

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LOS PROCESOS  
PRODUCTIVOS DE LA EMPRESA CONFECCIONES DKCHE EN EL PERIODO  
2020 - 2022.

LEIDY YURANNI ALMARIO MORALES  
LUISA FERNANDA RODRIGUEZ  
NATALIA RAMIREZ ZULUAGA

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUMEN GENTIUM  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, CONTABILIDAD Y FINANZAS  
SEMINARIO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA  
CALI, VALLE DEL CAUCA  
2020

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA MEJORAR LOS PROCESOS  
PRODUCTIVOS DE LA EMPRESA CONFECCIONES DKCHE EN EL PERIODO  
2020 - 2022.

LEIDY YURANNI ALMARIO MORALES  
LUISA FERNANDA RODRIGUEZ  
NATALIA RAMIREZ ZULUAGA

Informe de seminario de profundización en gerencia estratégica

Asesor  
Jhoanna Rodríguez

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUMEN GENTIUM  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, CONTABILIDAD Y FINANZAS  
SEMINARIO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA  
CALI, VALLE DEL CAUCA  
2020

NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

---

---

---

---

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Cali, 28 de Junio de 2020

## CONTENIDO

RESUMEN.....	.....
INTRODUCCIÓN.....	1
1. METODOLOGÍA.....	3
2. HALLAZGOS.....	5
2.1. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO.....	5
2.1.1. Definición del contexto de la organización a trabajar.....	5
2.1.2. Análisis del direccionamiento de la empresa.....	6
2.1.3. Propuestas direccionamiento de la empresa.....	7
2.2. ENTORNOS.....	8
2.2.1. Entorno económico.....	8
2.2.2. Entorno político.....	11
2.2.3. Entorno sociocultural.....	12
2.2.4. Entorno tecnológico.....	14
2.2.5. Análisis de las fuerzas competitivas.....	15
2.2.5.1. Poder de negociación de los proveedores y clientes.....	16
2.2.5.2. Amenaza de nuevos competidores.....	17
2.2.5.3. La amenaza de productos sustitutos.....	17
2.2.5.4. Rivalidad entre los competidores existentes.....	18
2.2.6. Análisis DOFA.....	18
2.3. PROSPECTIVA.....	19
2.4. FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS.....	20
3. DISCUSIÓN.....	22
4. CONCLUSIÓN.....	24
REFERENCIAS.....	27
ANEXOS.....	29

## RESUMEN

Esta investigación tiene por objetivo realizar una reorganización del material de producción empleado por Confecciones DKCHE, alineada a las nuevas tendencias tecnológicas. Esto permitirá llevar a cabo un posicionamiento productivo frente a demás empresas por el compromiso social que esta tiene con la sociedad. Para llevar a cabo este plan estratégico se tuvo presente como principales variables en el entorno económico, político, sociocultural y tecnológico: las de mayor influencia como crecimiento de la actividad económica, políticas que afectan las pausas de consumo, caracterización de culturas y las nuevas tecnologías para el mejoramiento productivo de prendas de calidad. Con lo que se pretende realizar un estudio que permita evidenciar posibilidades de mejora a fin de trazar un panorama futuro para la empresa DKCHE.

Confecciones DKCHE busca un direccionamiento de calidad que permita cumplir con las expectativas de sus clientes mediante un personal capacitado en cada área de la empresa, enfocándose en la producción continua y el desarrollo integral de sus colaboradores; logrando las metas propuestas al crear la empresa. Se rescatan los valores y principios como: respeto, calidad, eficacia, honestidad, compromiso y lealtad como ejes principales que permitan lograr una constante evolución en confecciones DKCHE.

Promover, direccionar y ejecutar procesos de producción continua que permitan mejorar el reconocimiento y reinventarse con las nuevas tecnologías como complementarios para una producción en tiempo récord. Esto logrará un mayor reconocimiento y permitirá a la empresa ser referente textil ante los nuevos mercados.

Palabras clave: comunicación, posicionamiento, imagen-corporativa, redes-sociales, estrategia

## INTRODUCCIÓN

Confecciones DKCHE es un Taller de confecciones creado en el año 2002, se encuentra ubicado en el barrio 7 de agosto, fue fundado por el Sr Ricaute Almario, una persona que siempre tuvo la convicción de convertirse en empresario, y gracias a sus esfuerzos logro consolidar su idea de negocio y consolidar su taller del cual hoy en día es propietario.

Confecciones DKHE es una empresa que piensa en sus empleados y siempre está a disposición de sus clientes brindándoles productos de una excelente calidad, convirtiéndose en un taller de preferencia para grandes empresas. Se dedica a la confección de jeans para dama, caballero y dotación industrial, con marca propia para comercialización.

En la empresa Confecciones DKCHE se presenta una oportunidad de mejora para la optimización de materiales en el desarrollo de los procesos productivos. La causa de la mala distribución de materia prima de menor cuantía, principalmente en las áreas de producción, se debe a que no hay procesos implementados que nos permitan identificar, medir y disminuir las pérdidas ocasionadas por la falta de control y contabilización de insumos y materia prima (agujas, hilos, botones, tela etc.) que por su tamaño y precio en ocasiones pasan desapercibidas. Así mismo se empieza a evidenciar la baja productividad del área de producción, ya que no hay optimización de espacios para dar entrada a más materia prima, no hay control en el proceso de compra de insumos y materia prima y el requerimiento de materiales por parte de los empleados.

En la empresa de Confecciones DKCHE, se recaudan \$ 30.000.000 de pesos mensuales, con un margen de utilidad de casi el 50%, (\$ 15.000.000), de los cuales en la actualidad se están dejando de percibir casi el 30% (\$ 4.500.000) de las utilidades. Una de las falencias encontradas en la empresa es la falta de

conocimiento por parte de los empleados y debido a esto se da inadecuado uso de los recursos, puesto que no hay un control; esto debido a que por parte del empleador no hay opciones de capacitación donde se incentive a mejorar y adquirir diferentes prácticas que permitan optimizar el área de producción, por tal motivo se evidencia por parte de los directivos de la organización, que no se maneja de manera adecuada la materia prima.

El diagnóstico en el área de producción, se ha dado a raíz de la falta de conocimiento, por parte del señor Ricaute Almario Núñez, dueño de la empresa, pues desde que se creó no tenía un plan organizado y cuando se empezaron a generar mayores ingresos, fue donde se detectó que era necesario una organización más estratégica de los procesos y áreas de la empresa.

De acuerdo a lo anterior se plantea como pregunta de investigación la siguiente:  
¿Cómo mejorar los procesos productivos que permitan la optimización de materiales en las áreas de producción, disminuir los costos y los tiempos de producción?

Para lo cual, se propone como objetivo formular un plan estratégico para el periodo 2020-2022 que permita mejorar los procesos productivos de la organización encaminados a la eficiencia en la asignación de recursos.

## 1. METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la presente investigación, se aborda el enfoque mixto, el cual consiste en la integración de los métodos cuantitativo y cualitativo, a partir de los elementos que integran la investigación.

La investigación experimental permite establecer relaciones de causa-efecto, describir lo que será, predecir y comprobar hipótesis que sucederán en un futuro, consiste en la manipulación de una variable experimental no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas. Esta investigación se implementó en este trabajo ya que a raíz de unos resultados se arrojaron unas recomendaciones a la empresa.

El método cualitativo se guía por áreas o temas significativos de investigación, sin embargo, no siguen un proceso rígido y secuencial. Estos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y análisis de datos. San Feliciano Alejandro (2018).

Por otro lado, según Cuenya y Ruetti (2010), “el análisis cualitativo busca comprender los fenómenos dentro de su contexto usual, se basa en las descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, comportamientos observados, documentos, y demás fuentes que persigan el fin de pretender no generaliza resultados”.

La observación cuantitativa se basa en números para analizar y comprobar datos e información concreta. Es la investigación empírico-analista por excelencia. Las cosas se producen por una causa y efecto, partiendo de preguntas cuantitativas. De ahí su utilidad en las ciencias más exactas como las matemáticas, la física o la estadística.

La investigación cuantitativa tiene como objetivo obtener respuestas de la población a preguntas específicas. La finalidad empresarial sería la toma de decisiones exactas y efectivas que ayuden a alcanzar aquello que estábamos persiguiendo. Podría ser el lanzamiento de un nuevo producto. El fin es tener éxito con su posicionamiento en el mercado. Y para ello, es necesario realizar un estudio previo a través del método cuantitativo.

El método cuantitativo también conocido como investigación cuantitativa, empírico-analítica, racionalista o positivista es aquel que se basa en los números para investigar, analizar y comprobar información y datos; este intenta especificar y delimitar la asociación o correlación, además de la fuerza de las variables, la generalización y objetivación de cada uno de los resultados obtenidos para deducir una población. Este método rige esta investigación puesto que a partir de los resultados que arroje la empresa Confecciones DKCHE, por medio de las herramientas administrativas utilizadas, tales como las 5 fuerzas de Porter o los entornos, se arrojan unos resultados, mediante los cuales podrán realizarse unos resultados.

