución del volumen de compras o suspensión completas de las compras y eliminar del listado de proveedores

Informe al proveedor: La administradora debe comunicar por escrito a los proveedores el resultado de su calificación y cuáles son los aspectos que debe mejorar para calificar como proveedor seleccionado en Sublimeink.

Fuente: Autor.

Explicación del anterior procedimiento.

Objetivo

Establecer el procedimiento de compras de alto impacto dentro de la empresa Sublimeink busca definir los lineamientos para la selección, evaluación y reevaluación de los proveedores.

Alcance

El presente documento está dirigido a la administradora y a los demás funcionarios de la empresa que intervienen en el proceso de Compras de una manera directa.

Responsable

Es responsabilidad de la administradora velar por el cumplimiento, aplicación y mejora del presente documento.

Definiciones

Evaluación: Examen sistemático para determinar el grado de satisfacción que brinda el proveedor de acuerdo a determinadas exigencias.

Listado Maestro de Proveedores: Base de datos donde se registran todos los proveedores.

Orden de Compra: Documento oficial de la empresa mediante el cual se le solicita y confirma a un proveedor la decisión de adquirir un producto o servicio determinado.

Proveedor: Persona u organización que suministra un bien y/o presta un servicio.

Selección: Proceso mediante el cual se escoge entre un grupo de candidatos en condiciones similares que están participando en un proceso de Compra o Contratación de Servicio.

Razón social: Nombre que identifica a una empresa o entidad.

Relaciones Comerciales Estables: Relaciones con proveedores superiores a 1 año o compras periódicas de mínimo 4 veces en el año.

Desarrollo:

Políticas:

- Todo Proveedor debe tener toda la documentación completa y su registro de proveedores diligenciado.
- Las solicitudes de servicios de alta incidencia en la calidad se deben realizar solo con proveedores calificados como aceptable.
- La evaluación de proveedores se debe realizar una vez al año como mínimo.
- Cuando se reevalúa el proveedor y reincide en una calificación aceptable se maneja como calificación deficiente.

- Los resultados de evaluación con calificación aceptable y deficiente son dados a conocer al proveedor mediante comunicado escrito.
- Como requisito fundamental para evaluar y reevaluar el proveedor se debe tener relaciones comerciales estables.
- Antes de entrar en vigencia este documento se considera seleccionados y aprobados los proveedores con que se han mantenido relaciones comerciales estables.
- Se deberá suministrar al proveedor, toda la información necesaria sobre las políticas y el trámite para efectuar compras o servicios establecidos por la Asociación.
- Ninguna Orden de Compra debe pagarse con plazo diferente al que tiene establecido.

Contenido

Selección de proveedores

Registro de proveedores:

Administradora se debe asegurar que todos los procesos de Sublimeink se cumplan antes de solicitar el producto y/o servicio, además de contar con los siguientes documentos:

Proveedores de suministros:

- Certificado de Cámara y Comercio.
- Registro Único Tributario
- Certificación Bancaria

Proveedores de Servicios

- Contrato
- Seguridad Social
- Verificación del cumplimiento de los requisitos preestablecidos.

- Registro Único Tributario
- Cámara de Comercio si tiene constituida la empresa.
- Carta indicando cuenta bancaria para consignación, si es persona natural.
- Certificación Bancaria si es persona jurídica (la cuenta debe estar a nombre del Proveedor).
- Acuerdo de confidencialidad firmado.

Esta documentación debe ser consignada en el archivo de compras junto a la calificación del proveedor y el registro del proveedor evaluado con el fin de tener información disponible para posteriores consultas.

Solicitud de compra

Toda adquisición necesita Orden de Compra elaborada en el formato “orden de compra / servicio”

Las compras de cafetería, papelería y aseo son solicitadas la administradora de Sublimeink quien consolida todas las órdenes de compra en una sola y la alimenta de acuerdo a la lista de precios de su base de datos,

Recepción y verificación

Todo producto o servicio debe ser recibido únicamente en la oficina de la empresa a excepción. Se verificará y se aprobará la conformidad del producto o servicio solicitado, en la misma orden de compra. Toda Factura debe ser radicada por el proveedor en original y remitida al área Administrativa.

La factura debe traer incluido el número de la orden de compra del respectivo producto o servicio.

Evaluación de proveedores

El registro de calificación de proveedores es la herramienta que permite calificar los proveedores actuales con base en los criterios estipulados y las escalas respectivas.

La administradora de la empresa Sublimeink es la encargada de coordinar la evaluación de proveedores de todas las áreas.

Anualmente se evaluará el desempeño a los proveedores de producto / servicios de alto impacto según los criterios definidos en el Formato de evaluación y/o reevaluación de proveedores generales el resultado puede ser conforme, aceptable y deficiente.

De acuerdo al puntaje obtenido se toman las siguientes acciones:

- Calificación conforme: continuar con el proveedor
- Calificación aceptable: continuar con proveedor y establecer fecha de reevaluación
- Calificación deficiente: según sea el caso se puede tomar unas de las siguientes acciones; plan de mejora y se reevalúa en una fecha próxima para tomar una nueva decisión, disminución del volumen de compras o suspensión completas de las compras y eliminar del listado de proveedores

Informe al proveedor: La administradora debe comunicar por escrito a los proveedores el resultado de su calificación y cuáles son los aspectos que debe mejorar para calificar como proveedor seleccionado en Sublimeink.

• **PROCEDIMIENTO CONTABLE.**

Imagen 12. Proceso de la operación contable

	OPERACIÓN CONTABLE	Código: P-GA-002 Versión: 003 Fecha Emisión: 08/06/2018 Página 1 de 6
---	---------------------------	--

ELABORO	REVISÓ	APROBÓ
Firma: Clara Echeverry. Cargo: Administrativa	Firma: Fabio Alejandro Barberi Rojas Cargo: Accionista	Firma: Fabio Alejandro Barberi Rojas Cargo: Accionista

ESTADO DEL DOCUMENTO	FECHA	CAUSA DE CAMBIOS
Versión 001	08/04/2018	

1. OBJETIVO:
 Presentar la información contable y financiera de la empresa Sublimeink de acuerdo con las normas, Leyes y Decretos establecidos por el Gobierno y la Dirección de Impuestos Nacionales (DIAN).

2. ALCANCE:
 El presente documento está dirigido y es aplicable a la administradora y a los demás funcionarios que tienen relación con el proceso contable de la empresa.

3. DEFINICIONES:

3.1. **RUT:** Registro Único Tributario
 3.2. **CGUNO:** Programa Contable
 3.3. **Planilla Única:** Es la planilla en la cual se reportan todos los empleados en el sistema general de salud, pensión, ARP y parafiscales
 3.4. **DIAN:** Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

4. CONDICIONES GENERALES:

4.1 Tener condiciones de negociación bien definidas tales como precios, condiciones de pago, especificaciones, cantidades, descuentos, tiempo de entrega.
 4.2. Toda factura o cuenta de cobro debe ser radicada por el proveedor.
 4.3. Toda mercancía debe ser recibida y verificada en sus condiciones al momento de la entrega por la persona que contrato el servicio o la elaboración del producto.
 4.4. La administradora deberá controlar el consecutivo de las facturas.
 4.5. La contabilización y pago de nómina se realizará mensualmente.
 4.6. La contabilización de ajustes se realizará de forma mensual o cuando sea necesario.



OPERACIÓN CONTABLE

Código: P-GA-002
Versión: 003
Fecha Emisión: 08/06/2018
Página 2 de 6

4.7. Las causaciones de facturas de proveedor se deben realizar diariamente.

4.8. La contabilización de recibos de caja se debe realizar de forma diaria.

5. RESPONSABLE:

Es responsabilidad del contador que ha sido contratado por prestación de servicios en Sublimeink para velar por el cumplimiento, aplicación y mejora del presente documento.

6. CONTENIDO:

6.1 CAJA MENOR

La Caja Menor opera con un monto de 1 ~~SMMLV~~ y compras máximas de \$130.000.

6.1.1. La administradora tendrá un fondo de caja menor el cual legalizará con Formato **F-GA-010** con todos los soportes.

