
ERRETERÍA
Todo Materiales JM
Nit. 1.065.918.564-0

Diseño de Plan Estratégico En La Ferretería Todo Materiales JM en Aguachica Cesar

Valentina Fajardo Uribe

Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica
Dirección de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas
Programa de Administración de Empresas
Aguachica Cesar
2023

Diseño de Plan Estratégico En La Ferretería Todo Materiales JM en Aguachica Cesar

Valentina Fajardo Uribe

Kennia Escobar Ruiz
Asesor de prácticas

Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica
Dirección de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas
Programa de Administración de Empresas
Aguachica Cesar
2023

Dedicatoria

Inicialmente quiero extender mi mayor agradecimiento al todopoderoso que reina en los cielos, por dotarme con los conocimientos requeridos para realizar el informe de prácticas con el fin de culminar la carrera profesional, de igual manera me siento afortunado por contar con el apoyo y compañía de mis padres que han sido el pilar fundamental para no desistir ante las adversidades que se han presentado en la trayectoria de la carrera, así mismo estaré en deuda con la universidad por brindarme la formación académica y potencializar mis habilidades y talentos para caracterizarme por ser competente en el mundo laboral.

Tabla de contenido

Introducción 11

CAPÍTULO 1 12

1. Aspectos básicos de la empresa 12

1.1 Actividad económica que desarrolla la empresa 14

1.2 Misión 14

1.3 Visión 15

1.4 Políticas 16

1.5 Valores 18

1.6 Organigrama 20

1.7 Área específica de la práctica 23

1.8 Actividades específicas de la práctica profesional 23

CAPÍTULO 2 25

2. Actividades específicas de la práctica profesional 25

2.1 Nombre del trabajo 25

2.2 Diagnóstico 25

2.3 Justificación 26

2.4 Objetivos 28

2.4.1 Objetivo General 28

2.4.2 Objetivos específicos 28

2.5 Plan de actividades 28

CAPÍTULO 3 30

3. Desarrollo de la práctica 30

3.1 Desarrollo de objetivo específico: 1 Realizar un diagnóstico de la Ferretería Todo Materiales JM y del área de la practica 30
3.1.1 Evaluación de factores externos 30
3.1.2 Evaluación de factores internos 33
3.2 Desarrollo de objetivo específico: 2 Elaborar el plan estratégico de la Ferretería Todo Materiales JM 36
3.3 Desarrollo de objetivo específico: 3 Socializar el plan estratégico a las partes involucradas de la Ferretería Todo Materiales JM 39
Conclusiones 43
Recomendaciones 45
Bibliografía 47
Anexos 49

Lista de figuras

Figura 1. Fachada de la empresa 13

Figura 2. Estructura Organizacional Propuesta 21

Lista de tablas

Tabla 1. Análisis DOFA 25

Tabla 2. Plan de actividades general 29

Tabla 3. Matriz de evaluación de factores externos 31

Tabla 4. Matriz de evaluación de factores internos 35

Glosario

Coordinar: Se basa específicamente en la acción de apoyarse bajo lineamientos para dirigir correctamente las actividades u objetivos que están en consecución de un mismo objetivo (Bernal, 2015).

Empresa. Para Rodríguez (1985) la definición de empresa es: "la empresa es una entidad económica destinada a producir bienes, venderlos y obtener un beneficio. Las empresas son el principal factor dinámico de la economía de una nación y constituyen a la vez un medio de distribución que influye directamente en la vida privada de sus habitantes". Si bien es cierto para la sociedad existe la necesidad que el gremio comercial estén en constante innovación y adaptabilidad a las nuevas tendencias que demanda el mercado, encaminado a velar y responder por el bienestar y preferencias de los clientes (Hidalgo, 2016).

Estrategia. Son identificadas por las organizaciones como plan de acciones que se plantean con el fin de lograr las metas establecidas por las directrices administrativas y sean aplicados en cada uno de los procesos en relación con la visión estratégica de la empresa (Bernal, 2015).

Mejora Continua. Para toda organización es un desafío estar en constante evolución dentro de sus procesos administrativos, para la cual se identifiquen falencias en los mismos y se proponen implementar las respectivas ideas que aseguren el progreso de la compañía y no un atraso en la operatividad en general (Kotler, 2020).

Misión. En el mundo de la empresa, la misión es entendida comúnmente como el "para que", la razón de ser de la organización. La cuestión de la misión se sitúa en un plano trascendente:

plantear la misión de la empresa es equivalente a la pregunta que un individuo puede hacerse acerca de la razón de su propia existencia. (Campbell & Nash, 1992)

Objetivo. Un objetivo orienta las acciones, precisa de qué manera se procederá y declara la finalidad de emprender tal proceso: solucionar una situación, aportar o contribuir en el desarrollo y crecimiento de cierta área del conocimiento. (Ramirez Gonzales , 2017)

Es por tanto que, al implementar la definición de objetivo en la disciplina de las organizaciones, hace énfasis en lo que se planea inicialmente para enfocarse por medio del trabajo colectivo al logro final de esas metas fijadas en pro de crecimiento de las mismas.

Organigrama: Los Organigramas dentro de las empresas son las representaciones de la estructura organizacional por orden jerárquico de todas las áreas, también pueden ser creados por funciones. Estos permiten identificar como está construida la empresa y contribuye al desarrollo de los procesos (Robbins, 2010).

Plan. Son aquellos procedimientos que se ejecutan con el fin de cumplir a cabalidad objetivos establecidos, mediante una planificación previa analizado y estimando todos los factores interventores (Robbins, 2010).

Introducción

La planeación estratégica es un proceso sistemático y continuo que se utiliza para definir la dirección, los objetivos y las acciones necesarias para alcanzar los objetivos a largo plazo de una organización. La planeación estratégica es importante para cualquier organización, ya que ayuda a establecer una visión clara, a definir objetivos realistas y alcanzables, y a establecer una hoja de ruta para lograrlos. En una sociedad tan cambiante es de carácter imprescindible que las organizaciones estén dispuestas a interactuar con las tendencias requeridas por el mercado, por lo cual se convierte en el objetivo principal para el presente trabajo, realizar la planeación estratégica de la empresa Ferretería Todo Materiales JM.

En el siguiente trabajo se deriva la realización de las practicas curriculares en la empresa "Ferretería Todo Materiales JM" esta organización cuenta con un punto de venta en el sur del Cesar que se dedica a la venta de materiales para la construcción, ferretería bricolaje y acabados en general, una micro empresa caracterizada por su gran trayectoria en la región y aporte al desarrollo empresarial que gestiona desde su actividad económica a la generación de empleo, creciendo notoriamente como una empresa solidificada.