## 2. HALLAZGOS

A continuación, se presentan los hallazgos del proceso de observación dentro de la empresa Confecciones DKCHE; a través de cuatro momentos: Direccionamiento estratégico, análisis de entornos, prospectiva y formulación de estrategias.

### 2.1. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Ricaute Almario, creó su taller de confecciones desde el año 1989, sin embargo, solo se constituyó como empresa desde el año 2002, empezó realizando maquila de camisas y 3 años después decidió dedicarse a la maquila de jeans para dama y caballeros. Confecciones DKCHE se constituyó mediante un documento legal radicado antes la Cámara de Comercio de Cali el 13 de noviembre del año 2002, con el número de matrícula N°596499-2.

Según el propio Ricaute Almario, la empresa se encuentra ubicada en el barrio 7 de agosto y tiene alrededor de 20 colaboradores entre operarios y áreas administrativa, actualmente confecciones DKCHE cuenta con alrededor de 20 clientes potenciales a los cuales le distribuye la mercancía (Jeans de moda) que él mismo confecciona, y una empresa en la ciudad de Candelaria a la cual le maquila prendas de dotación.

#### 2.1.1. Definición del contexto de la organización a trabajar

Confecciones DKCHE, es un taller de confecciones direccionado hacia la calidad de sus productos, su personal capacitado y competente siempre está a disposición de cumplir con las metas establecidas de producción. En cuanto al análisis del producto encontramos un factor de éxito que marca la diferencia frente a la competencia, entre ellos podemos observar: el precio, el cumplimiento de entrega, la calidad del producto, y la relación con el consumidor.

## 2.1.2. Análisis del direccionamiento de la empresa

### Filosofía Institucional

Confecciones DKCHE, está bajo los principios de calidad y cumplimiento, sus acciones se basan en un mejoramiento continuo, orientándose a minimizar errores y enfocándose en la ejecución efectiva. Sus metas son compatibles con el desarrollo integral de sus trabajadores y la satisfacción de sus clientes.

### Misión

Confeccionar y comercializar prendas de vestir de alta calidad, a través de empleados calificados, comprometidos con los valores y principios de la empresa con buenas prácticas que compongan: rentabilidad, confianza, desarrollo sostenible con base fundamental de valores éticos y profesionalismo generando motivación y compromiso del recurso humano, y relaciones duraderas con nuestros proveedores, empleados y clientes que atiende la empresa.

### Visión

Lograr reconocimiento nacional, por su excelencia en el sector de confecciones, alcanzar los más altos los niveles de calidad, productividad y eficiencia, por medio de personal comprometido, calificado y con un funcionamiento competente y acorde a los requerimientos de nuestros clientes, que logre la sostenibilidad y crecimiento de la empresa en el tiempo.

### Principios y Valores Institucionales

Respeto: Valoramos y respetamos a las personas de la empresa, por eso hay igualdad de condiciones, velando por un buen clima laboral.

Calidad: buscamos la calidad integral de nuestros productos, procesos y colaboradores, de acuerdo a las necesidades del mercado.

Eficacia: Se logran cumplir los objetivos establecidos para el desarrollo de las metas creadas.

Honestidad: Somos una empresa confiable, que genera una relación directa y clara con todos sus colaboradores, clientes y proveedores.

Compromiso: el cumplimiento del día a día con las tareas y responsabilidades, demandan un mayor crecimiento de todos los clientes y un reflejo de satisfacción.

Lealtad: Compromiso de fidelidad y respeto actuando de la mejor manera como empresa y personas.

### 2.1.3. Propuestas direccionamiento de la empresa

El direccionamiento estratégico es considerado como un proceso continuo que apoya los objetivos y metas a largo plazo de las empresas.

La propuesta para desarrollar esta investigación se fundamentó en un proceso empírico de observación directa en la empresa. Para lo que se acudió a métodos y técnicas primarias de toma de la información en la empresa. Se utilizaron, conversatorios de discusión con los trabajadores; operarios, y áreas administrativas, también se acudió a herramientas administrativas como matriz DOFA, matrices de evaluación para un análisis de factores externos e internos, las cinco fuerzas de Porter, fueron de utilidad en este proceso, para lograr por medio de estas herramientas cumplir los objetivos.

Por otro lado, se identifica que la gran clave para afrontar con éxito en productividad reside en acentuar la innovación de las empresas. Se entiende por innovación la capacidad para transformar los procesos empresariales y crear organizaciones más competitivas, ágiles y eficaces. Las empresas deben adoptar una política

innovadora, donde la tecnología juegue un papel estratégico en el diseño de los modelos de negocio, para convertirse en entidades competitivas, ágiles y eficaces. De esta forma, deben transformarse en organizaciones "bajo demanda", capaces de reaccionar y poder adaptarse ante cualquier cambio interno o externo de su entorno (Moraleda, 2004)

## 2.2. ENTORNOS

### 2.2.1. Entorno económico

La industria textil, en uno de los sectores más destacados del país que permite generar un espacio de producción, reintegración y moda para los diferentes confeccionistas de prendas de vestir.

Existen diferentes mercados nacionales e internacionales que le apuestan a la inversión en la industria textil Colombia para crear nuevas empresas y nuevos conceptos de moda en la confección y poder expandirse a otros países; como lo es el caso del Perú que en el mes de abril del 2019 desarrolló nuevas estrategias, compartiendo un estilo de moda sostenible generando conocimiento gracias a las técnicas que se van desarrollando día a día. Se le invierte a un modelo económico sostenible y lograr posicionar a Colombia como un sector único y de calidad y a la mejora continua de la industria de la moda colombiana (Dinero, 2019).

De acuerdo con las siguientes figuras, se hallará el índice de producción de hiladora y de prendas de vestir del año 2016 a marzo del 2019 los cuales decrecieron cerca del 2 al 3% por cada año.

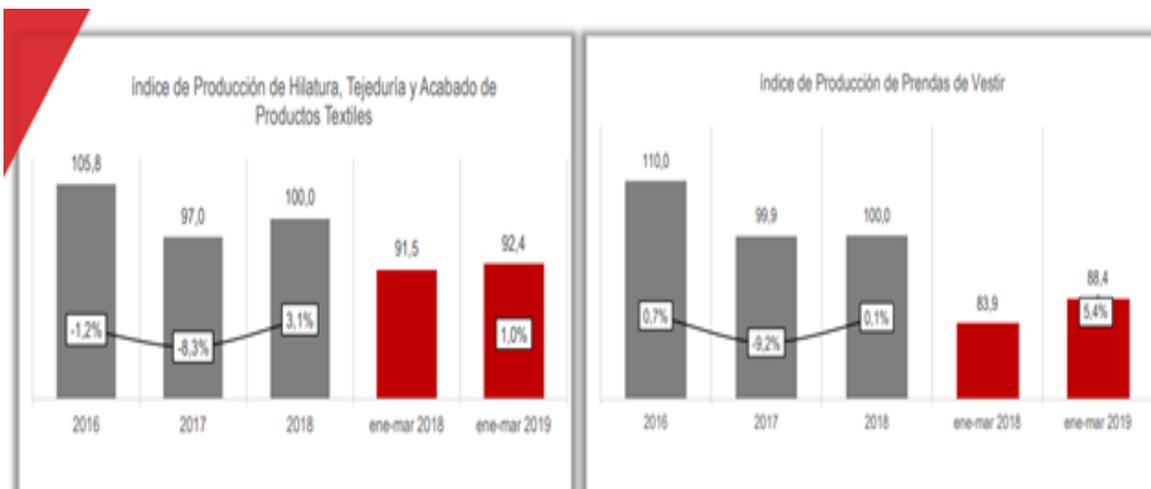


Figura 1. Producción Interna textil

Fuente: DANE, (2018)

NIT	Razón Social Importador	Valor FOB dólares
1	900324904 Holding Capital Sas	\$ 22,526,467
2	860516806 Permoda Ltda	\$ 16,383,563
3	860000452 Manufacturas Eliot S.A.S.	\$ 13,641,829
4	800150223 Primatela Sas	\$ 10,219,846
5	890100783 Industrias Cannon De Colombia S.A.	\$ 9,655,292
6	811018676 John Uribe E Hijos S.A.	\$ 8,183,443
7	830083392 Productora De Textiles De Tocancipa S A Toptex S A	\$ 6,914,957
8	800169352 Mercadeo Y Moda S.A.S.	\$ 6,815,377
9	802011128 Canguro International S.A.	\$ 6,787,314
10	800167919 Stilotex Sociedad Por Acciones Simplificada	\$ 6,270,789
11	890901811 Corporacion Distribuidora De Algodon Nacional	\$ 4,672,738
12	890800148 Etex Colombia S.A.	\$ 4,577,058
13	800165815 Textiles 1 X 1 S.A.S.	\$ 4,460,147
14	860001963 Protela S A	\$ 4,001,775
15	890301753 Si S.A.S.	\$ 3,892,108
16	890312487 Distribuidora Caliplasticos Ltda	\$ 3,824,108
17	890900308 Fabricato S.A.	\$ 3,757,244
18	860052989 Sutex S A S	\$ 3,642,613
19	890204797 Comertex S.A.S.	\$ 3,486,971
20	830009573 Colombiana De No Teidos Y Acolchados S A Colnotex S A	\$ 3,455,271

Figura 2. Listado de empresas colombianas importadoras de textiles

Fuente: DANE, (2018)

En el gráfico anterior se permite evaluar los cambios y/o consecuencia de la industria textil colombiana con la diversidad de empresas que la conforman. El alza

de este permite explorar la magnitud macroeconómica de los bienes y servicios de la empresa durante un periodo determinado, en este la demanda de compradores y colaboradores de la empresa.