6.1.2. Este reembolso se ingresa al programa CGUNO por el Administradora.

6.1.3. El contador externo, debe efectuar periódicamente arqueos a estos fondos dejando evidencia de ello en Formato de Arqueo caja menor **F-GA-014**, e informar cualquier situación anormal que encuentre a la administradora.

6.2. CONCILIACIÓN BANCARIA

La conciliación bancaria es el proceso que permite confrontar y conciliar los valores que tiene SUBLIMEINK registrados, en las cuentas de ahorros o corriente, con los valores que el banco suministra por medio del extracto bancario.

6.2.1. Cada fin de mes los bancos en los que se poseen cuenta envían el extracto para su respectivo análisis y verificación por parte de la Administradora.

6.2.2. Se imprime un listado del programa contable, de acuerdo al Banco, para confrontar con el extracto y se realiza la Conciliación Bancaria.



OPERACIÓN CONTABLE

Código: P-GA-002
Versión: 003
Fecha Emisión: 08/06/2018
Página 3 de 6

6.2.3. Luego de la confrontación se hacen los ajustes del caso como son: gastos bancarios e ingresos no operacionales los cuales se registran en el programa contable.

6.2.4. También se concilia los extractos de tarjetas de crédito, el cual se cruzan en el programa contable contra el banco.

6.3 PAGOS

6.3.1. La Administradora es la responsable de realizar las causaciones en el sistema contable una vez haya recibido la factura o cuenta de cobro del Proveedor.

6.3.2 El Administradora revisa la relación de pagos identificando fechas de vencimiento superiores a 30 días y con base en esta revisión establece las prioridades de pago.

6.3.3 El pago a proveedores se puede realizar a través de transferencia electrónica, débitos automáticos y cheque. Los pagos inferiores o iguales a ciento treinta mil pesos se realizan por caja menor con la Administradora.

6.3.4 Cuando el pago se realiza a través de transferencia electrónica se envía a la administradora en medio magnético el registro "Pagos por Transferencia" revisa y aprueba los montos y proveedores y se procede a montar la transferencia en la sucursal virtual para la posterior aprobación.

6.3.5. Los pagos de aportes de seguridad social se realizarán por el operador SOJ y se cancela cualquiera de las cuentas o con Cheque. Después de estar grabada la planilla única de pago la administradora ingresara para autorizar el pago.

6.5. FACTURACIÓN

6.5.1. La empresa a facturar debe estar creada en el sistema contable y tener los siguientes documentos:

- RUT
- Cama de Comercio
- Cedula del Representan Legal
- Contrato si es el caso



OPERACIÓN CONTABLE

Código: P-GA-002
Versión: 003
Fecha Emisión: 08/06/2018
Página 4 de 6

- Persona contacto a la cual se le enviara la factura.

6.5.3. Se imprime original y copia, la cual se le entrega a la Administradora para su archivo y verificación de consecutivo.

6.5.4. La anulación de las facturas o devolución en ventas tendrán la autorización la administradora y debe estar la factura original con su respectiva copia y explicación de la anulación.

6.6 INVENTARIOS

6.6.1 Todas las compras realizadas como productos para la venta o entrega (libros, cartillas, mugs, camisetas y otros), se debe contabilizar en la cuenta de inventarios y se responsabilizara por área.

6.6.2. Mediante el Inventario de activos, se tiene un control de los inventarios de la asociación, los cuales deben ser registrados en el Programa contable.

6.6.3. Tener presente las adquisiciones, adiciones y las bajas presentadas, para un correcto manejo de ellos y sus respectivas depreciaciones.

6.6.4. El inventario de activos se realizará cada año por la Administradora.

6.6.5 La baja de activos se debe realizar por el Administradora luego de un informe técnico especializado que defina el daño de los equipos.

6.7. ACTIVOS FIJOS

6.7.1. Las compras de los activos fijos son autorizadas por la administradora y se encarga de recibir los artículos, contabilizarlos en el sistema CG-UNO y asignar un código.

6.7.2. Cada mes la Administradora debe realizar la depreciación de los activos, los cuales se relacionan en cuadro de Excel y es el control de los activos.

6.7.3 Tener presente las adquisiciones, adiciones y las bajas presentadas, para un correcto manejo de ellos y sus respectivas depreciaciones.

Fuente: Autor

Explicación del procedimiento contable

Objetivo: Presentar la información contable y financiera de la empresa Sublimeink de acuerdo con las normas, Leyes y Decretos establecidos por el Gobierno y la Dirección de Impuestos Nacionales (DIAN).

Alcance:

El presente documento está dirigido y es aplicable a la administradora y a los demás funcionarios que tienen relación con el proceso contable de la empresa.

DEFINICIONES:

RUT: Registro Único Tributario

CGUNO: Programa Contable

Planilla Única: Es la planilla en la cual se reportan todos los empleados en el sistema general de salud, pensión, ARP y parafiscales

DIAN: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

CONDICIONES GENERALES:

Tener condiciones de negociación bien definidas tales como precios, condiciones de pago, especificaciones, cantidades, descuentos, tiempo de entrega.

Toda factura o cuenta de cobro debe ser radicada por el proveedor.

Toda mercancía debe ser recibida y verificada en sus condiciones al momento de la entrega por la persona que contrato el servicio o la elaboración del producto.

La administradora deberá controlar el consecutivo de las facturas.

La contabilización y pago de nómina se realizará mensualmente.

La contabilización de ajustes se realizará de forma mensual o cuando sea necesario.

Las causaciones de facturas de proveedor se deben realizar diariamente.

La contabilización de recibos de caja se debe realizar de forma diaria.

RESPONSABLE:

Es responsabilidad del contador que ha sido contratado por prestación de servicios en Sublimeink para velar por el cumplimiento, aplicación y mejora del presente documento.

CONTENIDO:

CAJA MENOR

La Caja Menor opera con un monto de 1 SMMLV y compras máximas de \$130.000.

La administradora tendrá un fondo de caja menor el cual legalizará con Formato F-GA-010 con todos los soportes.

Este reembolso se ingresa al programa CGUNO por el Administradora.

El contador externo, debe efectuar periódicamente arquezos a estos fondos dejando evidencia de ello en Formato de Arqueo caja menor F-GA-014, e informar cualquier situación anormal que encuentre a la administradora.

CONCILIACIÓN BANCARIA

La conciliación bancaria es el proceso que permite confrontar y conciliar los valores que tiene SUBLIMEINK registrados, en las cuentas de ahorros o corriente, con los valores que el banco suministra por medio del extracto bancario.

Cada fin de mes los bancos en los que se poseen cuenta envían el extracto para su respectivo análisis y verificación por parte de la Administradora.

6.2.2. Se imprime un listado del programa contable, de acuerdo al Banco, para confrontar con el extracto y se realiza la Conciliación Bancaria.

6.2.3. Luego de la confrontación se hacen los ajustes del caso como son: gastos bancarios e ingresos no operacionales los cuales se registran en el programa contable.

6.2.4. También se concilia los extractos de tarjetas de crédito, el cual se cruzan en el programa contable contra el banco.

6.3 PAGOS

6.3.1. La Administradora es la responsable de realizar las causaciones en el sistema contable una vez haya recibido la factura o cuenta de cobro del Proveedor.

6.3.2 El Administradora revisa la relación de pagos identificando fechas de vencimiento superiores a 30 días y con base en esta revisión establece las prioridades de pago.

6.3.3 El pago a proveedores se puede realizar a través de transferencia electrónica, débitos automáticos y cheque. Los pagos inferiores o iguales a ciento treinta mil pesos se realizan por caja menor con la Administradora.

6.3.4 Cuando el pago se realiza a través de transferencia electrónica se envía a la administradora en medio magnético el registro “Pagos por Transferencia” revisa y aprueba los montos y proveedores y se procede a montar la transferencia en la sucursal virtual para la posterior aprobación.

6.3.5. Los pagos de aportes de seguridad social se realizarán por el operador SOI y se cancela cualquiera de las cuentas o con Cheque. Después de estar grabada la planilla única de pago la administradora ingresara para autorizar el pago.

