

**PLAN DE MEJORAMIENTO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL PARA LA  
EMPRESA ISAJEM DISTRIBUCIONES S.A.S**

**STEFANY BRIÑEZ LÓPEZ**

**CAROLYN AROS MEDINA**

**INSTITUTO TÉCNICO DE COMERCIO “SIMÓN RODRIGUEZ” INTENALCO**

**TECNÓLOGO EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**HARRISON SANCHEZ SEVILLANO**

**CALI – COLOMBIA**

**2025**

**PLAN ESTRATÉGICO PARA PARA EL CRECIMIENTO SOSTENIBLE DE LA  
EMPRESA ISAGEN DISTRIBUCIONES S.A.S**

**STEFANY BRIÑEZ LÓPEZ**

**CAROLYN AROS MEDINA**

**PRESENTADO PARA OPTAR EL TÍTULO DE: TECNÓLOGO EN GESTIÓN  
EMPRESARIAL**

**HARRISON SANCHEZ SEVILLANO**

**INSTITUTO TÉCNICO DE COMERCIO “SIMÓN RODRIGUEZ” INTENALCO**

**GESTIÓN EMPRESARIAL**

**CALI-COLOMBIA**

**2025**

## Índice

### Contenido

Introducción .....	5
Planteamiento del problema .....	6
Descripción del problema .....	6
<b>Relación de síntomas, causa, pronóstico y control de pronóstico de la empresa Isajem</b>	
<b>Distribuciones S.A.S.....</b>	<b>8</b>
Formulación del problema .....	9
Sistematización del problema .....	10
Objetivo general .....	10
Objetivos específicos .....	11
Justificación teórica .....	11
Justificación práctica .....	13
Justificación metodológica.....	13
Marcos de referencia.....	15
Marco teórico .....	18
Marco conceptual .....	24
Marco Contextual .....	26
Marco legal.....	27
Marco temporal.....	29
Diseño metodológico .....	30
5.1 Metodología.....	30
5.1.1 Tipo , métodos y fuentes de investigación.....	30
5.1.3. Delimitación del objeto de estudio. ....	33
5.1.4. Población y muestra de objeto de estudio.....	34
5.1.    Técnicas e instrumentos.....	34
5.2.1 Diagnostico empresarial.....	34
5.2.2 El análisis de procesos.....	38
5.3. Procedimientos .....	41
5.3.1 Fases del diagnóstico en la empresa Isajem Distribuciones SAS.....	42
5.3.2. Pasos para estudio de procesos la empresa Isajem Distribuciones SAS.....	43
5.3.4 Pasos para calcular los costos de la propuesta.....	44

Conclusiones.....	46
Recomendaciones.....	46
<b>6. Reseña histórica empresarial .....</b>	<b>47</b>
<b>6.1. Tipo de empresa.....</b>	<b>48</b>
<b>6.2. Capital Social.....</b>	<b>48</b>
<b>6.3 Objeto social.....</b>	<b>49</b>
<b>6.4 Misión y visión empresarial .....</b>	<b>49</b>
<b>6.5 Políticas de empresa.....</b>	<b>49</b>
<b>6.6 Estructura empresarial - Áreas funcionales.....</b>	<b>50</b>
<b>6.7 Portafolio de productos .....</b>	<b>50</b>
<b>6.8. Mercado .....</b>	<b>52</b>
<b>7. Análisis de la situación actual de la empresa.....</b>	<b>53</b>
<b>7.1. Análisis del sector: Entorno económico en que se mueve la empresa.....</b>	<b>54</b>
<b>7.2. La competencia .....</b>	<b>54</b>
<b>7.3. El mercado actual – Participación en el mercado.....</b>	<b>56</b>
<b>7.4. Estrategias de mercadeo y ventas.....</b>	<b>57</b>
<b>7.5 Matriz FODA: Análisis interno y externo de la empresa .....</b>	<b>59</b>
<b>7.5.1 Matriz FODA: Para el sector que pertenece la empresa .....</b>	<b>60</b>
<b>8. Diagnóstico formulación e implementación del plan de mejoramiento en el área administrativa</b>	<b>61</b>
<b>8.1 Área administrativa .....</b>	<b>61</b>
<b>8.2 Diagnóstico.....</b>	<b>61</b>
<b>8.2.1 Matriz DOFA para el área administrativa.....</b>	<b>63</b>
<b>8.3 Plan de mejoramiento .....</b>	<b>64</b>
<b>8.4 Implementación del plan de mejoramiento.....</b>	<b>64</b>
<b>8.4.8 Conclusiones .....</b>	<b>100</b>
<b>Recomendaciones. ....</b>	<b>101</b>