Las dificultades frente al empoderamiento de la empresa se dan en la mayoría de los casos por inexperiencia y falta de educación para enfrentar los desafíos del futuro (Dinero, 2019).

Revista Dinero (2019) afirma:

El documento reconoce que en los últimos 17 años el PIB per cápita se duplicó y la clase media creció exponencialmente. Pero advierte que el país aún tiene grandes debilidades estructurales que lo hacen vulnerable frente a los cambios en el contexto internacional, sobre todo en materia tecnológica.

Por esto sugiere diversificar la economía, teniendo en cuenta que 80% de las exportaciones del país provienen de la minería y que la productividad de los factores hizo un aporte nulo al crecimiento económico entre 2000 y 2016.  
(p.8)

Para el año 2018 la industria manufacturera experimentó un crecimiento del 2,0% comparado con el año 2017, lo que permitió acelerar los procesos de desarrollo.

**Gráfica No. 2. Variación anual del PIB por grandes ramas de actividad económica 2017P / 2018Pr (enero-diciembre)**

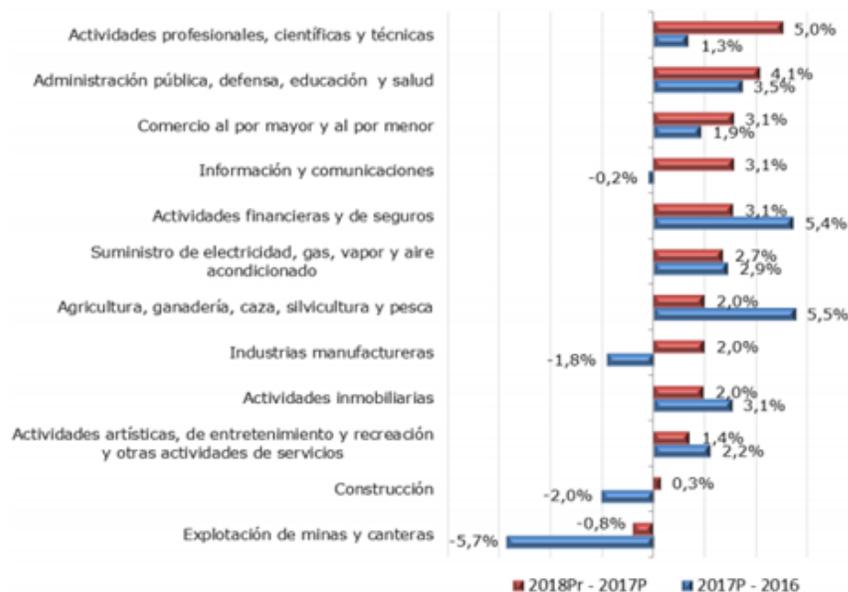


Figura 3. Variación anual del PIB

Fuente: DANE, (2019)

Los gremios de las industrias textiles y confección colombiana, que para el año 2019 genera más de 600.000 empleos directos y cerca de 900.000 indirectos espera que la implementación del arancel del 37,9% impulse a la industria nacional para recuperar empleos y contribuya al crecimiento económico y el bienestar de los colombianos (Dinero, 2019)

### 2.2.2. Entorno político

A finales de enero del 2019 el Viceministro de Desarrollo Empresarial, Saúl Pineda Hoyos anunció estar dispuesto a investigar si hay o no dumping en las importaciones de confecciones (MINCOMERCIO, 2019) ya que a consecuencia de esto, se podrían generar cierre de empresas textiles para finalmente apoderarse del comercio.

Directa o indirectamente la empresa se ve afectada o beneficiada por los procesos que el gobierno establece, es esta entidad la encargada de dar órdenes y planes que promuevan el desarrollo, y si uno de estos planes cae la empresa se ve afectada. Pero es en los objetivos establecidos desde un inicio donde se toma el compromiso por parte de todos y se evalúan las opciones a tomar en caso de un hallazgo negativo.

En las confecciones, la calidad es un punto clave que marca la diferencia para lograr el posicionamiento, para lograr el crecimiento de la empresa se deben hacer continuas revisiones a la calidad de cada prenda confeccionada. La organización siempre deberá mantener altos estándares de calidad, desde sus materias primas hasta su producto final, lo que producirá una buena referencia hacia el consumidor, Por lo cual se prevé que el impacto será positivo frente a los nuevos mercados. Basado en años anteriores, este ha sido un año difícil para las empresas colombianas por la crisis mundial y a la aparición de nuevos mercados a bajo costo.

Es por medio de este ítem que Confecciones DKCHE busca confeccionar las prendas a un costo asequible a todo el público para que permita llegar a más personas y crecer continuamente por medio del fortalecimiento industrial y el reconocimiento de alternativas de desarrollo gubernamentales; ejemplo son los diferentes tipos de ferias industriales que continuamente realizan las entidades gubernamentales de cada ciudad, esto permite al empresario posicionar la empresa frente a los nuevos mercados.

### 2.2.3. Entorno sociocultural

El desarrollo social en confecciones DKCHE se ve reflejado por medio de sus trabajadores, que está como empresa busca incentivarlos para el crecimiento unánime de todos. Si hay mayor demanda de producción hay mayor empleabilidad para sus colaboradores. Es por ello que a diario buscan implementar alternativas de

desarrollo que permitan abordar propuestas externas a la empresa para lograr un mayor alcance innovador.

A continuación, se muestra la figura 4, la cual representa el consumo textil de los colombianos a comparación con otros referentes en el presente año.

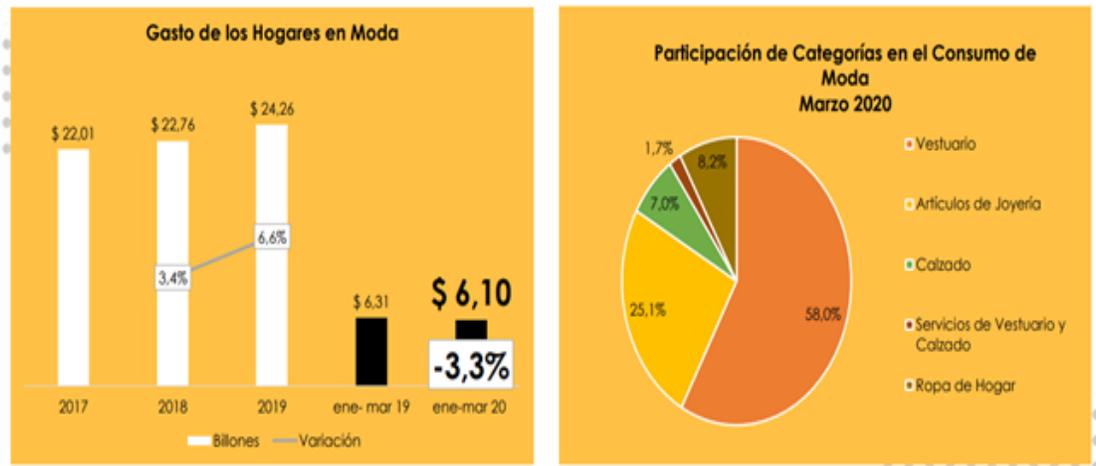


Figura 4. Consumo textil de los colombianos

Fuente: NEXMODA, (2020).

Un incremento elevado de material permite oportunidades de empleabilidad para más familias; en donde confecciones DKCHE busca aportar por medio de las ofertas empleo, siendo una empresa que piensa en el bienestar de sus colaboradores y el buen servicio a sus clientes.

La moda es mágica, creativa y a la vez comercial; se debe tener originalidad y creatividad a la hora de fabricar prendas de vestir que hagan sentir cómodo y a gusto al comprador. Aquí es influyente el clima, la calidad, comodidad y la influencia de los medios de comunicación (televisión, radio, revistas) a la hora de elegir una prenda de vestir cómoda, y la influencia de la sociedad se ve muy enmarcada permanentemente en las redes sociales por medio de páginas que evidencian por expertos las tendencias actuales de la moda.

#### 2.2.4. Entorno tecnológico

El avance tecnológico es cada vez más ágil, un mercado que permite a las empresas competir en el entorno laboral y por ello que confecciones DKCHE busca reemplazar su maquinaria por equipos de alta tecnología que permitan agilizar los procesos de producción y efectividad con sus prendas. Aquí es importante repensar la Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación (LOCTI) para ejecutar, investigar y desarrollar prendas de calidad que van de la mano con el avance de las nuevas tecnologías tanto en los ámbitos internos como externos para el reconocimiento y aceleración de procesos beneficiosos para la empresa.