6.5. FACTURACIÓN

6.5.1. La empresa a facturar debe estar creada en el sistema contable y tener los siguientes documentos:

- RUT
- Cama de Comercio
- Cedula del Representan Legal
- Contrato si es el caso

- Persona contacto a la cual se le enviara la factura.

6.5.3. Se imprime original y copia, la cual se le entrega a la Administradora para su archivo y verificación de consecutivo.

6.5.4. La anulación de las facturas o devolución en ventas tendrán la autorización la administradora y debe estar la factura original con su respectiva copia y explicación de la anulación.

6.6 INVENTARIOS

6.6.1 Todas las compras realizadas como productos para la venta o entrega (libros, cartillas, mugs, camisetas y otros), se debe contabilizar en la cuenta de inventarios y se responsabilizara por área.

6.6.2. Mediante el Inventario de activos, se tiene un control de los inventarios de la asociación, los cuales deben ser registrados en el Programa contable.

6.6.3. Tener presente las adquisiciones, adiciones y las bajas presentadas, para un correcto manejo de ellos y sus respectivas depreciaciones.

6.6.4. El inventario de activos se realizará cada año por la Administradora.

6.6.5 La baja de activos se debe realizar por el Administradora luego de un informe técnico especializado que defina el daño de los equipos.

6.7. ACTIVOS FIJOS

6.7.1. Las compras de los activos fijos son autorizadas por la administradora y se encarga de recibir los artículos, contabilizarlos en el sistema CG-UNO y asignar un código.

6.7.2. Cada mes la Administradora debe realizar la depreciación de los activos, los cuales se relacionan en cuadro de Excel y es el control de los activos.

6.7.3 Tener presente las adquisiciones, adiciones y las bajas presentadas, para un correcto manejo de ellos y sus respectivas depreciaciones.

6.7.4. El inventario de activos se realizará cada año por la Administradora.

6.7.5 La baja de activos se debe realizar por la administradora luego de un informe técnico especializado que defina el daño de los equipos.

A continuación, se muestra el proceso en el formato el cual puede tenerse en el inventario documental de la empresa para certificarse en la norma ISO 9001:2015 en un futuro.

3.2 ORGANIZACIÓN

La función de organización es donde se debe asignar, agrupar y relacionar las personas con los recursos, la tecnología para formar sistemas y subsistemas, con el objetivo de poder implementar la estrategia seleccionada en la función de planeación (Blank B, 2002, p. 207).

Figura 12. Contenido de función de organización



Fuente: Autor.

Se recomienda que la empresa Sublimeink cuente con una estructura estándar, la cual deberá estar liderada por el director administrativo encargado de todo el componente administrativo y a su vez lidera los procesos de compras y operación contable, a su cargo tendrá la ayuda de una asistente administrativa, seguido se debe vincular por prestación de servicios un contador, responsable de los registros contables y registrar los verdaderos rubros que debe cancelar la empresa. Finamente, contará con un área de producción responsable de realizar todos los pedidos de sublimación en camisetas, mugs, material pop entre otros donde se cuentan con 2 operarios los cuales son contratados por prestación de servicios o labor para las eventualidades de las diferentes negociaciones con clientes corporativos con pedidos muy grandes, estos le brindarán apoyo operativo al operario de planta y se contratará a una persona que contribuya con los servicios generales. A continuación, puede visualizar la estructura organizacional en la siguiente figura.

Figura 13. Estructura organizacional propuesta para la empresa Sublimeink



Fuente: Autor.

A continuación, se presentan los perfiles de cargo del director administrativo, la asistente administrativa, el personal de servicios generales y el operario de planta, los operarios externos deberán de contar con las mismas competencias de operario interno, en el caso del contador no se tendrá en cuenta porque es contratado por prestación de servicios.

Cuadro 13. Perfil de cargo del director administrativo

	PERFIL DEL DIRECTOR ADMINISTRATIVO	Código: P-GA-002 Versión: 003 Fecha Emisión: 08/08/2018 Página 1 de 3
---	---	--

ELABORO	REVISO	APROBO
Firma: Clara Echeverry. Cargo: Administrativa	Firma: Fabio Alejandro Barberi Rojas Cargo: Accionista	Firma: Fabio Alejandro Barberi Rojas Cargo: Accionista

ESTADO DEL DOCUMENTO	FECHA	CAUSA DE CAMBIOS
Versión 001	08/04/2018	

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del Cargo	Director Administrativo
Jefe Inmediato	JUNTA DIRECTIVA
Personas a cargo	Asistente Administrativo Operario Servicios Generales
Ubicación	Administración

2. PROPÓSITO DEL CARGO

- Dirigir, controlar y evaluar los registros contables, facturación y pagos, Gestión administrativa y de talento humano.

3. Funciones

- Realizar los asientos contables como ajuste, notas crédito, notas debito.
- Realizar informe de cartera semanal
- Diligenciar las declaraciones tributarias correspondientes a cada uno de los periodos legales y cancelarias en la fecha establecida.
- Realizar las conciliaciones bancarias mensuales.
- Atender las auditorias y revisiones realizadas por las firmas contratadas por la empresa Sublimeink
- Realizar la facturación
- Elaborar los informes mensuales correspondientes al área contable (balances, P&G, Ejec.Pptal,etc)
- Mantener bajo su custodia el archivo contable y financiero de la empresa Sublimeink.
- Elaborar y tramitar los pagos mensuales correspondientes a Cuentas por pagar, aportes parafiscales, etc.; de igual forma, liquidar y tramitar el pago de la nómina mensual de los empleados.
- Realizar y mantener actualizadas las afiliaciones e inscripciones a la seguridad social y demás obligaciones legales de la empresa Sublimeink.
- Actualizar las licencias y demás permisos legales requeridos para la operación de la Empresa Sublimeink.



PERFIL DEL DIRECTOR ADMINISTRATIVO

Código: P-GA-002
Versión: 003
Fecha Emisión: 08/08/2018
Página 2 de 3

- Elaborar y tramitar los pedidos de papelería y demás insumos de oficina requeridos.
- Elaborar y mantener actualizado semanalmente el backup contable.
- Elaborar y mantener actualizado el inventario de activos de la empresa Sublimeink.
- Controlar y supervisar el despacho de diligencias y correo local a través del servicio de mensajería.
- Realizar la evaluación y reevaluación de proveedores
- Realizar evaluación de competencias
- Velar por la seguridad y estado de las instalaciones de Sublimeink.
- Participar en las actividades de capacitación y entrenamiento implementadas.
- Cumplir con las normas de higiene, seguridad industrial, salud ocupacional, gestión de calidad, reglamento interno de trabajo establecidos por la empresa.
- Cumplir con todas las funciones descritas anteriormente y todas aquellas que su Jefe inmediato le asigne para el logro y optimización de los Objetivos de la empresa.
- Velar diariamente por el mejoramiento continuo de todas sus funciones.

Mantener bajo su responsabilidad el archivo "muerto" de la empresa Sublimeink.

4. PERFIL O REQUERIMIENTO DEL CARGO

4.1 EDUCACION FORMAL:

- Profesional en contaduría pública o ciencias administrativas.

4.2 EXPERIENCIA:

- Mínimo (3) tres años de experiencia como contador, director o coordinador de áreas contables y de recursos humanos.

4.3 FORMACIÓN ESPECIFICA:

- Administrador de empresas.
- Impuestos.
- Análisis financiero.
- Recursos humanos.
- Cg-uno 8.5.
- Office.



PERFIL DEL DIRECTOR ADMINISTRATIVO

Código: P-GA-002
Versión: 003
Fecha Emisión: 08/08/2018
Página 3 de 3

4.4 HABILIDADES

Competencias Genéricas:

- Orientación al Cliente Interno y Externo
- Ética
- Tolerancia a la frustración
- Trabajo en equipo
- Calidad del trabajo
- Adaptación al cambio
- Identificación organizacional

Competencias Específicas:

- Orientación a los resultados
- Adaptabilidad
- Innovación
- Autocontrol
- Liderazgo
- Planeación
- Pensamiento estratégico
- Empoderamiento
- Pensamiento Analítico
- Trabajo en equipo centrado en objetivos
- Desarrollo de las personas
- Desarrollo estratégico de recursos humanos
- Desarrollo del equipo.