## **Introducción**

En un mundo que cada vez es más competitivo y exigente, para las empresas se ha convertido en un reto establecer estándares internos de procesos administrativos, pues bien es sabido que las empresas que tienen un excelente manejo de sus procesos, tiene asegurado el éxito ante sus clientes, no es relevante si la empresa es dedicada a la venta de tangibles o intangibles.

Siguiendo el mismo orden, se ha demostrado por años que la planeación estratégica ha sido una herramienta eficaz para implementar y desarrollar mejoras en las organizaciones. No cabe duda que las empresas que han desarrollado un plan de mejoramiento organizacional en sus procesos han tenido una mejora significativa en las áreas en las cuales se ha implementado, es por eso, que Isajem Distribuciones SA, una empresa colombiana dedicada a la importación y distribución de vidrios y aluminio, y que se encuentra ubicada en la ciudad de Cali, ha decidido realizar un planteamiento de sus procesos organizativos por medio de un plan de mejoramiento estratégico organizacional.

Actualmente está enfrentando una serie de problemas que están afectando su crecimiento y competitividad. Estos problemas se relacionan con la falta de planeación estratégica, la desorganización en los procesos administrativos, la falta de comunicación y liderazgo, y la carencia de cultura organizacional. Los problemas anteriormente mencionados han generado una disminución en las ventas, inconformidades de los clientes, y pérdida de clientes potenciales.

Este panorama refleja la necesidad urgente de implementar un plan estratégico que permita mejorar los tiempos de entrega, establecer una comunicación eficaz y eficiente, y definir liderazgo en procesos esenciales para el crecimiento sostenible de Isajem Distribuciones SAS. En este contexto, se plantea un enfoque integral a través de la formulación de objetivos específicos, diagnósticos organizacionales, estrategias de mejoramiento y un estudio costo/beneficio, con el propósito de impulsar el desarrollo y la eficiencia operativa de la empresa.

En respuesta a estos problemas, la empresa busca implementar un plan de mejoramiento estratégico para mejorar sus operaciones. La finalidad de este plan es optimizar los tiempos de entrega, mejorar la comunicación interna y externa, y clarificar los roles de liderazgo en los

procesos esenciales para la empresa. Al abordar estos problemas de manera integral, Isajem Distribuciones SAS espera impulsar su crecimiento sostenible y mejorar su competitividad en el mercado.

### **Planteamiento del problema**

### **Identificación del problema**

La empresa isajem distribuciones SAS no cuenta con una planeación estratégica que le permita liderar, definir y proyectar procesos administrativos, debido a la falta de organizaciones de algunos procesos como la descripción y socialización puntual de cargos y funciones, delimitar la función de la compañía y planear estratégicamente procesos misionales que le permitan mejorar competitivamente en el mercado.

### **Descripción del problema**

La empresa Isajem Distribuciones SAS se encuentra ubicada en la ciudad de Cali, en el barrio obrero. Cuenta con 27 trabajadores pertenecientes al área administrativa, ventas y producción. Nació en el año 2016 como la idea de una pareja de esposo de convertirse en los principales mayoristas de vidrios de la ciudad.