Este apartado tiene como finalidad presentar los resultados finales en las prácticas curriculares para ello se hace necesario que a la empresa en mención se le realice los respectivos aportes que, desde los conocimientos adquiridos en la carrera, se logre analizar e identificar las falencias y oportunidades que se encuentran en el entorno, a partir de ello se proponen las recomendaciones requeridas en pro de adoptar el plan estratégico en la empresa Ferretería Todo Materiales JM.

CAPÍTULO 1

1. Aspectos básicos de la empresa

Ferretería Todo Materiales JM, se identifica como una prestigiosa micro empresa reconocida por su trayectoria en el sector comercial, con intereses de aportar al desarrollo y crecimiento económico, dentro de su actividad económica está la distribución de materiales para la construcción y remodelación en general, esta se encuentra ubicada en Aguachica, Cesar y es administrada por el Señor Julio Mario Martínez Álvarez quien actualmente es estudiante de la Universidad Popular del Cesar quien con disciplina y esmero ha logrado surgir con su emprendimiento brindando una amplia línea en productos en ferretería de calidad para la comunidad en general y cuenta con un equipo de colaboradores conformado por el gerente, una asesora comercial, un auxiliar de bodega y un domiciliario, quienes desde sus funciones buscan cumplir con las necesidades y expectativas de los clientes haciendo ameno su visita en las instalaciones del establecimiento de comercio.

Su nombre comercial es Todo Materiales JM, con certificado de cámara de comercio como persona natural a nombre de su gerente y propietario Julio Mario Martínez Álvarez con NIT 1065918564-0, quien, con sus conocimientos empíricos, académicos y su amplia experiencia de trabajo ha generado desarrollo de la empresa. El local comercial se encuentra dentro de las instalaciones ubicado en la calle 5 # 26-73 barrio La Victoria en Aguachica, Cesar, con número de celular. 3148094530 y email- julioto9999@gmail.com, cuenta con un amplio espacio y dos bodegas de inventario, suficientes para el abastecimiento de los clientes. Ferretería Todo

Materiales JM, se caracteriza por ofrecer un excelente servicio al cliente y ser resolutivos ante las necesidades y preferencias de los consumidores.

Así mismo, se evidencia de acuerdo a Cámara de Comercio que Todo Materiales JM cuenta con un activo total de $6.350.000 y es considerada dentro del grupo 3 como microempresa, las cuáles, de acuerdo a las NIIF, "son las empresas que tienen activos totales de 500 SMMLV y que cuentan con una planta de trabajadores de máximo 10 personas y que, al mismo tiempo, no cumplen con los requerimientos para pertenecer al grupo 2 NIIF" (Siigo, 2019).

Figura 1. Fachada de la empresa



Fuente: Autor

1.1 Actividad económica que desarrolla la empresa

Ferretería Todo Materiales JM está legalmente conformada como lo determina la DIAN y Cámara de comercio, reuniendo las siguientes actividades, según código 4752:

La fabricación de productos de madera no clasificados en otra parte, tales como: herramientas; monturas y mangos de cepillos; escobas; paraguas; bastones y similares; estatuillas y otros objetos ornamentales en madera; perchas para ropa; artículos de marquetería (ej.: marcos de madera para espejos y fotos) y taracea; baúles; joyeros; estuches para cubertería y artículos similares; utensilios de cocina y para uso doméstico; persianas venecianas; mobiliario del tipo aplique como percheros para ropa y sombreros y para empotrar como armarios para cocina y bibliotecas, pero que no se consideran como muebles en pie.

La fabricación de hormas y tensores de madera para zapatos y botas.

La fabricación de tapas, canillas, bobinas, carretes y artículos similares de madera torneada utilizados para el enrollado de hilos y alambres.

La fabricación de otros artículos de madera no clasificados en otra parte.

1.2 Misión

El punto de llegada debe plantearse desde el principio para no correr el riesgo de caer en la improvisación, en reproceso o retrocesos que dilatan y generan incertidumbre. Así mismo, la misión también ayuda a establecer la dirección estratégica de la empresa. Ayuda a la empresa a definir sus objetivos y metas a largo plazo y a establecer un plan de acción para alcanzarlos. Al

tener una visión clara de su propósito y objetivos, la empresa puede tomar decisiones estratégicas más informadas y eficaces.

La empresa no cuenta con una misión planeada y formulada como parte de la estrategia de la organización, lo que representa un aspecto negativo de la empresa, para ello, se propone la siguiente:

Microempresa de la región del cesar, dedicada a la comercialización y satisfacción de las necesidades de productos para el área de la construcción y demás actividades concernientes, caracterizada por ofrecer un portafolio de artículos diferenciador en calidad y precio, por lo cual ha logrado su posicionamiento y sostenibilidad en el mercado competitivo.

Análisis:

Se propone dicha misión con el objetivo puntual de identificar y brindarle la respetiva representación que merece la empresa en mención, en pro de reconocerle su esfuerzo y dedicación en aporte al crecimiento comercial de la región y posicionarla en el mercado para el logro de fidelización por parte de la comunidad.

1.3 Visión

Según Torrez (2014) la visión establece la dirección en la que la empresa quiere avanzar a largo plazo. Proporciona un punto de referencia para todos los empleados y stakeholders y les ayuda a entender hacia dónde se dirige la empresa. Esto ayuda a la empresa a tomar decisiones más informadas y eficaces para lograr sus objetivos a largo plazo.

La empresa no cuenta con una visión planeada y formulada como parte de la estrategia de la organización, para ello, se plantea la siguiente:

Ser reconocidos para el año 2027 como una empresa líder en la región, con diversas sucursales que abarque un gran mercado en pro de generar valor diferenciador por el abastecimiento total en esta área comercial, así mismo, distinguirse por ofrecer un servicio al cliente excepcional por su empatía y responsabilidad en la satisfacción de los clientes, como resultado de este, que logre captar la atracción de la comunidad en general.

Análisis:

Se opta por proponer la misión en mención, con el objetivo de situar a la empresa en los escenarios futuristas que inicialmente son planteados con objetivos colectivos y medidos de manera gradual, para colocar el mayor esfuerzo y compromiso por parte de los colaboradores en busca de posicionar a la microempresa como una organización formal que establece lineamentos corporativos..

1.4 Políticas

La Ferretería Todo Materiales JM es una empresa dedicada a la comercialización y distribución de materiales para la construcción y remodelación, donde el producto llega hasta la empresa o el hogar del cliente, se encuentra comprometida con satisfacer las necesidades de las partes interesadas mediante un servicio excepcional, eficaz y solidario.