Fuente Autor.

Cuadro 14. Perfil del asistente administrativo

	PERFIL DEL ASISTENTE ADMINISTRATIVO	Código: P-GA-002 Versión: 003 Fecha Emisión: 08/08/2018 Página 1 de 3
---	--	--

ELABORO	REVISO	APROBÓ
Firma: Clara Echeverry. Cargo: Administrativa	Firma: Fabio Alejandro Barberi Rojas Cargo: Accionista	Firma: Fabio Alejandro Barberi Rojas Cargo: Accionista

ESTADO DEL DOCUMENTO	FECHA	CAUSA DE CAMBIOS
Versión 001	08/04/2018	

1. IDENTIFICACION DEL CARGO

Nombre del Cargo	Asistente Administrativo
Jefe Inmediato	Director Administrativo
Personas a cargo	No aplica
Ubicación	Administración

2. PROPÓSITO DEL CARGO

- Asistir a la Dirección Administrativa en su gestión diaria

3. Funciones

- Órdenes de compra: Elaboración de las órdenes de compra correspondiente al proceso de Gestión Administrativa y Talento Humano, Recepción y archivo de las órdenes de compra de los demás procesos respectivamente aprobadas.
- Administrar y mantener actualizadas las hojas de vida del personal.
- Presentar el indicador mensual de ausentismo.
- Elaborar y entregar al Director Administrativo informe quincenal de llegadas del personal.
- Coordinar las actividades relacionadas con Salud Ocupacional (COPASO – Capacitaciones – Programa de Salud Ocupacional - sensibilizaciones).
- Causar la nómina mensualmente.
- Recepción y causación de cuentas de cobro y facturas de proveedores.
- Atención a solicitudes de soportes de pago de los proveedores.
- Elaboración de recibos de caja.
- Atención personalizada de casos especiales de cartera como acuerdos de pago y solicitudes de soporte de pago.
- Cobro de cartera administrativa (arrendamientos – comisiones)
- Habilitar Certificados Capacitación y Operaciones.



PERFIL DEL ASISTENTE ADMINISTRATIVO

Código: P-GA-002
Versión: 003
Fecha Emisión: 08/08/2018
Página 2 de 3

- Responsable de la administración de la caja menor (reembolsos –soportes de acuerdo a lo establecido por la ley)
- Participar en las actividades de capacitación y entrenamiento implementadas.
- Cumplir con las normas de higiene, seguridad industrial, salud ocupacional, gestión de calidad, reglamento interno de trabajo establecidos por la Empresa Sublimeink.
- Cumplir con todas las funciones descritas anteriormente y todas aquellas que su Jefe inmediato le asigne para el logro y optimización de los Objetivos de la Empresa Sublimeink.
- Velar diariamente por el mejoramiento continuo de todas sus funciones.

4. PERFIL O REQUERIMIENTO DEL CARGO

4.1 EDUCACION FORMAL:

- Profesional en contaduría pública o ciencias administrativas

4.2 EXPERIENCIA:

- Mínimo (1) Un año de experiencia como contador, director o coordinador de aéreas contables y de recursos humanos.

4.3 FORMACION ESPECIFICA:

- Conocimiento de office
- Internet
- Cg-uno 8.5
- Impuestos
- Análisis financiero
- Recursos humanos

4.4 HABILIDADES

Competencias Genéricas:

- Orientación al Cliente Interno y Externo
- Ética
- Tolerancia a la frustración
- Trabajo en equipo
- Calidad del trabajo
- Adaptación al cambio



**PERFIL DEL ASISTENTE
ADMINISTRATIVO**

Código: P-GA-002
Versión: 003
Fecha Emisión: 08/08/2018
Página 3 de 3

- Identificación organizacional

|

Competencias Específicas:

- Comunicación
- Productividad
- Credibilidad Técnica
- Pensamiento Analítico
- Orientación a los resultados

5.

Fuente: Autor.

Cuadro 15. Perfil de servicios generales

	PERFIL DEL SERVICIOS GENERALES	Código: P-GA-002 Versión: 003 Fecha Emisión: 08/08/2018 Página 1 de 2
---	---	--

ELABORO	REVISO	APROBO
Firma: Clara Echeverry. Cargo: Administrativa	Firma: Fabio Alejandro Barberi Rojas Cargo: Accionista	Firma: Fabio Alejandro Barberi Rojas Cargo: Accionista

ESTADO DEL DOCUMENTO	FECHA	CAUSA DE CAMBIOS
Versión 001	08/04/2018	

1. IDENTIFICACION DEL CARGO

Nombre del Cargo	Servicios Generales
Jefe Inmediato	Director Administrativo
Personas a cargo	No aplica
Ubicación	Administración

2. PROPÓSITO DEL CARGO

- Mantener las instalaciones de la Empresa Sublimeink en perfecto estado (limpio).

3. Funciones

- Mantener en óptimas condiciones higiénicas y sanitarias las instalaciones físicas de la empresa Sublimeink.
- Pro visionar a las instalaciones sanitarias de los elementos necesarios de uso permanente de los funcionarios.
- Preparar, servir y distribuir las bebidas calientes o frías a los empleados.
- Mantener el orden e higiene de las instalaciones físicas, de la cocina y la correcta utilización de los elementos y equipos asignados.
- Hacer los pedidos de suministro necesarios para el buen desempeño de sus labores.
- Las demás funciones que le sean asignadas por la autoridad competente, de acuerdo con el área de desempeño.
- Velar diariamente por el mejoramiento continuo de todas sus funciones

4. PERFIL O REQUERIMIENTO DEL CARGO

4.1 EDUCACION FORMAL:

- Bachiller.



PERFIL DEL SERVICIOS GENERALES

Código: P-GA-002
Versión: 003
Fecha Emisión: 08/08/2018
Página 2 de 2

4.2 EXPERIENCIA:

- Mínimo (1) Un año de experiencia.

4.3 FORMACIÓN ESPECIFICA:

- No aplica

4.4 HABILIDADES

- Compromiso
- Ética
- Orientación al Cliente Interno y Externo
- Calidad del trabajo
- Integridad
- Tolerancia a la presión
- Preocupación por el Orden y Calidad
- Responsabilidad
- Trabajo en equipo
- Conciencia organizacional

Fuente: Autor.

3.3 DIRECCIÓN

La función de dirección que comprende motivar, guiar a las personas para que, utilizando los recursos asignados, y la tecnología apropiada del subsistema, logren que los departamentos puedan implementar la estrategia seleccionada, para así poder obtener los objetivos y la misión de la organización” (Blank B, 2002, p. 210).

Incluida en esta etapa la comprenden los siguientes procesos:

Figura 14. Procesos de dirección



Fuente: Autor

Para establecer un mejor clima laboral en la empresa Sublimeink, se recomienda hacer inicialmente una evaluación del clima laboral mediante una encuesta de 15 preguntas al personal, las preguntas son las siguientes.

- La compañía le ofrece apoyo para que pueda hacer su trabajo mejor cada día.
- La compañía demuestra que usted es importante.
- La compañía se preocupa por su bienestar
- La compañía le proporciona todos los beneficios que indica la ley
- Recibe respeto por parte del cliente a quien le brinda su servicio
- La Jefatura le da apertura para transmitir sus inquietudes
- Las Jefaturas realizan llamados de atención justificadamente

- Las Jefaturas impone multas justificadamente
- Existe compañerismo en su grupo de trabajo
- La compañía realiza con frecuencia reuniones de trabajo
- La compañía cumple a tiempo con el pago de su salario
- La información que aparece en el rol de pagos es clara.
- La compañía le proporciona un equipo de trabajo adecuado para su labor
- Considera que está capacitado para el manejo de su arma de dotación
- En General, ¿cuál es su calificación para la compañía?

El formato de la evaluación de Satisfacción del Clima Laboral en la empresa Sublimeink es la siguiente:

.