El objeto social de la empresa es la importación y distribución de vidrios y aluminio. En la actualidad cuenta con 2 sedes que funcionan como extensión de la misma, una funciona como biseladora de vidrio de diferentes tipos de calibres y en la otra se realizan y se pulen vidrios para

comedor. En esta sede solo se utilizan vidrios de 19 cm de grueso, ya que es el que usan para fijar los soportes de los comedores.

La empresa cuenta a su vez con 4 camiones propios, que se encuentran vinculados a una empresa de transporte externa, la cual le paga a la empresa un alquiler por estos.

Isajem distribuciones SAS es una empresa con crecimiento únicamente empírico, es aquí donde encontramos la ausencia total de conocimientos administrativos para implementar estrategias organizacionales, por medio de las cuales los colaboradores tengan total conocimiento de las funciones que deben realizar, o identificar a sus subalternos y las tareas que deben desarrollar. Debido a la misma falta de objetividad a la hora de establecer tareas puntuales, se genera una desorganización en el corte y despacho del producto al cliente. La vinculación de los camiones a la empresa externa también ha generado una serie de retrasos en los despachos, puesto que no hay disponibilidad completa de estos para las entregas de vidrio de la empresa.

Todos los anteriores factores han ocasionado descontento en los clientes, probando una disminución significativa en los compradores.

**Relación de síntomas, causa, pronóstico y control de pronóstico de la empresa Isajem  
Distribuciones S.A.S**

<b>SÍNTOMA</b>	<b>CAUSA</b>	<b>PRONÓSTIC O</b>	<b>CONTROL DE PRONÓSTICO</b>
Desorganización en el corte y despacho de vidrios	Falta de procesos de control encaminados a generar orden para los procesos de planeación y despacho de los pedidos realizados.	Sobrecarga laboral y desmotivación de los empleados.	Creación de una estructura administrativa sólida y socializada con todo el personal de la empresa.
	Desconocimiento de las funciones y responsabilidades de los empleados.		
	Falta de comunicación y organización entre los empleados	Disminución de las ventas	Generación de un sistema de comunicación y control de procesos administrativos

<p>Inconformidades de los clientes por el retraso de los pedidos</p>	<p>Ausencia parcial de los camiones de despacho</p>	<p>Pérdida de clientes potenciales</p>	<p>Implementación y control de horarios de entregas y despachos notificada y socializada a clientes y personal de la empresa</p>
<p>Falta de visión, misión y valores</p>	<p>Inexistencia de planeación estratégica en procesos administrativos</p>	<p>Estancamiento empresarial</p>	<p>Creación, implementación, control y socialización de plan de mejoramiento estratégico organizacional</p>
<p>Carencia de cultura organizacional</p>	<p>Crecimiento empírico administrativo por parte de los propietarios</p>		

### Formulación del problema

¿Qué procesos deben ser implementados para mejorar los tiempos de entrega, establecer una comunicación eficaz, eficiente y definir el liderazgo en los procesos claves de la empresa Isajem Distribuciones S.A.S?

### **Sistematización del problema**

¿ De qué manera se pueden identificar los procesos a mejorar en la implementación del plan de mejoramiento estratégico organizacional para la empresa Isajem Distribuciones?

¿ Cómo se pueden generar estrategias de forma efectiva en el plan estratégico de mejoramiento organizacional para la empresa Isajem Distribuciones S.A.S?

¿Qué acciones se deben desarrollar para efectuar un plan de mejoramiento para la empresa Isajem Distribuciones S.A.S?

¿Cómo llevar a cabo un estudio costo/beneficio para el desarrollo del plan de mejoramiento en la empresa Isajem Distribuciones SAS?

### **Objetivo general**

Realizar un plan estratégico a la empresa Isajem con el fin de favorecer el crecimiento organizacional.

### **Objetivos específicos**

- Implementar un manual de funciones y procedimientos administrativos y logísticos que estandarice las actividades y garantice la eficiencia en los procesos.
- Diseñar e implementar un plan de capacitación para el personal administrativo y comercial orientado a fortalecer la gestión, la logística y el servicio al cliente.
- Optimizar los canales de comunicación interna mediante la creación de procesos y políticas que mejoren la coordinación entre ventas, despacho y entrega de mercancías.