Para entender los cambios actuales y futuros de la moda textil es importante un acercamiento con el internet, mercado claves para el impulso masivo de la moda y las tendencias más populares de hoy en día que en la mayoría están determinadas por influenciadores y los consumidores de diferentes marcas.

Según, Iribarren (2018), La llegada de la neo-relocalización permite a la industria textil generar cambios importantes en la sociedad actual con la llegada de nuevas tecnologías cómo:

- Automatización, robótica y RFID: Para leer y movilizar datos desde la fabricación hasta el punto de venta.
- Diseño e impresión 3D: Creación y fabricación de nuevos modelos.
- Tecnología de la producción textil: Es importante ir en línea con el avance de las nuevas tecnologías, pero repensando de forma ordenada la inversión que se va a realizar a la hora de comprar máquinas de alta tecnología que permita poner en ventaja con el mercado actual. Se lograrán protocolos más eficientes y nuevas prendas producidas en el menor tiempo posible.

Referentes culturales como Colombia moda representa una agenda nutritiva de nuevas tecnologías en el sector, para el conocimiento de las nuevas tecnologías con expertos de Microsoft y Amazon con la tecnología 4.0 como fue visto en la feria del año pasado (Litman, 2019).

La llamada tecnología 4.0 también llamada transformación digital para la industria textil es un reto, pero también es una oportunidad que motiva:

Algunas de las tecnologías protagonistas de esta revolución son la conectividad a través del Big Data, el Cloud e Internet de las Cosas, la inteligencia a través de la Inteligencia Artificial y de machine learning, la interacción hombre-máquina con la Realidad Virtual y la Realidad Aumentada, y en el apartado de la fabricación aditiva la Impresión 3D y los robots colaborativos TDIGITALIZA-T. INDUSTRIA 4.0 SECTOR TEXTIL (2017).

La moda rápida es la capacidad de ofrecer diseños al cliente que otros minoristas todavía no tienen, y para ello el concepto de inmediatez debe ser corporativo, la reacción que se tiene como empresa frente a las nuevas tecnologías debe ser positiva para que permita organizar los nuevos lineamientos a proceder en la empresa, y los procesos que se irán agilizando con la implementación de nuevas máquinas de producción para ir en lineamiento con los avances tecnológicos y lograr un avance productivo y de calidad de las prendas.

#### 2.2.5. Análisis de las fuerzas competitivas

Es importante evaluar las herramientas de los factores de éxito como las de Michael Porter:

- Poder de negociación de los clientes

- Poder de negociación de los proveedores
- Amenaza de nuevos competidores
- Amenaza de productos sustitutos
- Rivalidad entre competidores existentes

Debemos analizar y dar solución administrativa a los riesgos para garantizar el éxito de esta empresa, se debe tener un muy buen uso de los recursos, ya sea económico, o social. La empresa deber tener estrategias para ser competitivo frente a otras del mismo sector, para esto se deben ajustar constantemente de acuerdo a los cambios regulares del sector.

El diagrama de las 5 fuerzas competitivas de Michael Porter es una herramienta de gestión que permite hacer un completo análisis de la empresa por medio de un estudio del sector actual, para así lograr calcular la rentabilidad de la empresa, conocer el valor actual y la proyección a futuro. De esta manera se podrán establecer estrategias propuestas para aprovechar las oportunidades y cómo enfrentar las amenazas detectadas.

#### 2.2.5.1. Poder de negociación de los proveedores y clientes

Confecciones DKCHE cuenta con proveedores exclusivos basados en la fidelidad, dado el tiempo de creación de la empresa entre ellos está SURTEÑIR, quienes le distribuyen telas y le ofrecen un plazo amplio para el pago de las facturas, así mismo la empresa Pon Jean en Medellín, con quien se ha establecido una estrecha relación comercial, por la compra constante y el pago antes del plazo.

Los clientes tienen un alto poder de negociación porque siempre requieren precios bajos, estos siempre exigen productos de mayor calidad lo que implica la compra de insumos un poco más costosos, lo que genera que los costos aumenten y que los asociados de la industria se enfrenten entre sí perjudicando la rentabilidad del

sector. No obstante gracias al excelente trabajo de confecciones DKCHE se ha generado un gran vínculo, por los productos de muy buena calidad y su eficiencia en las entregas.

#### 2.2.5.2. Amenaza de nuevos competidores

Entre los competidores directos de la empresa Confecciones DKCKE, encontramos que existen muchos talleres informales de confecciones, pero en cuanto a empresas legalmente constituidas hay una gran variedad, para nombrar algunas encontramos: Confecciones y Dotaciones Industriales CONINDELSA, CMG dotaciones, las cuales se dedican a la fabricación de uniformes para dotaciones en general, para médicos, policías, seguridad industrial etc. De esta manera observamos que la competencia es muy alta y fuerte dado que el nicho de mercado es bastante amplio.

Observamos que es un sector de fácil acceso para competir, ya que el Gobierno exige muy poco en cuanto a reglamentaciones para abrir un taller, pero es necesario tener un buen capital para la compra de la maquinaria e insumos para la producción de jeans.

#### 2.2.5.3. La amenaza de productos sustitutos

Entre los principales productos se encuentran las prendas chinas, ya que en el mercado se pueden encontrar a bajo costo. También podemos encontrar que, en almacenes como Home Center y Easy, venden ropa de dotación y algunos elementos de protección personal, sin embargo, estos productos no poseen un factor diferenciador.

#### 2.2.5.4. Rivalidad entre los competidores existentes

La situación actual en los diferentes sectores existentes se ve marcada por la competencia entre las empresas y la influencia en la generación de beneficios. Si ellas compiten por precios no solo tendrán menos beneficio, sino que el sector se verá perjudicado, de tal forma que atrae la entrada de nuevas empresas.

La competencia siempre va a estar presente entre las empresas de cada sector porque de esta manera se logra entrar en miles de hogares y conocer cada día las necesidades de nuevos consumidores, es por esto, que cada día se debe ser más competitivo para poder conocer las debilidades y fortalezas frente a otras empresas, y lograr enfrentar las dificultades que se presenten, mejorando cada día, de esta manera se podrá garantizar el éxito de todo empresario.

#### 2.2.6. Análisis DOFA

El análisis DOFA permite hacer un diagnóstico real de la empresa, de esta manera se obtendrá un mejor direccionamiento para tomar decisiones, formular estrategias para desarrollar sus fortalezas, prevenir el efecto de sus debilidades, utilizar de la mejor manera sus oportunidades y anticiparse a las amenazas.

Se evaluaron y calificaron las diferentes variables, oportunidades y amenazas externas y fortalezas y debilidades internas, para identificar planes de acción y estrategias a implementar teniendo en cuenta el diagnóstico actual.

Después de establecer y aplicar las herramientas de diagnóstico MEFE Y MEFI, se presentan los principales resultados a través de una matriz DOFA para la empresa reflejando su impacto y así establecer los factores claves de éxito. Este análisis se hace a criterio de los autores, con el fin de proponer los objetivos y estrategias de mejora para la empresa.

Confecciones DKCHE cuenta con una gran experiencia en el sector textil, y mano de obra calificada, lo cual le puede permitir si genera un buen plan de marketing ampliar su mercado y lograr un mejor apalancamiento con nuevos diseños. Sin embargo, le falta invertir en tecnología de punta, para mejorar sus procesos de producción, y ser más competitivos en el mercado nacional y al mismo tiempo promover la exportación, esto le permitirá generar reducción en tiempos de producción por ende mayor productividad lo que se verá reflejado de igual forma en los costos de producción.

Por otro lado, el sector textil permite generar grandes oportunidades gracias a las barreras de entrada, el crecimiento que ha venido presentando en los últimos años y proyecciones futuras.

El resultado de la matriz IE con una calificación de 4.9 a nivel externo, 5.4 a nivel interno nos ubican en un cuadrante en donde, en línea con el diagnóstico previo, la estrategia a implementar es retener y mantener con las opciones de aplicación: penetración de mercado y desarrollo de producto.

### 2.3. PROSPECTIVA

La metodología propuesta para el estudio prospectivo consistió en la valoración de tendencias donde se identificaron 29 variables de las cuales se priorizaron 12 , las cuales podemos observar en el Anexo F correspondiente a la matriz de variables prospectiva, de esta manera al realizar la calificación de variables se analizó que hay 5 de ellas que tienen mayor incidencia sobre las otras, la primera es el área de logística, seguida del control de los procesos y eliminación de desperdicios, capacitación de empleados, importación de materia prima, y máquinas de alta tecnología.

Seguido de esto se logra identificar en la matriz de calificación de actores (Anexo H calificación de actores) que quien mayor ejerce presión es FENALCO, seguido de gremios textiles y gobierno local.

El ábaco de Régnier es un diagnóstico estratégico que se utiliza como método de consultas a expertos en un sector (Anexo J), en este se plantea que para el 2028 las máquinas de alta tecnología permitirán grandes ventajas para el comercio, lo cual se verá reflejado en la mano de obra para la comercialización de prendas de calidad a un menor costo.