Cuadro 16. Evaluación de Satisfacción del Clima Laboral en la empresa Sublimeink

Evaluación de Satisfacción del Clima Laboral en la empresa Sublimeink

Por favor conteste confidencialmente las siguientes preguntas calificándolas del 1 al 10, (1 es la calificación mínima y 10 es la calificación máxima)

Fecha:

Califique las siguientes afirmaciones de acuerdo a su percepción:

	← →																				
	<table border="0" style="margin: auto;"> <tr> <td style="padding: 0 5px;">1</td><td style="padding: 0 5px;">2</td><td style="padding: 0 5px;">3</td><td style="padding: 0 5px;">4</td><td style="padding: 0 5px;">5</td><td style="padding: 0 5px;">6</td><td style="padding: 0 5px;">7</td><td style="padding: 0 5px;">8</td><td style="padding: 0 5px;">9</td><td style="padding: 0 5px;">10</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	<input type="checkbox"/>									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10												
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>												

- 1) La compañía le ofrece apoyo para que pueda hacer su trabajo mejor cada día.
- 2) La compañía demuestra que usted es importante.
- 3) La compañía se preocupa por su bienestar
- 4) La compañía le proporciona todos los beneficios que indica la ley
- 5) Recibe respeto por parte del cliente a quien le brinda su servicio
- 6) La Jefatura le dá apertura para transmitir sus inquietudes
- 7) Las Jefaturas realizan llamados de atención justificadamente
- 8) Las Jefaturas impone multas justificadamente
- 9) Existe compañerismo en su grupo de trabajo
- 10) La compañía realiza con frecuencia reuniones de trabajo
- 11) La compañía cumple a tiempo con el pago de su salario
- 12) La información que aparece en el rol de pagos es clara.
- 13) La compañía le proporciona un equipo de trabajo adecuado para su labor
- 14) Considera que está capacitado para el manejo de su arma de dotación
- 15) En General, ¿cual es su calificación para la compañía?

De antemano agradecemos su colaboración, sus sugerencias y comentarios nos ayuda a brindarles un mejor servicio:

Fuente: Autor.

3.4 CONTROL

El control trata de determinar si la estrategia seleccionada se ha implementado tal como se formuló, de detectar las dificultades que se presentan para implementar la estrategia, de comparar los resultados obtenidos contra los resultados propuestos y de realizar los ajustes y correcciones necesarios (Blank B, 2002, p. 374).

La empresa Sublimeink con base a las estrategias FO, DO, FA y DA que fueron resultado del análisis DOFA, son tenidas en cuenta en el siguiente plan de acción , el cual es acompañado por una actividad, el responsable, una fecha de inicio , fecha de terminación y un presupuesto el cual debe asumir la organización .

Cuadro 17. Plan de acción de la empresa Sublimeink

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	FECHA INICIO	FECHA FINALIZACION	PRESUPUESTO
D1O1 - Fortalecer la gestión comercial de SUBLIMEINK aplicando la planeación estratégica para mejorar la comunicación con los proveedores	Estipulación de políticas administrativas	Administradora	15 de enero de 2021	31 de enero de 2021	\$ 2.550.000
D2O4 - Contratar a nuevos empleados con pensamiento creativo e innovador, aplicado en los productos que ofrece la empresa.	Diseñar la nueva estructura organizacional para las necesidades de la empresa	Administradora	02 de febrero de 2021	20 de febrero de 2021	\$ 150.000
D3O4 - Fidelizar los clientes mediante estrategias de marketing utilizando las redes sociales.	Procedimiento para post venta en las redes sociales	Administradora	23 de febrero 2021	27 de febrero de 2021	\$ 1.200.000
D5O5 - Evaluar al personal mediante indicadores KPI fortaleciendo las competencias y habilidades de los empleados	Establecer indicadores de desempeño en los manuales de funcionamiento	Administradora	04 de marzo de 2021	12 de marzo de 2021	\$ 822.000
F3A1 - Presentar los productos de publicidad con los mejores precios sin que estos se afecten por la inflación y los impuestos	Capacitación a los empleados guiándose en las funciones presentadas en el manual de funciones	Administradora	15 de marzo de 2021	30 de marzo de 2021	\$ 822.000
F2A4 - Estipular una política de seguridad con el propósito de proteger la imagen corporativa teniendo en cuenta los índices de delincuencia en la ciudad	Procedimiento de política de confidencialidad	Administradora	04 de abril de 2021	10 de abril de 2021	\$ 1.200.000
Fortalecer la imagen de Sublimeink ofreciendo mejores canales de comunicación con los proveedores y los clientes	Diseñar las normas para cada los colaboradores de la empresa	Administradora	12 de abril de 2021	20 de abril de 2021	\$ 900.000
Divulgar mediante la Pagina web y redes sociales más populares los productos ofrecidos por la SUBLIMEINK	Procedimiento de selección de personal	Administradora	25 de abril de 2021	28 de abril de 2021	\$ 1.200.000
Capacitar al personal con experiencia en productos de sublimación y publicidad	Procedimiento de seguimiento de clientes	Administradora	03 de mayo de 2021	13 de mayo de 2021	\$ 1.200.000
Competir con los precios de los productos de sublimación descubriendo las diferentes necesidades de los clientes	Componente de comunicación acertiva	Administradora	15 de mayo de 2021	25 de mayo de 2021	\$ 2.500.000
Mejorar las condiciones motivacionales del personal de sublimink fortaleciendo el sentido de pertenencia de los trabajadores	Plan de motivación organizacional	Administradora	05 de junio de 2021	25 de junio de 2021	\$ 2.500.000
Diseñar planes estrategicos para contrarrestar los gastos que se deben de cancelar porque se encuentran estipulados por la política fiscal del país	Formación de liderazgo para la alta gerencia	Administradora	02 de julio de 2021	22 de julio de 2021	\$ 1.500.000
TOTAL					\$ 16.544.000

Fuente: Autor.

El plan de acción debe responder a unas amenazas del medio ambiente externo, es por ello que se explican cada una de las estrategias enunciadas en el cuadro anterior:

La estrategia D2O4 - Contratar a nuevos empleados con pensamiento creativo e innovador, aplicado en los productos que ofrece la empresa en el cual como actividad se debe realizar y diseñar la nueva estructura organizacional para las necesidades de la empresa y el responsable de ejecutarla será la administradora que deberá realizarse entre 02 de febrero y 20 de febrero de 2021 con un presupuesto de \$ 150.000

Para la estrategia D3O4 - Fidelizar los clientes mediante estrategias de marketing utilizando las redes sociales estará acompañado de un procedimiento para post venta en las redes sociales fortaleciendo la imagen corporativa en la web 2.0, la administradora tendrá la responsabilidad del éxito de esta actividad y se estima que se realice entre 23 de febrero y 27 de febrero de 2021 en el cual se asignará un presupuesto de \$ 1.200.000

La administradora implementara la estrategia D5O5 - Evaluar al personal mediante indicadores KPI fortaleciendo las competencias y habilidades de los empleados mediante la actividad de establecer indicadores de desempeño en los manuales de funcionamiento para ser ejecutado entre el 04 y el 12 de marzo de 2021 con un costo de \$ 822.000

Seguido de presentar los productos de publicidad con los mejores precios sin que estos se afecten por la inflación y los impuestos soportado con la actividad de capacitara los empleados en las funciones presentadas en el manual de funciones.

Se debe estipular una política de seguridad con el propósito de proteger la imagen corporativa teniendo en cuenta los índices de delincuencia en la ciudad por lo que la empresa debe realizar y ejecutar un procedimiento de política de confidencialidad, protegiendo los diseños exclusivos de la organización donde se le asignará un costo

de \$ 1.200.000. Se debe pensar en fortalecer la imagen de Sublimeink ofreciendo mejores canales de comunicación con los proveedores y los clientes mediante la tarea de diseñar las normas para cada los colaboradores donde la administradora recomienda que se realice entre el 12 y el 20 de abril de 2021.

Divulgar mediante la Pagina web y redes sociales más populares los productos ofrecidos por la SUBLIMEINK con ofertas atractivas para que los clientes incrementen los pedidos. Esto se debe apoyar mediante una capacitación constante al personal con experiencia en productos de sublimación y publicidad, de esta manera se puede competir con los buenos precios de los productos de sublimación.