Por lo cual se encamina hacia el compromiso como empresa frente a la sociedad, sus clientes y el contexto de la organización, es por tanto que son conscientes de la importancia en de brindar el mejor servicio y ofrecer la mejor calidad en cuanto a los productos en demanda por el mercado, se evidencia que la empresa no cuenta con una planeación estratégica que involucre la política dentro de ella, por lo tanto, fue necesaria la elaboración de esta. Para ello se proponen las políticas que van acorde a las necesidades de la empresa, las cuales deben ser utilizadas para definir e implementarlas en cada una de sus áreas.

- ✓ Ofrecerles a los colaboradores las respectivas capacitaciones en las diferentes áreas de operación tales como: servicio al cliente, contabilidad, facturación, inventario y portafolio de productos.
- ✓ Realizar un estudio de proveedores potenciales que garanticen la calidad y sostenibilidad económica de los clientes, con el objetivo principal de cumplir a cabalidad los requerimientos y exigencias del mercado en general.
- ✓ Identificar el mercado potencial para lograr la fidelización de los clientes a través de la implementación de un servicio al cliente adecuado y el personal capacitado para la realización eficaz en las actividades operativas.
- ✓ Generar un aseguramiento de la salud de los trabajadores a través de actividades encaminadas a la promoción y prevención de riesgos laborales, con el fin de concientizarles de velar por el cuidado su integridad física.

Análisis:

Dentro de las políticas planteadas la idea de proponer estas políticas para la micro empresa Todo Materiales JM, es con el fin de que se puedan encaminar a la planeación estratégica, en consecución al logro de objetivos a través de la aplicación en los procesos de calidad, capacitaciones, integridad física y el servicio al cliente.

Con relación a esto se hace indispensable el identificar las amenazas y debilidades frente al entorno donde desempeñan sus actividades operativas, que de cierta manera son las fuentes primordiales para ser la razón de ser y el sostenimiento de la organización. No obstante, se debe tener presente que la falta de implementación de indicadores repercute en gran manera, por lo que genera un estancamiento en la dinámica de toda la empresa afectando los demás procesos en las áreas concernientes. Por ende, se deben proponer estrategias que sean medibles para corregir y mejorar en cada una de los departamentos.

1.5 Valores

ORIENTACIÓN AL SERVICIO: Orientamos nuestras actividades al servicio, para el cual se enfocan todos los recursos en aras de satisfacer las necesidades de los clientes.

CALIDAD: Nos esmeramos por brindar productos y servicios de excelente calidad cumpliendo con los estándares nacionales lo que garantiza a los clientes seguridad y confianza.

LIDERAZGO: Habilidad para transmitir una visión de la estrategia establecida, entregando lineamientos claros y precisos para la consecución de los objetivos trazados para el equipo.

TRANSPARENCIA: Transparencia en todos nuestros procesos diciendo siempre la verdad a nuestros clientes.

TRABAJO EN EQUIPO: Orientamos nuestras actividades al trabajo en equipo.

DE CONTEXTO: Capacidad para analizar el entorno del mercado con el fin de diseñar estrategias de ventas que se adapten al mercado.

RESPETO: Valor que tiene como consecuencia la consideración y el reconocimiento sobre la excelencia de alguna persona.

PUNTUALIDAD: Asistimos a nuestros compromisos con premura respetando el tiempo de nuestros clientes ya sea en atención o el envío de productos.

TOLERANCIA: Basada en el respeto, es un valor que implica el reconocimiento de las diferencias inherentes en la naturaleza humana, y como tal el respeto íntegro a la otra persona y aquello que es diferente de lo propio.

Análisis:

Dentro del desarrollo de las actividades diarias de toda organización es de carácter prioritario que las organizaciones contemplen y tengan establecidos los valores colectivos que los caracteriza como un equipo de trabajo en el cual mantienen un ambiente de trabajo indicado bajo

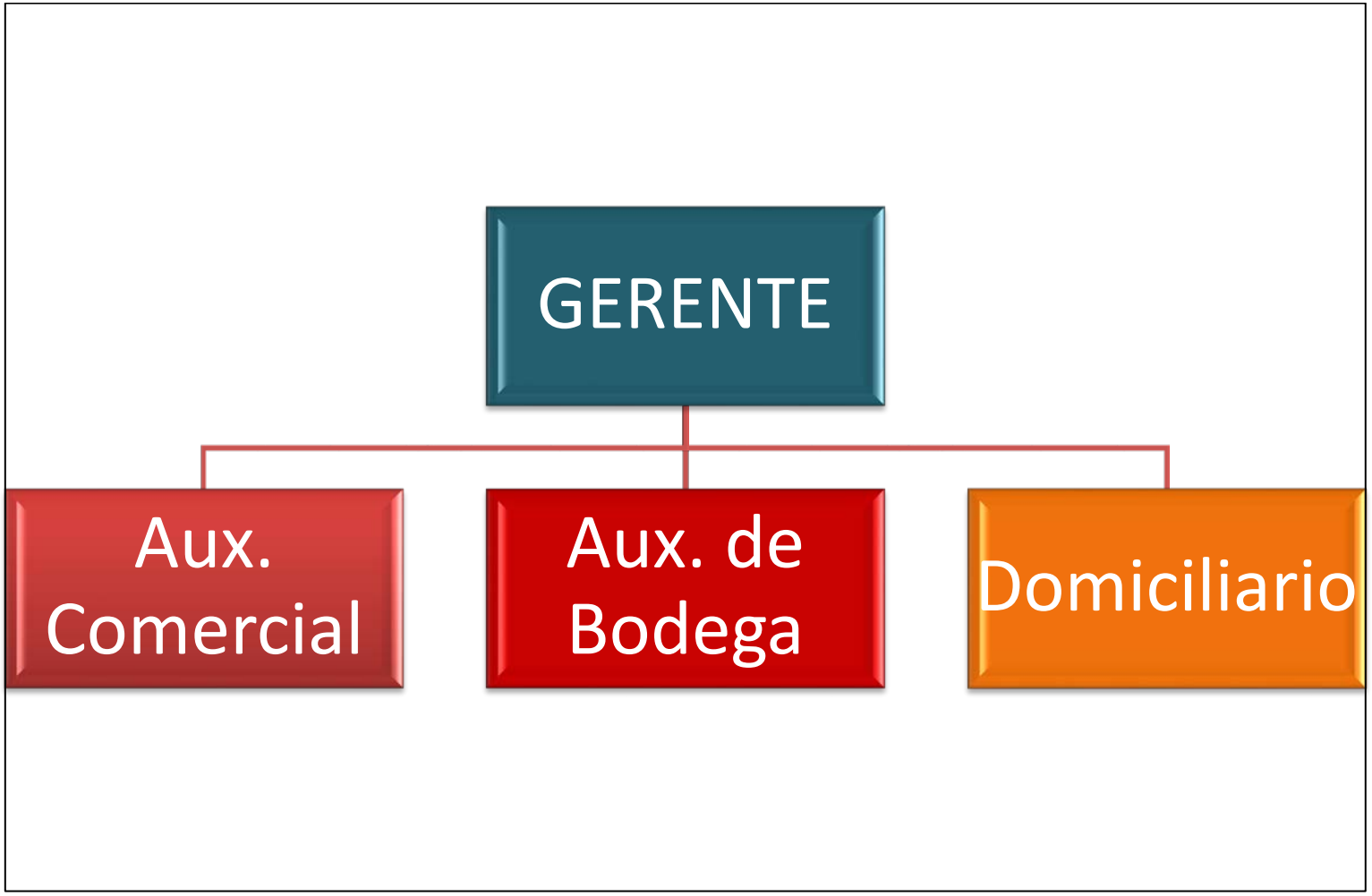
los derechos y deberes a los cuales pertenecen como colaboradores. Es, por tanto, que se considera que los valores corporativos que tiene la empresa permiten generar un trabajo colectivo para el buen funcionamiento, brindando una mejor atención, con miras a dar solución y respuesta a los requerimientos y necesidades del cliente.