Para el año 2029 lograr una unificación por medio de actores principales de la empresa como el Gerente Ricaute Almario y el colaborador más antiguo del mismo Antonio González implementando la capacitación de los avances y reestructuración de Confecciones DKCHE para lograr un buen funcionamiento de la misma.

#### 2.4. FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS

El principal objetivo de la empresa Confecciones DKCHE es lograr establecer un plan de producción eficiente, los cuales a raíz de una investigación, se han logrado establecer 3 estrategias establecidas como objetivos a largo plazo, las cuales se pueden evidenciar en el anexo F, correspondiente al cuadro de operacionalización de estrategias.

Entre ellas está el cumplir con las expectativas en términos de tiempo, calidad y diseño, para poder cumplir con dicho objetivo necesitamos tener unos buenos estándares de calidad; los cuales ayuden a cumplir con los objetivos planteados, como lo es un plan estratégico , el cual responda a las exigencias del propietario, clientes y proveedores, donde todas las partes interesadas estén de acuerdo y se beneficien, de igual manera poder mantener los productos acordes a las tendencias

de moda, donde se logre llegar a diferentes públicos, para obtener varias opiniones y finalmente ofrecer un buen servicio al cliente.

Es esencial para toda empresa que busque crecer y fidelizar a sus clientes, la empresa propone realizar esto por medio de constante capacitación a sus colaboradores, donde se trabaje la comunicación asertiva. Esto genera un aumento de la productividad y calidad del trabajo y que el personal se sienta identificado con la empresa.

Una planificación adecuada se define mediante procesos de formación y formulación de propuestas para lograr una mayor competitividad y productividad de la empresa. Esto mejora la estabilidad de la organización y propone nuevos retos favorables para el futuro de la misma.

### 3. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en este proyecto muestran que ; es de suma importancia que la empresa empiece a adquirir nuevas tecnologías, puesto que esto ayudaría a la empresa a un mayor reconocimiento, si bien es cierto estamos en la era digital, y la tecnología 5g, las empresas constantemente tienen que reinventarse, este es un reto para muchos, entre ellas la empresa DKCHE, pero se analiza que en cuanto a costos la inversión no debe ser muy alta, se puede empezar con pequeños montos de dinero, lo cual va a beneficiar a la empresa, por otro lado se evidencia que la calidad del producto es muy bueno, es un punto a favor de la empresa y se debe tomar como referente para mejorar.

Así mismo la empresa aspira poder ofrecer a sus clientes potenciales y comunidad en general servicios complementarios y soluciones competitivas, que generen valor compartido con sus grupos de interés, en busca del desarrollo sostenible. Por otro lado, en la misión no tiene especificado su orientación a actividades con personal de la empresa, ni con sus competidores, lo que puede presentarse como un desatino visto desde el direccionamiento estratégico.

Por otro lado, se evidencio que es importante la penetración de nuevos mercados generado apalancamiento con nuevos diseños aprovechando la mano de obra calificad, también plantea en la matriz DOFA poder buscar alternativas de exportaciones a destinos estables de Investigación de mercado, en Colombia. De igual manera es importante tener en cuenta el crecimiento de microempresas para invertir en tecnología de punta y ser más competitivos en el mercado nacional y al mismo tiempo promover la exportación, generar reducción en tiempos de producción por ende mayor productividad lo que se verá reflejado de igual forma en los costos de producción.

Bajo el reconocimiento del sector textil colombiano mejorar los procesos de dirección en la organización. Establecer procesos actuales de planeación estratégica, los cuales garantice un control adecuado de su material de trabajo.

Si bien es cierto que la situación actual en los diferentes sectores existentes se ve marcada por la competencia entre las empresas y la influencia en la generación de beneficios. Si ellas compiten por precios no solo tendrán menos beneficio, sino que el sector se verá perjudicado, de tal forma que atrae la entrada de nuevas empresas.

La competencia siempre va a estar presente entre las empresas de cada sector porque de esta manera se logra entrar en miles de hogares y conocer cada día las necesidades de nuevos consumidores, es por esto, que cada día se debe ser más competitivo para poder conocer las debilidades y fortalezas frente a otras empresas, y lograr enfrentar las dificultades que se presenten, mejorando cada día, de esta manera se podrá garantizar el éxito de todo empresario.

#### 4. CONCLUSIÓN

Se concluye que mediante la implementación de todas y cada una de las propuestas mencionadas en este documento, la empresa incrementará sus utilidades, habrá mayor oportunidad de negocio, será más competitiva en el campo de las confecciones y mejorar sus procesos productivos. Lo cual se verá reflejado en la calidad de sus productos, el clima laboral de la empresa.

También podemos concluir que la mejor forma de incrementar las ventas y mejoras en la calidad de los productos de Confecciones DKCHE es realizar cambios en los sistemas de planeación, control administración de los procesos productivos, los cuales permitirá mejores tiempos de entrega de producción y mejores rendimientos a nivel general.

El uso de las nuevas tecnologías para la implementación de estrategias administrativas permitirá al gerente supervisar sus colabores y producir nuevas herramientas (en máquinas de producción) que será la forma más rápida y efectiva para lograr optimización en la fabricación de prendas de vestir, y lograr un avance superior a demás empresas. Esto permitirá entregar oportunamente prendas de calidad en tiempos récord. Esta mejora de procesos permitirá establecer ventajas competitivas que ayudarán a posicionar a la empresa en los nuevos mercados y alcanzar mayores niveles de productividad y expansión para el reconocimiento y la llegada de nuevos clientes.

## 5. RECOMENDACIONES

Se considera las siguientes recomendaciones para la empresa:

Es importante mantener y garantizar el desarrollo de las propuestas realizadas, lo cual permitirá mejores resultados a corto, mediano y largo plazo en sus procesos, implementar indicadores de mejoras, hasta que se logre cumplir en un 99% de las metas establecidas por la organización.

El éxito de cualquier empresa, se refleja en el nivel de competitividad, este nivel se debe reflejar en todos y cada uno de sus procesos. Por eso, es de gran importancia implementar estrategias y procesos que permitan innovar constantemente, disminuir y controlar el uso inadecuado de materia prima y atacar los tiempos muertos en el área de producción, lo cual se verá reflejado en las utilidades y el clima laboral.

- a) Es importante que los directivos tomen en cuenta el plan estratégico para que ayude a gestionar de mejor manera sus recursos y proyectarse a un futuro un poco más certero y con más elementos y estrategias sólidas para aprovechar sus oportunidades y equilibrar sus amenazas.
- b) El correcto uso de los elementos de control y medición planteados en este documento le ayudará a cumplir con sus indicadores de gestión y sus objetivos.
- c) La producción de textiles colombianos, es viable si se aprovechan las ventajas competitivas que tiene, por eso se propone que se le dé importancia a la infraestructura, que permite al sector de textiles competir, por medio de la aplicación de paquete completo, así como la cercanía que se tiene con el mercado de Estados Unidos, para proveer los textiles, y al mismo tiempo

satisfacer al mercado nacional, y la exportación de los productos para que se posicione en mercados extranjeros.

- d) Una forma de que las empresas tengan grandes beneficios es por medio del conocimiento y la tecnología, esto permite generar capital intelectual y por ende las empresas tienen mejores personas preparadas con la capacidad de obtener bienes de calidad, la industria debe tener la iniciativa.
- e) Se recomienda a los dueños y directivos de la empresa cambiar el estilo de dirección e imposición y cambiarlo por un estilo de reconocimiento y participación de sus empleados donde se les enseñe liderazgo, utilizar el ganar—ganar en todas sus negociaciones con clientes proveedores y empleados.
- f) La reducción de aranceles debe ser aprovechada por los productores, ya que por medio de la importación de algunos insumos sus productos serán de mayor aceptación, de esta manera los consumidores encontrarán variedad e innovación en ellos.