Para terminar, se deben mejorar las condiciones motivacionales del personal de Sublimeink fortaleciendo el sentido de pertenencia de los trabajadores diseñando un plan de motivación donde se puedan contrarrestar los gastos.

4 PLAN FINANCIERO

El Plan de direccionamiento estratégico para la empresa Sublimeink ubicada en municipio de Yumbo, Valle del Cauca. Tiene un costo de \$25.000.000

4.1 PRESUPUESTO

Figura 15. Presupuesto del plan de direccionamiento estratégico para la empresa Sublimeink ubicada en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca.



Fuente: Autor.

La empresa si quiere mejorar radicalmente su pensamiento y ser una organización don excelentes procesos debe realizar una inversión de \$25.000.000 para el plan de direccionamiento estratégico el cual se encuentra dividido en 4 fases.

Para la primera fase que es la planeación tiene un costo total de \$12.500.000, para la etapa de organización donde se explicó la estructura organizacional y la

presentación de los perfiles de cargo por \$3.500.000, seguido la etapa de dirección con la evaluación del clima laboral por \$4.500.00 y finalmente la etapa del control la cual está acompañada del plan de acción por un valor de \$4.500.000.

4.2 DEPRECIACIÓN

Tabla 1. Depreciación en pesos

CUADRO 2 - DEPRECIACIÓN EN PESOS							
ITEM	AÑO	DEPRECIACIÓN MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	3	502.778	6.033.333	6.033.333	6.033.333		
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	3	402.361	4.828.333	4.828.333	4.828.333		
MAQUINARIA Y EQUIPO	5	171.087	2.053.040	2.053.040	2.053.040	2.053.040	2.053.040
TOTAL		1.076.226	12.914.707	12.914.707	12.914.707	2.053.040	2.053.040
MESES DEL AÑO	12						

Fuente: Autor.

Es importante manifestar que la depreciación se calcula para los muebles, equipo de cómputo y la maquinaria que es requerida para la sublimación de los productos, por este motivo en la tabla anterior se observa el valor mensual de \$1.076.226, y los pagos que se deben de causar durante 5 años.

4.3 ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA

4.3.1 Estado de la situación financiera sin financiación. En la siguiente tabla se observa el total de activos fueron por \$47.909.500.

Tabla 2. Estado de la situación financiera sin financiación

CUADRO 3 - ESTADO DE LA SITUACION FINANCIERA SIN FINANCIACIÓN EN PESOS	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
Caja Bancos	0
Cuentas x Cobrar o Deudores	0
Inventarios	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	0
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
MUEBLES Y ENSERES	18.100.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	14.485.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	10.265.200
(-) Depreciación Acumulada	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	42.850.200
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	5.059.300
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	5.059.300
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	47.909.500
TOTAL ACTIVOS	47.909.500
PASIVOS CORRIENTES	
Cuentas x Pagar o Acreedores	0
Cesantias x Pagar	0
Intereses a las cesantias x Pagar	0
Impuesto de Renta x Pagar	0
IVA / INC x Pagar	0
ICA x Pagara	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0
ACTIVOS NO CORRIENTES	
Obligaciones Financieras	0
Leasing Financiero	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	0
TOTAL DE LOS PASIVOS	0
PATRIMONIO	
Capital Social	47.909.500
Utilidad Acumulada	0
Reserva Legal Acumulada	0
TOTAL PATRIMONIO	47.909.500
PASIVO + PATRIMONIO	47.909.500

Fuente: Autor.

4.3.2 Estado de la situación financiera con financiación. Para el caso de con financiación se asume una obligación financiera del 20% que representan \$9.581.900, de esta manera el capital de trabajo se refleja en \$38.327.00 y el pasivo más el patrimonio son \$47.909.500.

Tabla 3. Estado de la situación financiera con financiación

CUADRO 4 - ESTADO DE LA SITUACION FINANCIERA CON FINANCIACIÓN EN PESOS	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
Caja Bancos	0
Cuentas x Cobrar o Deudores	0
Inventarios	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	0
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
MUEBLES Y ENSERES	18.100.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	14.485.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	10.265.200
(-) Depreciación Acumulada	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	42.850.200
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	5.059.300
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	5.059.300
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	47.909.500
TOTAL ACTIVOS	47.909.500
PASIVOS CORRIENTES	
Cuentas x Pagar o Acreedores	0
Cesantias x Pagar	0
Intereses a las cesantias x Pagar	0
Impuesto de Renta x Pagar	0
IVA / INC x Pagar	0
ICA x Pagara	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0
ACTIVOS NO CORRIENTES	
Obligaciones Financieras	9.581.900
Leasing Financiero	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	9.581.900
TOTAL DE LOS PASIVOS	9.581.900
PATRIMONIO	
Capital Social	38.327.600
Utilidad Acumulada	0
Reserva Legal Acumulada	0
TOTAL PATRIMONIO	38.327.600
PASIVO + PATRIMONIO	47.909.500

Fuente: Autor.

4.4 AMORTIZACIÓN

Tabla 4. Amortización en pesos

		CUADRO 5 - AMORTIZACIÓN EN PESOS				
		No. CUOTA	CUOTA	INTERES	AMORTIZACIÓN	SALDO
Valor Prestamo	9.581.900	0				9.581.900
Tasa Efectiva Anual (%)	24,82%	1	266.696	178.673	88.023	9.493.877
Tasa Nominal (%)	22,38%	2	266.696	177.032	89.664	9.404.213
Tasa Mensual	1,86%	3	266.696	175.360	91.336	9.312.877
Meses Año	12	4	266.696	173.657	93.039	9.219.837
Numero de Cuotas	60	5	266.696	171.922	94.774	9.125.063
		6	266.696	170.154	96.541	9.028.522
		7	266.696	168.354	98.342	8.930.180
		8	266.696	166.520	100.175	8.830.005
		9	266.696	164.652	102.043	8.727.961
		10	266.696	162.750	103.946	8.624.015
		11	266.696	160.811	105.884	8.518.131
		12	266.696	158.837	107.859	8.410.272
		13	266.696	156.826	109.870	8.300.402
		14	266.696	154.777	111.919	8.188.483
		15	266.696	152.690	114.006	8.074.477
		16	266.696	150.564	116.132	7.958.345
		17	266.696	148.399	118.297	7.840.048
		18	266.696	146.193	120.503	7.719.545
		19	266.696	143.946	122.750	7.596.795
		20	266.696	141.657	125.039	7.471.756
		21	266.696	139.325	127.371	7.344.386
		22	266.696	136.950	129.746	7.214.640
		23	266.696	134.531	132.165	7.082.475

24	266.69 6	132.06 6	134.629	6.947.8 45
25	266.69 6	129.55 6	137.140	6.810.7 06
26	266.69 6	126.99 9	139.697	6.671.0 08
27	266.69 6	124.39 4	142.302	6.528.7 06
28	266.69 6	121.74 0	144.956	6.383.7 51
29	266.69 6	119.03 7	147.659	6.236.0 92
30	266.69 6	116.28 4	150.412	6.085.6 80
31	266.69 6	113.47 9	153.217	5.932.4 64
32	266.69 6	110.62 2	156.074	5.776.3 90
33	266.69 6	107.71 2	158.984	5.617.4 06
34	266.69 6	104.74 7	161.948	5.455.4 58
35	266.69 6	101.72 8	164.968	5.290.4 89
36	266.69 6	98.651	168.044	5.122.4 45
37	266.69 6	95.518	171.178	4.951.2 67
38	266.69 6	92.326	174.370	4.776.8 97
39	266.69 6	89.074	177.621	4.599.2 76
40	266.69 6	85.762	180.934	4.418.3 42
41	266.69 6	82.389	184.307	4.234.0 35
42	266.69 6	78.952	187.744	4.046.2 91
43	266.69 6	75.451	191.245	3.855.0 46
44	266.69 6	71.885	194.811	3.660.2 34
45	266.69 6	68.252	198.444	3.461.7 91
46	266.69 6	64.552	202.144	3.259.6 47
47	266.69 6	60.782	205.913	3.053.7 33
48	266.69 6	56.943	209.753	2.843.9 80
49	266.69 6	53.032	213.664	2.630.3 16
50	266.69 6	49.047	217.649	2.412.6 67
51	266.69 6	44.989	221.707	2.190.9 60
52	266.69 6	40.855	225.841	1.965.1 19