Por ende cada empleado debe acoplarse a cada uno de los valores anteriormente mencionados, de tal manera que estén comprometidos a aplicarlos en las áreas que desempeñan es así que deben adquirir disciplina para obtener los mejores resultados, en compromiso directo por ofrecer lo mejor de cada uno a la empresa y los clientes, promoviendo la convivencia, respetando a cada una de las partes interesadas, demostrando en cada servicio el valor agregado que los caracteriza como una empresa que promueve los procesos administrativos y por ende el desarrollo de estos.

1.6 Organigrama

La estructura organizacional es la manera de darle un orden lógico a la organización en cuanto a su diseño administrativo, contribuyendo a la identificación de funciones y líneas de mando de acuerdo a cada uno de los objetivos propuesto en las diferentes áreas establecidas en la organización, así mismo, permite ubicar y entender fácilmente como se encuentra organizada la empresa.

Figura 2. Estructura Organizacional Propuesta



Fuente: Autor, 2023

En la empresa Todo Materiales JM, su organigrama está estructurado de tipo vertical, debido a la dimensión empresarial, siendo esta actualmente una micro empresa, sin embargo, con relación a su actividad económica es posible que se logre comprender de manera rápida y captar su entendimiento. Se deja en salvedad que es imprescindible que se mantenga constantemente actualizado. El organigrama en mención está establecido de la siguiente manera:

Gerente: Es el propietario y administrador a su vez, quien es el representante legal se encarga de planear, dirigir y controlar las actividades de cada área de la empresa, aporta el capital y las estrategias encaminados al logro de las metas establecidas.

Aux. Comercial: En esta área se atribuye las funciones y responsabilidades de generar ventas con el fin de incrementar la rentabilidad y utilidades de la empresa, debe complementar su cargo con una excelente actitud, adaptabilidad a los cambios, servicio al cliente y comunicación asertiva.

Aux. de Bodega: Es el empleado encargado de controlar las entradas y salidas del inventario, así mismo debe mantener las instalaciones de la bodega en óptimas condiciones para el almacenamiento de la mercancía y actualizar diariamente el inventario.

Domiciliario: Es el colaborador encargado de organizar y dirigir las rutas de entrega como pedidos solicitados, confirmar la relación de mercancía y brindar un excelente servicio a los clientes en las entregas oportunas.

1.7 Área específica de la práctica

El estudiante realiza las prácticas curriculares en la micro empresa Todo materiales JM, en la cual desempeña funciones en función de practicante en el área de administración, facturación y control de inventario, bajo la dirección del gerente y administrador encargado de nombre Julio Mario Martínez Álvarez. En esta área de bodega cuenta con dos colaboradores quien es el auxiliar de bodega y el comercial.

1.8 Actividades específicas de la práctica profesional

Para el desarrollo y logro de las prácticas curriculares el estudiante tuvo que realizar las siguientes funciones:

Propuesta de planeación estratégica

Analizar e identificar las debilidades, fortalezas y oportunidades halladas en el entorno

Plantear las características que hacen distintivo a la empresa en estudio del mercado competitivo

Proponer las estrategias indicadas que aporten a la mejora y crecimiento paulatino en cada uno de los procesos de la empresa

A partir del desarrollo de las prácticas se comprende y espera que el estudiante en formación logre aportar significativamente sus conocimientos adquiridos en su formación académica, en este caso se hace énfasis en la planeación estratégica que la empresa en mención no tiene implementada actualmente, es por tanto que el fin de dicho método a realizar requiere establecer la estructura formal de todos los

procesos activos y como estos a su vez son indispensables en su consecución para el sostenimiento de la Ferretería Todo Materiales JM, generando los mejores efectos en las operaciones.

El fin de la investigación permitió evidenciar el punto situacional como se encuentra la empresa y a partir de ello establecer los indicadores y estrategias que conlleve al crecimiento, logro de sus objetivos, como también la sostenibilidad junto con la adaptación a los nuevos cambios en el que el mercado global los enfrenta, para desafiarlos a unificarse como una organización líder en la región.

CAPÍTULO 2

2. Actividades específicas de la práctica profesional

2.1 Nombre del trabajo

Diseño de Plan Estratégico en la Ferretería Todo Materiales JM en Aguachica Cesar

2.2 Diagnóstico

Para dar a conocer las condiciones de infraestructura, tecnología, procesos y equipamiento de la Ferretería Todo Materiales JM, se realizó un análisis de las oportunidades y amenazas del ambiente externo, las fortalezas y debilidades de los aspectos internos de la organización que afectan o favorecen a la organización.

Tabla 1. Análisis DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
➢ Talento humano capacitado y comprometido ➢ Compromiso de la dirección ➢ Imagen y experiencia con el mercado positiva ➢ Servicio al cliente óptimo ➢ Portafolio amplio de productos. ➢ Variedad en descuentos constantemente ➢ Facilidad de pago	➢ Carencia en la formulación estratégica de la empresa ➢ No se cuenta con procedimientos estandarizados ➢ Espacio reducido ➢ Falta de iluminación ➢ Falta de seguimiento las estrategias comerciales (redes sociales y publicidad) ➢ Falta de control de los empleados

➢ Sistemas de información contables y de inventarios	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
➢ Alianzas estratégicas. ➢ Capacitaciones y asesorías brindadas por institutos en la ciudad y región. ➢ Incremento de clientes en el municipio ➢ Avances tecnológicos. ➢ Oportunidades de créditos para el crecimiento empresarial. ➢ Nuevas herramientas comerciales	➢ La aparición de nuevos productos ilegales. ➢ Inseguridad ➢ Alta perdida de capital por créditos a los clientes ➢ Aparición de nuevos competidores con precios más económicos en sus productos. ➢ Nuevas políticas a los comerciantes.