## REFERENCIAS

- DINERO. (13 de 12 de 2019). *¿Cuál será la función del Nuevo Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación?* Obtenido de DINERO: <https://www.dinero.com/pais/articulo/nuevo-ministerio-de-ciencia-tecnologia-e-innovacion/280112>
- DINERO. (30 de Abril de 2019). *El gremio de la confección quiere arance al 37,9%*. Obtenido de DINERO: <https://www.dinero.com/pais/articulo/camara-colombiana-de-la-confeccion-y-afines-propone-arancel-compensatorio-del-379/270196>
- Dinero. (2019). *Industria textil peruana le apuesta al mercado de la moda en Colombia. Dinero.*
- INEXMODA. (Marzo de 2020). *Gasto de moda por categorías*. Obtenido de Archivo PDF: <http://www.saladeprensainexmoda.com/wp-content/uploads/2020/05/Informe-Observatorio-Sistema-Moda-Marzo-2020.pdf>
- Iribarren, G. F. (12 de Abril de 2018). *Innovaciones en la industria textil y moda*. Obtenido de GF: <https://gabrielfariasiribarren.com/innovaciones-en-la-industria-textil-y-moda/>
- Litman, T. G. (30 de Julio de 2019). *Colombia transforma su industria textil con tecnología y conocimiento*. Obtenido de FASHION NETWORK: <https://pe.fashionnetwork.com/news/Colombia-transforma-su-industria-textil-con-tecnologia-y-conocimiento,1124739.html>
- MINCOMERCIO. (22 de Enero de 2019). *Mincomercio, dispuesto a abrir investigación para establecer si hay o no dumping en importaciones de confecciones*. Obtenido de MINCOMERCIO: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/comercio/mincomercio-dispuesto-a-abrir-investigacion-para-e>
- MODA, I. (Marzo de 2020). *Empresas importadoras textiles*. Obtenido de Archivo PDF: <http://www.saladeprensainexmoda.com/wp->

content/uploads/2019/06/informe\_especial\_textil\_y\_confecciones\_may\_2019.pdf 9

MODA, I. (Marzo de 2020). *Producción y venta de textiles*. Obtenido de Archivo PDF: [http://www.saladeprensainexmoda.com/wp-content/uploads/2019/06/informe\\_especial\\_textil\\_y\\_confecciones\\_may\\_2019.pdf](http://www.saladeprensainexmoda.com/wp-content/uploads/2019/06/informe_especial_textil_y_confecciones_may_2019.pdf) 9

## ANEXOS

### Anexo A. Variables macro entorno

<b>CONFECCIONES DKCHE</b>					
Variables	A/O	AM	Am	OM	Om
<b>ECONOMICO</b>					
Tendencia de la economía mundial (dólar)	A	X			
Crecimiento de la actividad económica.	O			X	
Tasas de interés bajas y estables por el Banco de la República.	O			X	
Política económica actual	O			X	
Crecimiento del PIB a nivel general	A	X			
Comportamiento de la economía colombiana.	O			X	
<b>POLITICO</b>					
Impulso al Comercio	O			X	
Aumento exportación por parte de micro, pequeñas y Políticas a nivel nacional y regional y su incidencia en el desarrollo de la empresa.	O				X
Los gremios y grupos de presión, que influyen en las actividades de la empresa.	O			X	
Relaciones de poder establecidas por grupos, partidos y movimientos políticos a nivel nacional, regional y local, ubicando a la empresa en un contexto.	O			X	
Políticas que afectan a las pautas de consumo	A	X			
Legalidad específica de la empresa	A		X		
Política territorial fiscal	A		X		
Alteraciones sociales	A	X			
<b>SOCIO CULTURAL</b>					
Evolución de emigración e inmigración.	A		X		
Desempleo.	A	X			
Situación social y perspectivas de desarrollo social de la población (oportunidades).	O			X	
Composición social de la población colombiana y en particular de la atendida por la empresa.	O			X	
Tasa de natalidad y mortalidad.	O				X
Caracterización de las culturas.	O			X	
Situación social y perspectiva de desarrollo social de la población.	O				X
Nivel educativo.	A		X		
Política social gubernamental a nivel nacional y regional.	A	X			
<b>TECNOLOGICO</b>					
Tecnología disponible del mercado: con este podemos obtener nuevas herramientas para un mejor funcionamiento de maquinaria en Confecciones DkChe.	O			X	
Tecnología utilizada y nivel de desarrollo tecnológico: con las nuevas tecnologías de pueden implementar los medios de comunicación visuales para el reconocimiento exterior de la empresa.	O				X
Incentivos gubernamentales	O			X	
Nivel del país en investigación.	A	X			
Protección de marcas y patentes.	A		X		
Velocidad de los cambios tecnológicos.	A	X			
Manifestaciones reaccionarias frente a los avances tecnológicos.	A		X		

Anexo B. Variables micro entorno

<b>CONFECCIONES DKCHE</b>					
Variables	A/O	AM	Am	OM	Om
<b>Competidores potenciales</b>					
Economías de escala	A	X			
La diferenciación del producto	O			X	
Identificación de marca	O			X	
Curva de aprendizaje o de experiencia	O			X	
Reacción esperada	A		X		
<b>Rivalidad entre Competidores existentes</b>					
Crecimiento de la industria	A	X			
Diferenciación del producto	O			X	
Identificación de marca	O			X	
Concentración de competidores	A	X			
Diversidad de competidores	A	X			
<b>Amenaza de Sustitutos</b>					
Disponibilidad de Sustitutos cercanos	A	X			
Relación valor/precio producto sustituto	O			X	
Costos de cambio de usuario	O				X
Propensión de Compradores a sustituir	A		X		
<b>Poder de negociación compradores</b>					
Sensibilidad al precio	O			X	
• Diferenciación del Producto	O				
• Identificación de la Marca	A		X		
• Impacto calidad/ desempeño	O			X	
<b>Palanca de Negociación</b>					
• Concentración de compradores	O			X	
• Volumen de compras	O			X	
<b>Poder de negociación de proveedores</b>					
Concentración de proveedores	O			X	
Importancia de volumen para proveedores	O				X
Compras proveedores/ total de compras	O				X
Disponibilidad de insumos sustitutos	A		X		
Impacto de insumos sobre calidad	A		X		

## Anexo C. Variables MEFI y MEFE

### SELECCION DE AMENAZAS Y OPORTUNIDADES CONSTRUCCION MATRIZ MEE MATRIZ EVALUACION FACTOR EXTERNO

<b>RANGOS DE VALORES</b>
Oportunidad mayor =4 <span style="float: right;">amenaza menor =2</span>
oportunidad menor =3 <span style="float: right;">amenaza mayor =1</span>

AMENAZAS	% DE VALOR	RANGO DE VALOR	PONDERACION D16°E16
Tendencia de la economía mundial (dólar)	10	2	20
Incremento de la competencia , Crecimiento de la industria.	30	1	30
Contrabando.	30	1	30
Importaciones a precio dumping.	30	1	30
<b>100%</b>			<b>110</b>

OPORTUNIDADES	% DE VALOR	RANGO DE VALOR	PONDERACION D24°E24
Tasas de interés bajas y estables por el Banco de la República.	20	4	80
Aumento exportación por parte de micro, pequeñas y medianas empresas.	30	4	120
Implementación de software para diseño propio.	30	4	120
Reconocimiento del sector textil colombiano en otros países	20	3	60
<b>100%</b>			<b>380</b>

**110**

**380**

---

**490**

**SUMATORIA MENOR A 250 Impacto fuerte por amenazas y NO aprovecha oportunidades del mercado**

**SUMATORIA MAYOR A 250 Bajo impacto de las amenazas, las minimiza y aprovecha oportunidades del mercado**

**Menor a 250 se determinan cuales amenazas impactan y que oportunidades no se aprovechan para corregirlas**

**SELECCIÓN DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES  
CONSTRUCCION MATRIZ MEI  
MATRIZ EVALUACION FACTOR INTERNO**

<b>Rangos de Valores</b>	
<b>Debilidad mayor = 1</b>	<b>Fortaleza menor = 3</b>
<b>Debilidad menor = 2</b>	<b>Fortaleza mayor = 4</b>

FORTALEZAS	% DE VALOR	RANGO DE VALOR	PONDERACION
			D16*E16
La diferenciación del producto (calidad)	30	4	120
Precio competitivo	20	4	80
Capacidad Productiva	30	4	120
Conocimiento en la creación del	20	4	80

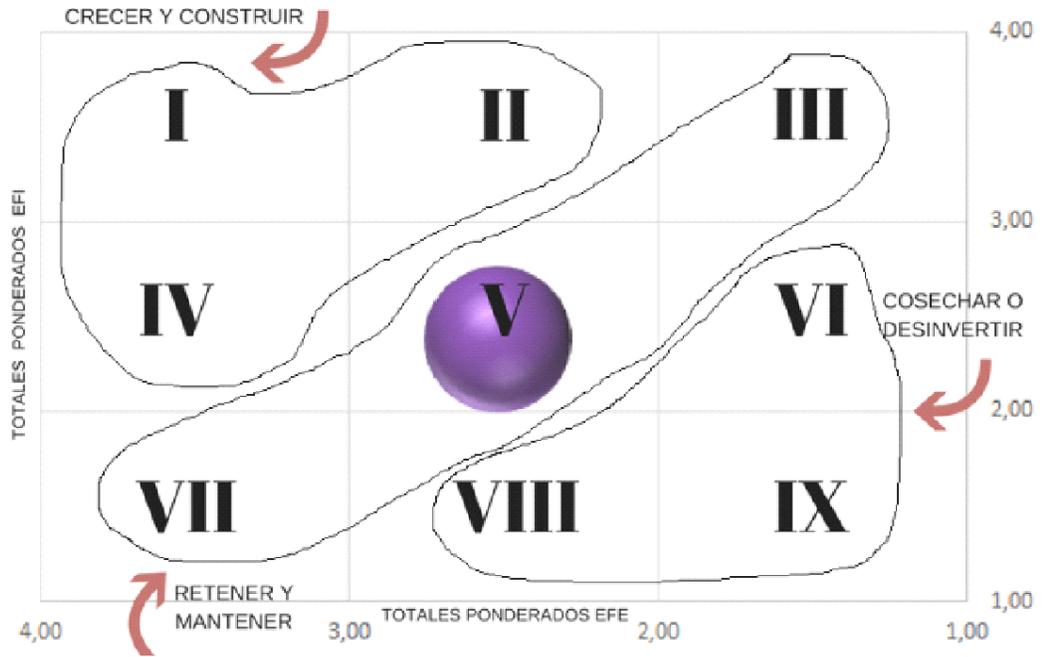
DEBILIDADES	% DE VALOR	RANGO DE VALOR	PONDERACION
			D25*E25
Economías de escala	30	1	30
Posicionamiento de marca, no hay plan	20	2	40
No hay mucha disponibilidad financiera	20	2	40
Dirección estratégica	30	1	30