Tabla 5. Parámetros económicos

CUADRO 7 - PARÁMETROS ECONÓMICOS					
ITEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
IPC (%)	3,40%	3,90%	3,65%	3,35%	3,00%
TRM (\$/US\$)	2.960,00	2.990,00	3.063,00	3.118,00	3.163,00
VARIACIÓN TRM (%)	0,35%	1,01%	2,44%	1,80%	1,44%
INCREMENTO % EN PRECIOS	3,40%	3,90%	3,65%	3,35%	3,00%
INCREMENTO % EN COSTOS	3,40%	3,90%	3,65%	3,35%	3,00%
INCREMENTO % EN UNIDADES	1,82%	1,82%	1,82%	1,82%	1,82%
IMPUESTO DE RENTA (%)	34,00%	34,00%	34,00%	34,00%	34,00%
IVA (%)	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%
INC (%)	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%
ICA (TARIFA X MIL)	0,0033	0,0033	0,0033	0,0033	0,0033
RESERVA LEGAL	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
DESCUENTOS (%)	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%
TRM AÑO ANTERIOR (\$/US\$)	2.949,75				

Fuente: Autor.

4.5.2 Parámetros laborales. Debido que en el punto 3.2 organización se propone unos nuevos cargos, en el caso que se implemente el plan en este año, las prestaciones de ley deben corresponder a las establecidas en el 2020 como se evidencia en la tabla 6.

Tabla 6. Parámetros laborales

CUADRO 8 - PARAMETROS LABORALES	
SMMLV	856.272
AUXILIO TRANSPORTE	100.331
CESANTIAS	8,33%
INTERESES CESANTIAS	1,00%
PRIMA	8,33%
VACACIONES	4,17%
SALUD	0,00%
PENSIONES	12,00%
ARL	0,52260%
ARL PRODUCCION	2,54%
CAJA DE COMPENSACIÓN F.	4,00%
ICBF	0,00%
SENA	0,00%

Fuente: Autor.

4.6 ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN

Tabla 7. Estado de resultados sin financiación

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS															
VENTAS	14.603.904	14.603.904	14.603.904	14.603.904	14.603.904	14.603.904	14.603.904	14.603.904	14.603.904	14.603.904	14.603.904	14.603.904	175.246.847	189.182.652	203.245.024
DESCUENTOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
COSTO MERCANCIA VENDIDA	6.518.421	6.518.421	6.518.421	6.518.421	6.518.421	6.518.421	6.518.421	6.518.421	6.518.421	6.518.421	6.518.421	6.518.421	78.221.054	84.441.270	90.717.980
UTILIDAD BRUTA	8.085.483	8.085.483	8.085.483	8.085.483	8.085.483	8.085.483	8.085.483	8.085.483	8.085.483	8.085.483	8.085.483	8.085.483	97.025.793	104.741.381	112.527.044
EGRESOS															
GASTOS DE ADMINISTRACION	20.173.216	0	113.616	0	113.616	0	113.616	0	113.616	0	113.616	0	20.741.296	708.282	734.134
GASTOS DE VENTAS	372.240	372.240	372.240	372.240	372.240	372.240	372.240	372.240	372.240	372.240	372.240	372.240	4.466.880	4.641.088	4.810.488
GASTOS DEPRECIACIÓN	1.076.226	1.076.226	1.076.226	1.076.226	1.076.226	1.076.226	1.076.226	1.076.226	1.076.226	1.076.226	1.076.226	1.076.226	12.914.707	12.914.707	12.914.707
GASTOS DIFERIDOS	421.608	421.608	421.608	421.608	421.608	421.608	421.608	421.608	421.608	421.608	421.608	421.608	5.059.300	0	0
ICA	48.193	48.193	48.193	48.193	48.193	48.193	48.193	48.193	48.193	48.193	48.193	48.193	578.315	624.303	670.709
TOTAL EGRESOS	22.091.483	1.918.267	2.031.883	1.918.267	43.760.497	18.888.379	19.130.037								
UTILIDAD OPERACIONAL	(14.006.000)	6.167.216	6.053.600	6.167.216	53.265.296	85.853.002	93.397.007								
OTROS INGRESOS Y EGRESOS															
Gastos Financieros prestamo													0		
Gastos financieros Leasing													0		
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTO	(14.006.000)	6.167.216	6.053.600	6.167.216	53.265.296	85.853.002	93.397.007								
Impuesto de Renta	0	493.377	484.288	493.377	484.288	493.377	484.288	493.377	484.288	493.377	484.288	493.377	5.381.704	6.868.240	7.471.761
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	(14.006.000)	5.673.839	5.569.312	5.673.839	47.883.593	78.984.762	85.925.246								
Reserva Legal	0	567.384	556.931	567.384	556.931	567.384	556.931	567.384	556.931	567.384	556.931	567.384	6.188.959	7.898.476	8.592.525
UTILIDAD DEL EJERCICIO	(14.006.000)	5.106.455	5.012.381	5.106.455	41.694.633	71.086.286	77.332.721								
UTILIDAD ACUMULADA													41.694.633	112.780.919	190.113.640
RESERVA LEGAL ACUMULADA													6.188.959	14.087.435	22.679.960

Fuente: Autor.

4.7 FLUJO DE CAJA

Tabla 8. Flujo de caja del Autoservicio Los Lagos

FLUJO DE CAJA PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS															
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS															
Recaudos	11.683.123	14.603.904	14.603.904	14.603.904	14.603.904	14.603.904	14.603.904	14.603.904	14.603.904	14.603.904	14.603.904	14.603.904	172.326.066	224.232.021	241.081.554
INC Cobrado	4.965.327	4.965.327	4.965.327	4.965.327	4.965.327	4.965.327	4.965.327	4.965.327	4.965.327	4.965.327	4.965.327	4.965.327	59.583.928	64.322.102	69.103.308
TOTAL INGRESOS	16.648.450	19.569.231	19.569.231	19.569.231	19.569.231	19.569.231	19.569.231	19.569.231	19.569.231	19.569.231	19.569.231	19.569.231	231.909.994	288.554.123	310.184.862
EGRESOS															
Gastos de Administración	20.173.216	0	113.616	0	113.616	0	113.616	0	113.616	0	113.616	0	20.741.296	708.282	734.134
Gastos de Ventas	372.240	372.240	372.240	372.240	372.240	372.240	372.240	372.240	372.240	372.240	372.240	372.240	4.466.880	4.641.088	4.810.488
INC Pagado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INC DIAN	0	0	9.930.655	0	9.930.655	0	9.930.655	0	9.930.655	0	9.930.655	0	49.653.273	63.532.406	68.306.440
IMPUESTO RENTA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5.233.700	6.729.206
ICA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	578.315	624.303
SEGUROS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12.914.707	12.914.707
PAGOS	11.733.158	11.733.158	11.733.158	11.733.158	11.733.158	11.733.158	11.733.158	11.733.158	11.733.158	11.733.158	11.733.158	11.733.158	140.797.897	168.882.541	181.435.960
TOTAL EGRESOS	32.278.614	12.105.398	22.149.669	12.105.398	22.149.669	12.105.398	22.149.669	12.105.398	22.149.669	12.105.398	22.149.669	12.105.398	215.659.346	256.491.038	275.555.238
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	(15.630.164)	7.463.833	(2.580.437)	7.463.833	(2.580.437)	7.463.833	(2.580.437)	7.463.833	(2.580.437)	7.463.833	(2.580.437)	7.463.833	16.250.648	32.063.085	34.629.624
FLUJO DE CAJA FINANCIERO															
Amortización Prestamo													0		
Amortización Leasing													0		
Gastos Financieros prestamo													0		
Gastos Financieros Leasing													0		
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO DE CAJA NETO	(15.630.164)	7.463.833	(2.580.437)	7.463.833	(2.580.437)	7.463.833	(2.580.437)	7.463.833	(2.580.437)	7.463.833	(2.580.437)	7.463.833	16.250.648	32.063.085	34.629.624
SALDO INICIAL DE CAJA	0	(15.630.164)	(8.166.330)	(10.746.768)	(3.282.935)	(5.863.372)	1.600.461	(979.976)	6.483.857	3.903.420	11.367.253	8.786.815	0	16.250.648	48.313.733
SALDO FINAL DE CAJA	(15.630.164)	(8.166.330)	(10.746.768)	(3.282.935)	(5.863.372)	1.600.461	(979.976)	6.483.857	3.903.420	11.367.253	8.786.815	16.250.648	16.250.648	48.313.733	82.943.358

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
DTFB (%)	4,68%	(47.909.500)	16.250.648	32.063.085
SPREAD (%)	7,94%			
CDO (%)	12,99%			
VPN	15.591.936			
TIR (%)	29,11%			
B/C (VECES)	1,33			

Fuentes: Autor.