Fuente: Autor

2.3 Justificación

La planificación estratégica es una práctica ampliamente utilizada en el mundo empresarial y se ha demostrado que es esencial para el éxito y la supervivencia de una organización a largo plazo. La teoría de la planificación estratégica se basa en la premisa de que una organización debe definir claramente su propósito, establecer objetivos y metas específicas y desarrollar un plan de acción para alcanzarlos. Esto implica una evaluación cuidadosa de su entorno interno y externo, identificando sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (David, 2017).

Según la teoría de la planificación estratégica, un Plan Estratégico bien diseñado puede ayudar a la organización a aumentar su eficiencia y eficacia, reducir los riesgos y mejorar su rendimiento financiero. El Plan Estratégico proporciona una hoja de ruta clara para la toma de decisiones y la

asignación de recursos, lo que ayuda a la organización a centrarse en sus objetivos a largo plazo mientras se adapta a los cambios en el mercado (Grant, 2019).

Además, la planificación estratégica puede ayudar a las organizaciones a mantener su ventaja competitiva y a responder a las cambiantes necesidades de los clientes y del mercado. Al definir claramente su propósito y establecer objetivos y metas específicas, las organizaciones pueden enfocarse en sus fortalezas y aprovechar las oportunidades de crecimiento para mantener su posición de liderazgo en el mercado (Porter, 2008). Por lo tanto, el diseño de un Plan Estratégico para la Ferretería Todo Materiales JM en Aguachica Cesar es fundamental para su éxito a largo plazo y para mantener su posición en el mercado.

La planificación estratégica también permitirá a la empresa establecer un marco para la toma de decisiones y la asignación de recursos a corto y largo plazo, lo que aumentará la eficiencia y eficacia de las operaciones y reducirá el riesgo de pérdidas financieras.

El éxito de la Ferretería Todo Materiales JM en Aguachica Cesar puede mejorar su reputación y prestigio en la comunidad local. Esto puede fortalecer las relaciones de la empresa con sus clientes y otros miembros de la comunidad, lo que puede tener un impacto positivo en el bienestar social y el sentido de pertenencia de la comunidad. Igualmente, la implementación exitosa de un Plan Estratégico puede ayudar a la Ferretería Todo Materiales JM a expandirse y crecer, lo que a su vez puede crear empleos y oportunidades económicas para la comunidad local.

Desde el punto de vista metodológico, un Plan Estratégico implica un enfoque sistemático y estructurado para la toma de decisiones empresariales. Esto ayuda a la Ferretería Todo Materiales JM a identificar sus fortalezas y debilidades internas, así como las oportunidades y amenazas externas, lo que

a su vez ayuda a establecer objetivos y estrategias claras y coherentes. Adicional a ello, implica la participación de múltiples partes interesadas, incluyendo empleados, gerentes, clientes, proveedores y otros miembros de la comunidad. Esto puede mejorar la calidad del proceso de planificación y aumentar el compromiso de los participantes con los objetivos y metas a largo plazo de la empresa.

2.4 Objetivos

2.4.1 Objetivo General

Diseñar el Plan Estratégico en la Ferretería Todo Materiales JM en Aguachica Cesar

2.4.2 Objetivos específicos

Realizar un diagnóstico de la Ferretería Todo Materiales JM y del área de la practica

Elaborar el plan estratégico de la Ferretería Todo Materiales JM

Socializar el plan estratégico a las partes involucradas de la Ferretería Todo Materiales JM

2.5 Plan de actividades

Tabla 2. Plan de actividades general

MESES	**FEBRERO**				**MARZO**				**ABRIL**				**MAYO**				**JUNIO**			
SEMANAS	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Inducción y conocimiento de la empresa																				
Asesoría con docente asignado																				
Realizar un diagnóstico de la Ferretería Todo Materiales JM y del área de la practica																				
Elaborar el plan estratégico de la Ferretería Todo Materiales JM																				
Socializar la estrategia con la dirección y partes involucradas de la Ferretería Todo Materiales JM																				
Presentación de informe de prácticas y sustentación del mismo																				

Fuente: Autor

CAPÍTULO 3

3. Desarrollo de la práctica

3.1 Desarrollo de objetivo específico: 1 Realizar un diagnóstico de la Ferretería Todo Materiales JM y del área de la practica

Con el fin de realizar un análisis de tipo metodológico, se profundizó cada punto de acuerdo a la información recolectada en la empresa así:

3.1.1 Evaluación de factores externos

Oportunidades

- La empresa tiene la posibilidad de formar alianzas con proveedores y otros actores del sector para fortalecer su posición en el mercado.
- Hay varios institutos y organizaciones en la región que ofrecen capacitaciones y asesorías para mejorar la gestión empresarial.
- El crecimiento demográfico y económico de la región representa una oportunidad para atraer a más clientes.
- Los avances tecnológicos podrían permitir a la empresa mejorar su eficiencia operativa y la experiencia de sus clientes.
- La empresa podría aprovechar diversas oportunidades de crédito para financiar su crecimiento.

Amenazas

- El surgimiento de productos ilegales en el mercado puede dañar la reputación del sector y causar pérdidas a las empresas que venden productos legales.
- La inseguridad en la región podría afectar las operaciones de la empresa y la seguridad de sus empleados y clientes.
- La empresa enfrenta el riesgo de sufrir pérdidas significativas debido a créditos incobrables.
- El surgimiento de nuevos competidores con precios más bajos podría erosionar la base de clientes de la empresa.
- Cambios en las políticas gubernamentales podrían afectar las operaciones de la empresa, especialmente si implican nuevos impuestos o regulaciones.

La Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE) es una herramienta analítica que permite evaluar las oportunidades y amenazas en el entorno de una organización. Esta matriz utiliza una escala de 1 a 4 para evaluar la importancia de cada factor (siendo 1 menos importante y 4 más importante) y luego pondera el puntaje de cada factor basado en cómo la organización está respondiendo a este (siendo 1 una respuesta pobre y 4 una respuesta excelente).