**100%**

**540**

<b>Sumatoria menor a 250 Impacto fuerte de debilidades tiene pocas fortalezas</b>
<b>Sumatoria mayor a 250 Posee muchas fortalezas bajo impacto debilidades</b>

### Anexo D. Gráfico de análisis IE



## Anexo E. MPC

### MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO MPC

<b>Rangos de valores</b>	
Debilidad mayor = 1	Fortaleza menor = 3
Debilidad menor = 2	Fortaleza Mayor = 4

Permite evaluar la posición de la empresa frente a las demás del sector

Factores claves del éxito	Ponderacion	DKCHE		ARTURO CALLE		CONFECCIONES NOVA	
		Clasificacion	Evaluacion Competitiva	clasificacion	evaluacion competitiva	clasificacion	evaluacion competitiva
Activ. O tareas que permiten que cualquier organiz. Del sector incluida la nuestra tenga éxito			C24°D24		F24°C24		H24°C24
FINANCIERO	30	4	120	4	120	4	120
TECNOLOGICA	20	1	20	4	80	4	80
INNOVACION Y CREATIVIDAD	25	3	75	4	100	3	75
DISTRIBUCION	25	3	75	4	100	4	100
	100						
	100%		290		400		275

100      200      300      400

la que tenga mayor puntaje es la empresa mas competitiva.

Se toman medidas para mejorar los factores claves y ampliar la brecha frente a los competidores

## Anexo F. Matriz variables prospectiva

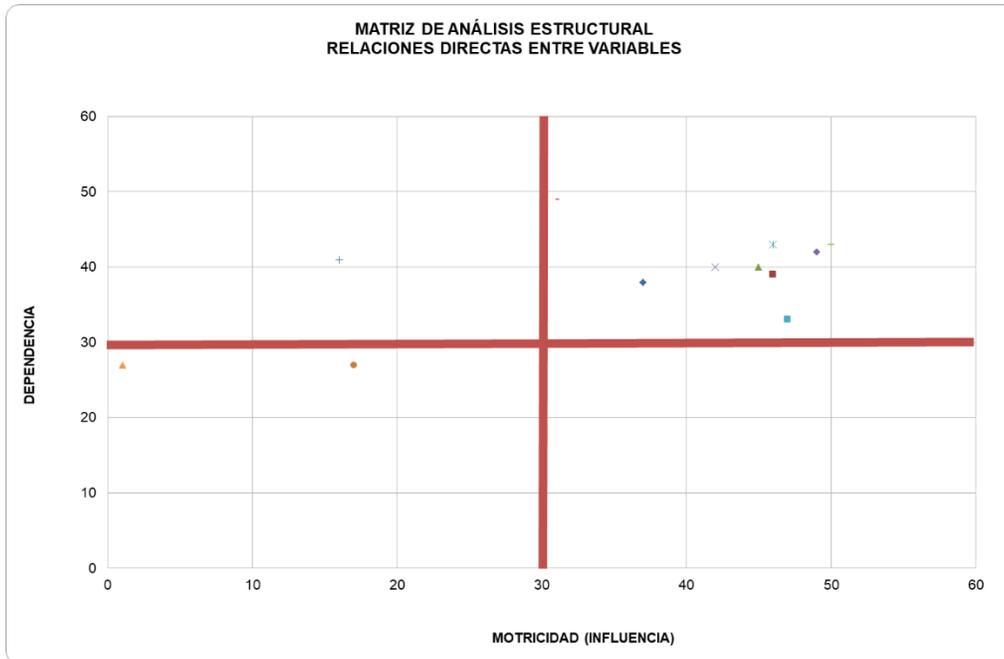
### CALIFICACIÓN DE VARIABLES

	NOMBRE	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	TOTAL
V1	Maquinas de alta tecnología	X	5	5	5	5	3	5	5	5	5	1	2	46
V2	Arreglos Locativos para Almacenamiento	5	X	2	2	2	3	5	5	5	5	1	2	37
V3	Tecnología basada en software contables	5	3	X	2	5	3	5	5	5	5	5	2	45
V4	Reutilización de materiales	5	3	2	X	5	2	3	5	5	5	5	2	42
V5	Importación de materia prima	5	3	5	5	X	3	5	5	5	5	3	2	46
V6	Impulso al Comercio	1	1	2	1	1	X	2	5	1	1	1	1	17
V7	Rebaja de impuestos por parte del estado.	0	1	1	2	2	1	X	5	1	1	1	1	16
V8	Reglamentación jurídica.	0	5	5	5	5	4	3	X	1	1	1	1	31
V9	Area Logística	5	5	5	5	5	2	4	4	X	5	5	5	50
V10	Control de procesos y eliminación de desperdicios	5	5	5	5	5	2	3	4	5	X	5	5	49
V11	Capacitación a los empleados	5	4	5	5	5	2	4	4	5	4	X	4	47
V12	Equipo de trabajo	3	3	3	3	3	2	2	2	5	5	5	X	36
TOTAL		39	38	40	40	43	27	41	49	43	42	33	27	482

- 3 Influencia directa fuerte:  
 2 Influencia directa medía:  
 1 Influencia directa débil o potencial:  
 0 Influencia nula:

RESUMEN	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12
MOTRICIDAD (Eje X)	46	37	45	42	46	17	16	31	50	49	47	36
DEPENDENCIA (Eje Y)	39	38	40	40	43	27	41	49	43	42	33	27

## Anexo G. Gráfico de variables



## Anexo H. Matriz de Actores

### CALIFICACIÓN DE ACTORES

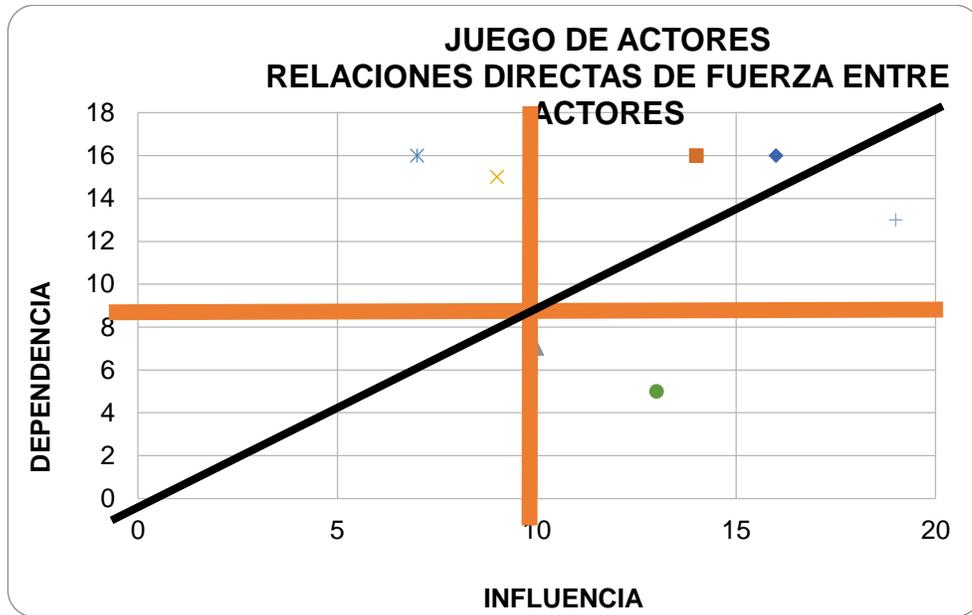
ACTORES		A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	TOTAL
A1	Gobierno local	X	4	0	5	3	0	2	14
A2	Gremios textiles	2	X	1	5	4	0	4	16
A3	Naturaleza	3	2	X	0	0	3	2	10
A4	Procredito	3	1	0	X	2	0	3	9
A5	Provedores	0	3	0	2	X	0	2	7
A6	Alcaldía de Cali	4	2	4	0	3	X	0	13
A7	Fenalco	4	4	2	3	4	2	X	19
<b>TOTAL</b>		<b>16</b>	<b>16</b>	<b>7</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>5</b>	<b>13</b>	<b>88</b>

12.6

- 4 El actor Ai puede cuestionar la existencia del actor Aj  
 3 El actor Ai puede cuestionar la misión del actor Aj  
 2 El actor Ai puede cuestionar los proyectos del actor Aj  
 1 El actor Ai puede cuestionar de manera limitada (durante algún tiempo o en algún caso en concreto) la operatividad del actor Aj  
 0 El actor Ai no tiene ninguna influencia sobre el actor Aj

RESUMEN	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7
INFLUENCIA (Eje X)	14	16	10	9	7	13	19
DEPENDENCIA (Eje Y)	16	16	7	15	16	5	13

Anexo I. Gráfica de Actores



Anexo J Ábaco de Regnier

Su base es la de los colores de un semáforo. Así, el verde quiere afirmar, el amarillo advierte y el rojo niega.