### **Justificación teórica**

La empresa ha sido el eje principal de la economía global durante décadas, por lo que en torno a ella se han creado teorías aplicables para estructurar y orientar los procesos que se ejecutan en su seno, logrando la mejora continua y contribuyendo así al crecimiento socioeconómico. y cultura social.

Existe evidencia de que algunos modelos de estructura organizacional implementados en empresas con problemas organizacionales han tenido mucho éxito, llevándolas a mejorar sus procesos funcionales y la implementación de estrategias organizacionales, lo que resulta beneficioso para su desarrollo organizacional.

Para el estudio de la mejora organizacional estratégica se han adoptado algunos conceptos teóricos creados por ilustres administrativos, como la teoría del desarrollo organizacional de Kurt Lewin. Igor Ansoff: Teoría de la planificación estratégica. Henri Fayol: la teoría clásica de la administración y la teoría del diagnóstico organizacional de su consultor pionero Richard Bechard.

Una de las principales teorías adoptadas es la **teoría de la planificación estratégica**, la cual se basa en la construcción de planes de mejora, identificando metas y definiendo objetivos a través de la planificación y ejecución de estrategias.

Es una herramienta de diagnóstico de gestión que ayuda a examinar, analizar y planificar cada paso a seguir en la mejora continua y permite la adaptación a los cambios que se presentan en el entorno, logrando así una mejor eficacia, productividad y eficiencia para la empresa.

Por otro lado, la **teoría clásica de la administración** de Henri Fayol se centra en definir la estructura para asegurar la eficiencia de todas las partes involucradas en la organización.

Esto requiere que el trabajo administrativo no sea una carga para el departamento competente, sino que se comparta con los subordinados, de modo que tanto jefes como colaboradores tengan un sentido de pertenencia a la empresa, conformando así un sistema de gestión administrativa óptimo y eficaz

Siguiendo con este razonamiento, la **teoría del desarrollo organizacional** revela la importancia de los esfuerzos planificados por parte de todos los colaboradores, dirigidos por los líderes o la dirección de la empresa, para aumentar la eficacia de la organización.

La teoría ayuda a mejorar la comunicación entre los empleados y la dirección, proporcionando orientación y dirección para que los componentes claves de la organización se sientan inspirados a trabajar de forma eficaz y eficiente.

Finalmente, la **teoría de diagnóstico organizacional**, habla de un enfoque más cerrado, donde se identifica con mayor claridad las causas que han originado los riesgos que se han materializado y determinar cuáles han sido los procesos que se pueden mejorar a nivel de organización para lograr las metas y objetivos propuestos.

Esta teoría aporta mayor contundencia en el momento de dar solución al problema organizacional. Permite crear un sistema de control, identificando de una manera rápida, precisa y concisa las áreas potenciales de desarrollo de la empresa.

Existe evidencia de que algunos modelos de estructura organizacional implementados en empresas con problemas han tenido mucho éxito, llevándolas a mejorar sus procesos funcionales y la implementación de estrategias organizacionales. Este proceso de selección se basa en la Teoría de la Decisión No se limita a un único autor, sino que se ha nutrido de la psicología, la estadística, la economía y la administración. Provee un marco para que los líderes empresariales evalúen de manera racional las diferentes opciones disponibles.

### **Justificación práctica**

La investigación realizada tiene como objetivo presentar los aspectos favorables para el crecimiento empresarial de Isajem Distribuciones S.A.S, creando grandes oportunidades a través de la mejora de la estructura organizacional; brindando a los empleadores, empleados y clientes una visión más clara de los objetivos, aumentando la competitividad en el mercado a través de las ventas y la gestión.