Tabla 3. Matriz de evaluación de factores externos

Factores Externos	**Peso**	**Calificación**	**Puntuación Ponderada**
Oportunidades			
Alianzas estratégicas con proveedores	0.15	3	0.45
Capacitaciones y asesorías disponibles	0.10	3	0.30

Incremento de clientes en el municipio	0.20	2	0.40
Avances tecnológicos en la industria ferretera	0.15	2	0.30
Oportunidades de crédito para crecimiento	0.10	3	0.30
Amenazas			
Aparición de productos ilegales	0.10	2	0.20
Inseguridad en la región	0.10	2	0.20
Pérdida de capital por créditos a los clientes	0.10	2	0.20
Competidores con precios más económicos	0.10	2	0.20
Nuevas políticas a los comerciantes	0.10	2	0.20
Total	1.00		2.75

Fuente: Autor

Un total por debajo de 2.5 (sobre 4) en la matriz MEFE sugiere que la organización no está respondiendo eficazmente a las oportunidades y amenazas en su entorno. En este caso ficticio, Ferretería Todo Materiales JM tiene una puntuación de 2.75, lo que indica que hay margen de mejora en su respuesta a las oportunidades y amenazas externas.

De acuerdo con el análisis de la Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE), la Ferretería Todo Materiales JM muestra una respuesta moderada frente a las oportunidades y amenazas presentes en su entorno. Su puntaje total es de 2.75 sobre 4, lo que indica que, aunque la organización está aprovechando de manera razonable las oportunidades y enfrentando las amenazas, aún hay margen para mejorar.

En el caso de las oportunidades, la organización parece estar aprovechando en particular las alianzas estratégicas y las oportunidades de crédito para el crecimiento empresarial, lo que se refleja en

sus calificaciones más altas. Sin embargo, se identifica que la empresa tiene un espacio de mejora en el manejo de los avances tecnológicos y en capitalizar el incremento de clientes en el municipio, donde las calificaciones son más bajas.

En términos de amenazas, la Ferretería Todo Materiales JM parece estar respondiendo de manera similar a todas ellas, sin embargo, no sobresale en ninguna, lo que sugiere que se pueden fortalecer las estrategias de gestión de estas amenazas. La aparición de productos ilegales, la inseguridad en la región, la pérdida de capital por créditos a los clientes, la competencia de precios y las nuevas políticas a los comerciantes son áreas donde se puede mejorar la gestión para minimizar su impacto en la empresa.

En general, es importante para la Ferretería Todo Materiales JM seguir evaluando su entorno y adaptando sus estrategias para maximizar las oportunidades y minimizar las amenazas. Esto puede incluir buscar nuevas alianzas, mejorar las habilidades y el conocimiento del equipo para aprovechar los avances tecnológicos, y desarrollar planes de contingencia para manejar las amenazas de forma más efectiva.

3.1.2 Evaluación de factores internos

Fortalezas

- La empresa tiene un programa de formación continua que permite mantener el talento humano actualizado en cuanto a conocimientos y habilidades.
- La dirección ha demostrado una fuerte participación en todas las actividades de la empresa, lo que refuerza el compromiso con la calidad y el servicio.
- Gracias a una estrategia de branding efectiva, la empresa goza de buena reputación y reconocimiento en la comunidad local.

- La empresa ha implementado un sistema de atención al cliente que se destaca por su eficiencia y amabilidad.
- El portafolio de productos es diverso, contando con elementos de todas las categorías necesarias en una ferretería, desde pinturas hasta herramientas y materiales de construcción.
- La empresa ofrece descuentos y promociones de manera regular, lo que atrae a los clientes.
- Los sistemas de información de la empresa son robustos y permiten un seguimiento adecuado del inventario y las operaciones contables.

Debilidades

- La empresa no cuenta con una estrategia clara a largo plazo, lo que limita su capacidad para anticiparse a los cambios del mercado y planificar adecuadamente.
- La falta de procedimientos estandarizados puede llevar a inconsistencias en el servicio y a una eficiencia operativa reducida.
- El espacio físico de la ferretería es limitado, lo que puede causar problemas de almacenamiento y dificultar la experiencia de compra de los clientes.
- La iluminación de la tienda no es suficiente, lo que puede afectar la presentación de los productos y la comodidad de los clientes y empleados.
- La empresa no está aprovechando al máximo las oportunidades de marketing digital, con una presencia limitada en las redes sociales.

La Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI) se utiliza para evaluar las fortalezas y debilidades de una organización. Al igual que la matriz MEFE, esta matriz utiliza una escala de 1 a 4 para evaluar la importancia de cada factor y luego pondera el puntaje de cada factor basado en qué tan bien la organización está aprovechando o superando este factor.

Tabla 4. Matriz de evaluación de factores internos

Factores Internos	**Peso**	**Calificación**	**Puntuación Ponderada**
Fortalezas			
Programa de formación continua	0.15	4	0.60
Participación activa de la dirección	0.10	4	0.40
Reputación y reconocimiento positivo	0.15	3	0.45
Sistema de atención al cliente eficiente	0.15	3	0.45
Portafolio diverso de productos	0.15	3	0.45
Ofertas y descuentos regulares	0.10	3	0.30
Sistemas de información robustos	0.10	3	0.30
Debilidades			
Falta de estrategia a largo plazo	0.10	2	0.20
Falta de procedimientos estandarizados	0.10	2	0.20
Espacio físico limitado	0.10	2	0.20
Iluminación insuficiente	0.05	2	0.10
Presencia limitada en redes sociales	0.05	2	0.10
Total	1.00		3.45

Fuente: Autor

La puntuación total de 3.45 (sobre 4) en la matriz MEFI sugiere que la Ferretería Todo Materiales JM está gestionando de manera efectiva sus fortalezas y debilidades internas.

En cuanto a las fortalezas, el programa de formación continua y la participación activa de la dirección son áreas en las que la organización destaca particularmente. Estas fortalezas indican que la empresa tiene un fuerte compromiso con la formación y el desarrollo de su personal, así como un liderazgo activo y comprometido. Además, la reputación y reconocimiento positivo, el sistema eficiente de atención al cliente, la diversidad del portafolio de productos y la oferta de descuentos regulares, junto con sistemas de información robustos, son factores que contribuyen a la fortaleza interna de la organización.

Por otro lado, la falta de estrategia a largo plazo, la falta de procedimientos estandarizados, el espacio físico limitado, la iluminación insuficiente y la presencia limitada en redes sociales representan debilidades significativas para la empresa. Es importante que la empresa desarrolle una estrategia a largo plazo clara y estandarice sus procedimientos para mejorar su eficiencia operativa. Además, la empresa debe considerar mejorar la iluminación en su tienda y aumentar su presencia en las redes sociales para fortalecer su visibilidad y atraer a más clientes.