Afirmación	1	2	3
Para el año 2028 las maquinarias de alta tecnología tendrán una visión artificial, lo cual traerá para el comercio grandes ventajas.			
Al año 2028 la Importación de materia prima, se volverá crucial para llevar a cabo los procesos de mano de obra, y tendrán un menor costo.			
Para el año 2030 ser una empresa líder y referente en el ámbito logístico, donde se logren capacitaciones en el área logística.			
Mejorar los controles de procesos por medio de capacitaciones y eliminación de desperdicios para el año 2030 ser una empresa que aporte al medio ambiente y			
Al año 2029 lograr unificar todas las áreas de la empresa por medio de capacitaciones a los empleados ya que son el pilar para que se realice un buen funcionamiento.			

#### Anexo K DOFA

Fortalezas	Debilidades
<p>La diferenciación del producto (calidad)</p> <p>Precio competitivo</p> <p>Capacidad Productiva</p> <p>Conocimiento en la creación del producto y el negocio.</p> <p>Mano de obra calificada</p>	<p>Economías de escala</p> <p>Posicionamiento de marca, no hay plan de mercadeo</p> <p>No hay mucha disponibilidad financiera para efectuarse las inversiones requeridas</p> <p>Dirección estratégica</p>

Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<p>Tasas de interés bajas y estables por el Banco de la República.</p> <p>Aumento exportación por parte de micro, pequeñas y medianas empresas.</p> <p>Implementación de software para diseño propio.</p> <p>Reconocimiento del sector textil colombiano en otros países</p>	<p>F3F5F4O2O3 Penetración de nuevos mercados generado apalancamiento con nuevos diseños aprovechando la mano de obra calificada.</p> <p>Buscar alternativas de exportaciones a destinos estables, Investigación de mercado, Crecimiento en Colombia.</p>	<p>O1O2D1D23 Acceder a nuevos financiamientos con entidades bancarias dedicadas al apoyo del crecimiento de microempresas para invertir en tecnología de punta y ser más competitivos en el mercado nacional y al mismo tiempo promover la exportación generar reducción en tiempos de producción</p> <p>D4O4 Bajo el reconocimiento del sector textil colombiano mejorar los procesos de dirección en la organización. Establecer procesos actuales de planeación estratégica , los cuales nos garantice un control adecuado de su material de trabajo</p>
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<p>Tendencia de la economía mundial (dólar)</p>	<p>F1F2F5A2A4: Posicionar los productos a bajo costo que le permita ser más competitivos frente a las importaciones en el</p>	<p>D1D2D4A3A4 Establecer un direccionamiento estratégico que permita posicionar la marca y participar en economías de escala para mantener la</p>

<p>Incremento de la competencia, Crecimiento de la industria.</p> <p>Contrabando.</p> <p>Importaciones a precio dumping.</p>	<p>mercado, por medio de la diferenciación, conocimiento del sector para establecer precios competitivos y mitigar los precios dumping.</p>	<p>competitividad en cada uno de los procesos de la organización, mitigando los precios de contrabando y dumping, así se logrará mayor eficiencia, en términos de distribución, y producto, para así sobrepasar las debilidades con un modelo eficiente de planeación estratégica.</p>
--	---	--

Anexo L Cuadro de operacionalización de estrategias

OPERACIONALIZACION DE LA ESTRATEGIA						
Estrategia 1						
Penetrar el mercado objetivo mediante la personalización y la representación de realidad virtual.(F1,F3,O1,O4)						
OBJETIVO DE LARGO PLAZO	OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ACCIÓN	RESPONSABLE	INDICADORES	META	TIEMPO
CREACION DE VALOR DE MARCA Y DIFERENCIACION EN EL MERCADO	Realizar estrategias de marketing dijital 360 grados en plataformas como redes sociales e implementacion de pagina web	Aperturar cuenta de la empresa Confecciones DKCHE en Instagram, Facebook	GRUPO ADMINISTRATIVO Y COMUNICACIONAL	(cuenta de instagram , facebook )	100%	Inmediato
		Crear una pagina WEB de la empresa Confecciones DKCHE	GRUPO ADMINISTRATIVO Y COMUNICACIONAL	( Pagina WEB)	100%	Inmediato
		Realizar tarjetas de presentacion institucionales	GRUPO ADMINISTRATIVO Y COMUNICACIONAL	(Número de tarjetas entregadas/50 tarjetas programadas)x100	100%	Mensual
		Marketing PTL	GRUPO ADMINISTRATIVO Y COMUNICACIONAL	(Número de flyers impresos/100 Flyers programados)x100	100%	Inmediato
	Llegar a los cliente potenciales de la marca	Promocion de descuento por cumpleaños	VENDEDORES	Base de datos de los clientes	100%	Inmediato
		Consecucion de clientes mayoristas por fuera del punto de venta	GERENTE	Aumento de las ventas	100%	Mensual
OPERACIONALIZACION DE LA ESTRATEGIA						
Estrategia 2						
<b>O1O2D1D23</b> Acceder a nuevos financiamientos con entidades bancarias dedicadas al apoyo del crecimiento de microempresas para invertir en tecnología de punta y ser más competitivos en el mercado nacional y al mismo tiempo promover la exportación generar reducción en tiempos de producción por ende mayor productividad lo que se verá reflejado de igual forma en los costos de producción.Bajo el reconocimiento del sector textil colombiano mejorar los procesos de dirección en la organización. Establecer procesos actuales de planeación estratégica , loscuales nos garantice un control adecuado de su material de trabajo						
OBJETIVO DE	OBJETIVOS	ACCIÓN	RESPONSABLE	INDICADORES	META	TIEMPO
Incorporar elementos tecnologicos que permita el crecimiento de la empresa y la maximizacion de utilidades	Lograr establecer un plan de producción eficiente, que cumpla con las expectativas en términos de tiempo, calidad y diseño.	Planificar la calidad	Coordinador de produccion	Maquinaria adecuada, y en buen estado	1000%	Inmediato
		Disminuir los tiempo de produccion	Coordinador logistico	Contratacion de personal capacitado	100%	Inmediato
		Control de materia prima	Coordinador logistico	Visitas del area administrativa, donde se regule el control de la materia prima y	100%	Mensual
		Crear diseños exclusivos de la marca	Diseñador	Contar con personal creativo y tener en cuenta cada idea que se suministre	100%	Mensual
	Realizar un plan estrategico financiero, respondienddo a las exigencias del propietario , clientes y proveedores.	Buscar en las entidades financieras tasas de interes bajas	Area financiera	Lograr mantener actualizados y con contactos que puedan suministrar la informacion	100%	Mensual
		Cancelar los prestamos altos a corto plazo	Area financiera	Generar mayores ventas para no utilizar la productividad de la empresa	100%	Annual
OPERACIONALIZACION DE LA ESTRATEGIA						
Estrategia 3						
<b>F3F5F4O2O3</b> Penetración de nuevos mercados generado apalancamiento con nuevos diseños aprovechando la mano de obra calificada. Buscar alternativas de exportaciones a destinos estables, Investigación de mercado, Crecimiento en Colombia						
OBJETIVO DE LARGO PLAZO	OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ACCIÓN	RESPONSABLE	INDICADORES	META	TIEMPO
Lograr establecer un plan de produccion eficiente, que cumpla con las espectativas en terminos de tiempo , calidad y diseño.	Mantener nuestros productos acordes a las tendencias de moda.	Estar a la vanguardia	Diseñador	visitar diferentes entornos y saber que es lo que el publico quiere	100%	Annual
		Realizar encuestas por medio de redes sociales, preguntando que quieren los clientes	Grupo comunicacional	Lograr llegar a diferente publico, para obtener varias opiniones	100%	Mensual
		Realizar alianzas con otras marcas	Grupo administrativo	Posicionar la empresa dentro de la industria, para llegar a mas mercados.	100%	Annual
		Buen perfil de los vendedores	Recursos Humanos	Revisar minuciosamente los curriculum, de los aspirantes	100%	Annual
		No buscar una venta si no una buena experiencia	Recursos Humanos	Contratar personal apto para la atencion al publico	100%	Annual
	Ofrecer un servicio satisfactorio al cliente	Utilizar lenguaje apropiado	Grupo administrativo	Lograr una comunicacion asertiva	100%	Annual
		Aplicar una excelente exhibición comercial de la empresa.	Grupo administrativo y recursos humanos	Capacitar a los empleados para que todos tengan la capacidad de poder publicitar la empresa	100%	Annual