En el estudio de investigación se pondrá en práctica los conocimientos adquiridos durante los cuatro semestres de las asignaturas del programa técnico profesional en el proceso administrativo del Instituto Nacional de Comercio “Simón Rodríguez”.

dejando entrever que dichos conocimientos han sido fundamentados en los principios de la administración.

### **Justificación metodológica**

En una época de globalización y de alta competitividad en el mercado, es necesario estar alerta con las exigencias y expectativas del mercado, para ello, se hace de vital importancia asegurar o predecir el éxito de las empresas mediante el uso de técnicas y herramientas útiles para lograr sus fines.

Motivo por el cual, para lograr los objetivos del presente estudio, se acudirá al empleo de técnicas de investigación, tales como; la observación, análisis documental y estudio causal-comparativo.

Con ello se pretende conocer el estado actual de la organización, proceso de control y toma de decisiones que caracterizan y definen la estructura organizacional de una compañía, estableciendo otros criterios de gestión que soporten el diseño de estrategias para lograr los objetivos de la empresa.

Por último, la investigación y el análisis permitirá desarrollar al proceso investigativo un enfoque aplicativo en la problemática de la organización, Implementando de manera eficiente el modelo de investigación.

La recopilación de datos permite obtener información clara y concisa sobre el estado de la organización de la empresa y convertir esta información en conocimiento aplicable a los procesos generados.

Para cumplir con los objetivos del estudio y responder a la problemática identificada, esta investigación adoptará un enfoque mixto, combinando elementos cualitativos y cuantitativos. Se utilizará un diseño no experimental de tipo descriptivo-transversal, lo que permitirá analizar la situación actual de la empresa en un momento específico sin manipular las variables.

#### Fases del Proceso Investigativo

1. Fase 1: Diagnóstico Organizacional (Observación y Análisis Documental):
  - o Se realizará una observación directa de los procesos administrativos, operativos y de comunicación dentro de la empresa Isajem Distribuciones SAS.
  - o Se llevará a cabo un análisis documental exhaustivo de los registros de ventas, informes financieros, manuales de procesos y la estructura organizacional vigente. Esto proporcionará una base sólida para entender el funcionamiento actual y las áreas de mejora.
2. Fase 2: Estudio Causal-Comparativo:

- o Se comparará la situación actual de la empresa (causas: falta de planeación, desorganización, etc.) con sus efectos (bajos en ventas, pérdida de clientes).
  - o Se buscarán relaciones entre la falta de procesos formales y los resultados financieros y operativos, lo que permitirá justificar la necesidad de un cambio.
3. Fase 3: Propuesta y Diseño de Estrategias:
- o Con base en los datos recopilados en las fases anteriores, se diseñará un plan de mejora estratégica que incluya la optimización de tiempos de entrega, la implementación de canales de comunicación eficaces y la definición de roles de liderazgo.
  - o Se elaborará un estudio costo-beneficio para evaluar la viabilidad de las estrategias propuestas y justificar la inversión necesaria para su implementación.
4. Fase 4: Desarrollo e Implementación:
- o Se desarrollará un enfoque aplicativo para la implementación eficiente del modelo de investigación.
  - o Los datos recolectados se transformarán en conocimiento aplicable para la organización, lo que permitirá una implementación eficaz de las mejoras y un seguimiento continuo de los resultados.

Este diseño metodológico asegura que la investigación sea sistemática, rigurosa y orientada a la acción, garantizando que los hallazgos no solo describan la problemática, sino que también ofrezcan soluciones prácticas y viables para Isajem Distribuciones SAS.

### **Marcos de referencia**

Un marco de referencia es esencial para cualquier investigación, ya que proporciona una base teórica y contextual sólida para el estudio. En este caso, el marco se construye a

partir de la revisión de antecedentes académicos relevantes. La revisión de estudios previos, como los realizados por Halley y Barragán, Medina y Sánchez, y Cubillos y Roa, permite identificar tendencias, metodologías exitosas y problemas comunes que enfrentan las empresas.