En conclusión, a pesar de algunas debilidades, la Ferretería Todo Materiales JM posee fortalezas considerables que, si se utilizan correctamente, pueden ayudarla a superar sus debilidades y mejorar su rendimiento general. El enfoque debe estar en capitalizar y potenciar las fortalezas existentes mientras se trabajan las debilidades para convertirlas en nuevas fortalezas

3.2 Desarrollo de objetivo específico: 2 Elaborar el plan estratégico de la Ferretería Todo Materiales JM

Objetivos estratégicos

Los siguientes son los objetivos estratégicos que guiarán las acciones de la Ferretería Todo Materiales JM:

- Maximizar el uso de los avances tecnológicos para mejorar la gestión del negocio.
- Ampliar la estrategia de marketing digital, aumentando la presencia en redes sociales y optimizando el sitio web.
- Desarrollar y ejecutar una estrategia de largo plazo, basada en la evaluación continua del mercado y en las oportunidades de crecimiento identificadas.
- Estandarizar los procedimientos operativos para mejorar la eficiencia y la consistencia del servicio.
- Implementar un plan de mejora del espacio físico de la ferretería, incluyendo la iluminación y el diseño de la tienda.

Estrategias de implementación

Las siguientes son las estrategias que ayudarán a la Ferretería Todo Materiales JM a alcanzar sus objetivos:

- Adoptar tecnología de punta: Integrar un sistema de gestión que optimice el inventario, las ventas y la atención al cliente. Además, adoptar tecnologías emergentes que mejoren la experiencia de compra, como la realidad aumentada o las aplicaciones móviles.
- Expansión digital: Desarrollar una estrategia de marketing digital que incluya la creación de contenido relevante en las redes sociales, SEO y marketing por correo electrónico. Además, ofrecer un servicio de venta y atención al cliente en línea.

- Planificación estratégica: Crear un comité estratégico que esté constantemente evaluando las tendencias del mercado y ajustando la estrategia de la empresa en consecuencia.
- Procedimientos estandarizados: Implementar procedimientos estandarizados en todas las áreas de la empresa para garantizar la consistencia y la calidad del servicio.
- Remodelación de la tienda: Implementar un plan de remodelación para mejorar la iluminación y el diseño de la tienda, optimizando el espacio disponible.

Cada una de estas estrategias deberá contar con un plan detallado de implementación, que incluya las acciones específicas a llevar a cabo, los responsables de cada acción, los recursos necesarios y los plazos de ejecución. Además, es crucial contar con un sistema de seguimiento y evaluación para asegurar que las estrategias se están implementando de manera efectiva y están contribuyendo al logro de los objetivos. Para ello, se propone la siguiente estructura:

Estrategia	Acciones Específicas	Responsable	Recursos Necesarios	Plazo de Ejecución	Indicadores
Adoptar tecnología de punta	1. Investigar las opciones de software de gestión. 2. Implementar el software seleccionado. 3. Capacitar al personal en el uso del software.	Gerente General, Gerente de Operaciones, Gerente de TI	Presupuesto para software, tiempo para la formación	6 meses	Incremento en la eficiencia operativa, reducción en errores de inventario
Expansión digital	1. Crear y publicar contenido regular en redes sociales. 2. Optimizar el sitio web para SEO. 3. Implementar un sistema de venta en línea.	Gerente de Marketing, Equipo de Marketing	Presupuesto de marketing, software de venta en línea	1 año	Incremento en seguidores de redes sociales, incremento en tráfico de sitio web, incremento en ventas en línea

Planificación estratégica	1. Formar un comité estratégico. 2. Realizar reuniones mensuales para evaluar las tendencias del mercado y ajustar la estrategia.	Gerente General, Comité Estratégico	Tiempo para reuniones, acceso a investigación de mercado	Ongoing	Realización regular de reuniones, implementación de cambios estratégicos
Procedimientos estandarizados	1. Desarrollar procedimientos estándar para todas las áreas. 2. Capacitar al personal en los procedimientos.	Gerente de Operaciones, Gerente de Recursos Humanos	Tiempo para desarrollo y formación	6 meses	Consistencia en el servicio, reducción en errores operativos
Remodelación de la tienda	1. Contratar a un diseñador para un plan de remodelación. 2. Implementar el plan de remodelación.	Gerente General, Gerente de Operaciones	Presupuesto para remodelación	1 año	Incremento en satisfacción del cliente, incremento en ventas

Fuente: Autores

3.3 Desarrollo de objetivo específico: 3 Socializar el plan estratégico a las partes involucradas de la Ferretería Todo Materiales JM

Socializar el plan estratégico a todas las partes involucradas es fundamental para garantizar su comprensión y apoyo. A continuación, se relaciona una estructura básica llevada a cabo la socialización del plan estratégico de la Ferretería Todo Materiales JM:

Identificación de las partes interesadas: Se identificaron todas las partes interesadas que estaban directamente involucradas en la implementación del plan estratégico y aquellas que se verían

afectadas por él. Esto incluyó a empleados, gerente, propietarios, proveedores y algunos clientes destacados.

Organización de reuniones de socialización: Se planificaron y llevaron a cabo reuniones con cada grupo de partes interesadas para presentarles el plan estratégico. Estas reuniones se realizaron en un formato de reunión general de toda la empresa, así como en reuniones de departamento.

Preparación de materiales de presentación: Se prepararon materiales de presentación que incluían una visión general del plan estratégico, incluyendo la visión y misión, los objetivos estratégicos y las estrategias de implementación. Estos materiales fueron diseñados para ser claros y concisos para facilitar la comprensión.

Presentación del plan estratégico: Durante las reuniones, se presentó el plan estratégico utilizando los materiales de presentación preparados. Se explicó por qué se había desarrollado este plan y cómo beneficiaría a la empresa y a cada una de las partes interesadas.

Fomento de la participación y el feedback: Se invitó a las partes interesadas a hacer preguntas y a dar su opinión sobre el plan. Este feedback resultó ser muy valioso para perfeccionar el plan y asegurar su aceptación.

Proporcionar formación adicional si es necesario: Algunas partes interesadas necesitaron formación adicional para entender completamente sus roles y responsabilidades en la implementación del plan. Por tanto, se proporcionó dicha formación.

Seguir comunicándose regularmente: Una vez que el plan se puso en marcha, se mantuvo una comunicación regular con las partes interesadas para mantenerlos informados sobre el progreso y hacer ajustes según fuera necesario. Esta comunicación continua ha sido clave para mantener a todos comprometidos y alineados con el plan.

A través de este proceso, la Ferretería Todo Materiales JM ha logrado una socialización efectiva de su plan estratégico. La comunicación y la formación continua han sido esenciales para su éxito.

La socialización del Plan Estratégico de la Ferretería Todo Materiales JM ha sido un proceso altamente efectivo y esencial para garantizar su implementación exitosa. Se identificaron todas las partes interesadas relevantes y se llevaron a cabo reuniones informativas, proporcionando a cada grupo una comprensión completa del plan estratégico y su importancia para el crecimiento y la prosperidad futura de la empresa.