Con base a la tabla 8, se observa que si se diseña el plan más la implementación del mismo tiene un costo de \$47.909.500 reflejados en el año cero, sin embargo, si se invierte un peso, el propietario recuperará una VPN por \$15.591.936, una TIR del 29,11% y un B/C (VECES) de un peso con treinta y tres centavos \$1,33; recuperándose esta inversión del año cero en el segundo año.

4.8 RAZONES FINANCIERAS SIN FINANCIACIÓN

4.8.1 Razones financieras sin financiación.

Tabla 9. Razones financieras sin financiación

RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS SIN FINANCIACION

INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Activo Corriente - Pasivo Corriente	35.586.473	66.826.036	101.531.836
Razon Corriente	3,26	4,69	6,19
Prueba Acida	3,26	4,69	6,19
Endeudamiento	17,37%	14,59%	12,20%
Rendimientos sobre activos	43,85%	56,35%	47,53%
Rendimientos sobre patrimonio	74,17%	130,74%	142,43%
Margen Bruto	55,37%	55,37%	55,37%
Margen Operacional	29,02%	44,63%	45,25%
Margen Neto	22,63%	36,95%	37,47%

Fuente: Autor.

4.9 PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 10. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO															
	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ER SIN FINANCIACION	326	121	117	121	117	121	117	121	117	121	117	121	906	1.880	2.006
ER CON FINANCIACION	-399	125	122	125	122	125	122	125	122	125	122	125	960	1.923	2.039

Fuente: Autor.

4.10 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Tabla 11. Análisis de sensibilidad

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD		
Disminución margen bruto EN 15%		
Flujo de caja SF		
	Valores Originales	Valores modificados
VPN	38.399.915	(4.454.644)
TIR (%)	79,34%	0,95%
B\C (VECES)	2,54	0,85

Fuente. Autor.

5 CONCLUSIONES

Al realizar la investigación en la empresa Sublimeink se logró identificar que tiene un gran problema que es sin duda la informalidad y el pensamiento de negocio pequeño donde la administradora no le suministra una dotación al personal temporal para las operaciones de producción, no cuenta con un procedimiento de selección y contratación de trabajadores y no han establecido el proceso contable y de compras de insumos lo que fue una oportunidad de mejora contextualizar la investigación en este proyecto.

Al desarrollar un diagnostico situacional profundo del negocio se pudo evidenciar que la empresa carece de planeación y gestión estratégica, lo que ha generado en funcionar empíricamente desde yumbo abasteciendo todas las solicitudes de los clientes locales y de municipios aledaños.

Luego se presentó el plan de direccionamiento estratégico enfocándose en la organización general de Sublimeink basándose en las funciones administrativas (Planeación, organización dirección y control).

Para terminar, la empresa al implementar el plan de direccionamiento estratégico debe asumir un costo para la ejecución de \$25.000.000 M/cte el dónde este se recuperará en un término de 2 años posterior a su implementación.

6 RECOMENDACIONES

Se recomienda de manera inicial que los propietarios, directivos y administradora de la empresa Sublimeink tengan en cuenta esta investigación académica y hacerla realidad la cual ha sido desarrollada con base a los soportes administrativos, técnicos y de mercado aprendidos en el programa de administración de empresas de la Unicatolica.

Capacitar y diversificar de constante conocimiento a todos los colaboradores de la organización en nuevas técnicas y herramientas de sublimación ara ofrecerles a los clientes mejores productos y servicios

En último lugar, se recomienda que esta investigación sea un soporte de fácil acceso para cualquier estudiante o interesado en el tema, profundizando en el cómo los planes de direccionamiento estratégico puede contribuir al éxito de cualquier empresa.

7 REFERENCIAS

- Amaya, J. A. (2005). *Gerencia: Planeación & Estrategia*. Universidad Santo Tomas de Aquino.
- Ancín, J. M. S. de V. (2012). *El plan estratégico en la práctica*. ESIC Editorial.
- Ávila, R. (2018). *Así se mueve la publicidad en Colombia*. Recuperado de <https://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/asi-se-mueve-la-publicidad-en-colombia-por-raul-avila/259956>
- Bardin, L. (1991). *Análisis de contenido*. Ediciones AKAL.
- Bermúdez, L. T., & Rodríguez, L. F. (2013). *Investigación en la gestión empresarial*. Ecoe Ediciones.
- Blank B, L. (2002). *La administración de organizaciones: un enfoque estratégico*. Universidad del Valle.
- Boeglin, M. (2008). *Leer y Redactar en la Universidad - Del Caos de las ideas al Texto Estructurado. En Lectura y Escritura* (Primera Edición., p. 217). Sevilla, España: Editorial MAD, S, L.
- Businmetrics. (2018). *El direccionamiento estratégico y sus componentes a nivel organizacional*. Recuperado a partir de <https://businmetrics.wordpress.com/2018/05/04/la-importancia-del-direccionamiento-estrategico-y-sus-componentes/>
- Chapman, A. (2004). *Análisis DOFA y análisis PEST*. Recuperado a partir de <http://www.degerencia.com/articulos.php?artid=544>
- Chiavenato, I. (1993). *Iniciación a la organización y el control*. Editorial McGraw-Hill.

- Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la teoría general de la administración* (7a ed). McGraw-Hill Interamericana.
- David, F. R. (2003). *Conceptos de administración estratégica*. Editorial Pearson Educación.
- Díaz, E., y León, M. (2005). *Gestión administrativa y comercial en restauración*. Ediciones Paraninfo S.A.
- El Congreso de Colombia. Ley 1014 de 2006, Pub. L. No. Diario Oficial No. 46.164 (2006). Recuperado de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html
- El Congreso de Colombia. Ley 1429 de 2010, Pub. L. No. Diario Oficial No. 47.937 (2010). Recuperado de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1429_2010.html
- Gómez, P. N. (2009). *Planificación estratégica en organizaciones no lucrativas*. Narcea Ediciones.
- Guillén, M. del C. M. (2013). *La gestión empresarial*. Ediciones Díaz de Santos.
- Mansilla, D. R. (1996). *Gestión Organizacional*. Universidad Iberoamericana.
- Maslow, A. H. (1991). *Motivación y personalidad*. Ediciones Díaz de Santos.
- Robbins, S. P. (2005). *Administración*. Pearson Educación.
- Rojas, F. A. (2000). *Cómo se hace un plan estratégico: modelo de desarrollo en una empresa*. ESIC Editorial.
- Sallenave, J. P. (2002). *Gerencia y planeación estratégica*. Editorial Norma.
- Serna G, H. (2010). *Análisis Externo. El POAM (Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio)*. Recuperado de <http://gerest.es.tl/ANALISIS-POAM.htm>

- Serna, H. (2003). *Gerencia estratégica: teoría, metodología, alineamiento, implementación y mapas estratégicos Índices de gestión*. 3R Editores.
- Smith, A. (2016). *El diagrama de Ishikawa: Solucionar los problemas desde su raíz*. Editorial 50Minutos.es.
- Veiga, J. F. P.-C. (2013). *Control de gestión empresarial*. ESIC Editorial.
- Velasco, J. A. P. F. de. (2010). *Gestión por procesos*. ESIC Editorial.
- Victoria, J. V. (2008). *Análisis estratégico de la empresa*. Editorial Paraninfo.