Los materiales de presentación preparados fueron vitales para la comunicación clara y efectiva de la visión, misión, objetivos y estrategias detallados en el plan. Alentamos la participación activa y la retroalimentación de todas las partes interesadas, lo que no solo mejoró su comprensión y compromiso, sino que también proporcionó información valiosa para la mejora continua del plan.

Se hizo evidente que algunas partes interesadas necesitaban formación adicional para comprender completamente sus roles y responsabilidades en la implementación del plan, por lo que se ofreció la capacitación necesaria.

Finalmente, se estableció un canal de comunicación continua para mantener a todos informados sobre el progreso del plan y hacer ajustes según fuera necesario. Este enfoque de comunicación constante ha demostrado ser crucial para mantener a todos comprometidos y en línea con el plan.

En conclusión, el proceso de socialización ha sido un elemento esencial para el éxito del Plan Estratégico de la Ferretería Todo Materiales JM. Ha permitido una comprensión clara y un compromiso sólido de todas las partes interesadas, asegurando que todos estén trabajando juntos hacia los mismos objetivos para el crecimiento y el éxito de la empresa.

Conclusiones

La tarea de diseñar un Plan Estratégico para la Ferretería Todo Materiales JM en Aguachica Cesar ha sido un proceso altamente involucrado y esencial. Se inició con un diagnóstico de la situación actual de la empresa, evaluando las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas a través de un análisis DOFA. Este análisis proporcionó una visión clara del estado de la empresa y sus perspectivas para el futuro.

A partir de este diagnóstico, se elaboró un plan estratégico que abordó las áreas identificadas para mejorar, así como las oportunidades que podrían aprovecharse para el crecimiento y desarrollo de la empresa. Las estrategias propuestas fueron variadas y comprendieron desde mejoras en el uso del espacio de la tienda hasta la adopción de un enfoque más estratégico y estandarizado en la gestión y operación de la empresa.

Este plan estratégico fue presentado y socializado a todas las partes interesadas de la Ferretería Todo Materiales JM. La socialización del plan se llevó a cabo a través de reuniones y presentaciones, y se proporcionó formación adicional cuando fue necesario. Se estableció un canal de comunicación constante para mantener a todas las partes actualizadas sobre el progreso del plan.

En conclusión, el diseño del Plan Estratégico para la Ferretería Todo Materiales JM ha sido un proceso esencial para establecer un camino claro para el crecimiento y éxito de la empresa. A través del diagnóstico, la planificación, la implementación y la socialización, la empresa está ahora bien posicionada para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades en su camino hacia el futuro. El éxito continuo del plan dependerá de la participación y el compromiso continuo de todas las partes

interesadas, así como de la capacidad de la empresa para adaptarse y responder a los cambios en el entorno empresarial.

Recomendaciones

En base al trabajo realizado para el diseño del Plan Estratégico de la Ferretería Todo Materiales JM, aquí se presentan las siguientes recomendaciones:

Estrategia a Largo Plazo: Es recomendable que la Ferretería Todo Materiales JM mantenga su enfoque en la planificación y ejecución de su estrategia a largo plazo. Esto ayudará a la empresa a anticiparse a los cambios en el mercado y a planificar y actuar de manera más proactiva.

Estándares y Procedimientos: Se sugiere la implementación de procedimientos estandarizados en todas las áreas de la empresa. Esto asegurará la consistencia en la prestación de servicios y la eficiencia operativa.

Optimización del Espacio Físico: La empresa debería considerar formas de optimizar el uso del espacio en la tienda. Esto puede incluir la reorganización del diseño de la tienda o la búsqueda de soluciones de almacenamiento más eficientes.

Mejora de la Iluminación: Se recomienda mejorar la iluminación en la tienda para mejorar la presentación de los productos y crear un entorno más acogedor para los clientes y empleados.

Estrategias de Marketing Digital: La Ferretería Todo Materiales JM debería buscar formas de aprovechar mejor las oportunidades de marketing digital, como las redes sociales. Esto puede ayudar a la empresa a llegar a un público más amplio y atractivo.

Capacitación Continua: La capacitación continua para el personal debe ser una prioridad. Esto asegurará que el equipo esté actualizado en las mejores prácticas y preparado para implementar las estrategias del plan.

Comunicación Regular: Es crucial mantener una comunicación regular con todas las partes interesadas a medida que se implementa el plan. Esto ayudará a asegurar el compromiso continuo y permitirá ajustes y mejoras continuas.

Evaluación y Ajuste del Plan: Por último, se recomienda realizar evaluaciones periódicas del plan estratégico para identificar áreas de mejora y hacer los ajustes necesarios. Esto asegurará que el plan siga siendo relevante y efectivo en el contexto cambiante del mercado.

Bibliografía

Bernal. (2015). *Comportamiento organizacional: Enfoque para América Latina.* Pearson.

Boffil , A., Sablon , N., & Florido , R. (2017). *Procedimiento para la gestión de inventario en el almacen central de una cadena comercial cubana.* Cuba: Revista Universidad y Sociedad.

Campbell , & Nash. (12 de 04 de 1992). *La Mision En La Empresa.* Obtenido de La Mision En La Empresa: https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/386317/Tesi_Carlos_Rey_Pe%C3%B1a.pdf

David, F. R. (2017). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases.* Pearson.

DIAN. (2020). Obtenido de https://www.rankia.co/blog/dian/2335467-que-dian.

Grant, R. M. (2019). *Contemporary strategy analysis: Text and cases edition.* John Wiley & Sons.

Hidalgo. (2016). Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/load/hidalgo_s_mi/capitulo2.pdf

Kirschenbaum , & P & Mangulan , J. (2004). *Enterprise Risk Managenent.* Estados Unidos: PriceWater HouseCoopers.

Koontz, H., & Weihrich, H. (2001). *Administración una perspectiva global. 11ª ed.* México: Mc Graw Hill.

Kotler, P. A. (2020). *Fundamentos de marketing.* Pearson.

Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard business review, 86(1)*, 78-93.

Ramirez Gonzales , A. I. (12 de 12 de 2017). *Construccion De Objetivos* . Obtenido de Construccion De Objetivos : http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/1906/1/Construccion%20de%20objetivos.pdf

Robbins, S. P. (2010). *Administración.* México: Pearson Educación.

Serna, J., Gonzalez, L., & Aristizabal, A. (2019). *Sistema de Control de Inventario.* Medellín: Instituto Universitario Tecnológico de Antioquia.

Siigo. (2019). Obtenido de https://www.siigo.com/blog/contador/cuales-son-los-grupos-en-niif/

Anexos



Anexo 1. Fotografías en las prácticas profesionales