1. Alberto halley mascote y Tamara Valeria Barragán, estudiantes de la universidad Estatal de Milagro (UNEMI) de la facultad de Ciencias Económicas y Administrativas en Ecuador, realizaron estudios para la formulación de un plan de mejoramiento estratégico y administrativo en el año 2013, para la empresa “Plasti Novedades” del cantón Naranjito”.

Este proyecto se enfoca en la microempresa Plasti Novedades, en Cantón Naranjito, una empresa familiar que vende artículos plásticos para el hogar.

Enfrenta problemas económicos debido a la falta de controles en inventarios, finanzas y gestión de personal.

El proyecto se divide en cinco capítulos: descripción del problema, antecedentes, métodos de investigación, procesamiento de encuestas y propuestas de mejora.

Los objetivos incluyen determinar los procesos operativos de la empresa, identificar la falta de conocimiento contable, establecer un control interno, analizar la rotación de personal y crear un manual de funciones.

Plasti Novedades carece de control de inventario, su personal no está capacitado, la administración es inadecuada y no llevan registros financieros. Se requieren mejoras sustanciales en todas estas áreas para garantizar la viabilidad futura de la empresa.

Este estudio se define claramente como recopilar información adicional sobre la problemática de la empresa; esto incluye entrevistas ,análisis de datos financieros y observar los procesos administrativos. También propone como se puede implementar propuestas de mejora donde se deba asignar responsabilidades y mejorar la comunicación efectiva y la participación de

todos los miembros del grupo de trabajo; estos son pasos fundamentales para el éxito de un plan de mejoramiento organizacional.

2. Según el plan de mejoramiento de Jina Marcela Medina Rivera y Carlos Mario Sánchez Pineda, en la universidad industrial de Santander, facultad de ingeniería físico mecánica, Escuela de Estudios Industriales y Empresariales de Bucaramanga, en el año 2016 se realizó un plan de mejoramiento a cargo de estos estudiantes, quienes por medio de la planeación estratégica organizacional lograron abordar la importancia de la logística para los procesos de almacenamiento y despacho de la empresa Construvarios S.A.S como fuentes de ventajas competitivas en las organizaciones, y se centra en los procesos de almacenamiento y despacho de la empresa Construvarios S.A.S.

Se mencionan objetivos específicos, como realizar un diagnóstico del proceso logístico interno, evaluar la distribución física y diseñar un cuadro de indicadores de gestión.

Resaltan la eficiencia en la planificación de recursos a través de propuestas basadas en el diagnóstico de procesos logísticos.

Se destaca el pronóstico de ventas y la implementación de estrategias 5S 's, de la herramienta administrativa Kaizen, para mejorar las condiciones de trabajo. Además, se propone un modelo de ruteo para administrar la flota vehicular y la importancia de un sistema de indicadores de gestión.

Este plan de mejoramiento nos ayuda a analizar en detalle cómo funcionan los procesos de almacenamiento y despacho e identifica áreas a mejorar, donde examina cómo se distribuye el producto y como se puede lograr optimizar dicha distribución, para reducir tiempos de búsqueda y desplazamiento.

Orienta a cómo establecer indicadores que ayudan a medir la eficiencia en los procesos logísticos esto permitirá realizar un seguimiento y evaluar el progreso de las estrategias establecidas a través del plan de mejoramiento organizacional.

3. En la tesis de Karen Melisa Cubillos Moreno y Brayan Uriel Roa, estudiantes de la universidad de la Salle en Bogotá, facultad de Economía y Empresas Desarrollo sostenible Feeds, se encontró un diseño de plan estratégico en el año 2016, elaborado para el mejoramiento y posicionamiento de la empresa JLJ Creando, la cual presenta una crisis a nivel administrativo.

El proyecto se centra en mejorar la posición de una pequeña empresa del sector litográfico, que suministra productos de calidad a colegios. Se busca diseñar una estrategia de planeación estratégica para lograr un mejor posicionamiento en el mercado.

Se utiliza una investigación descriptiva cuantitativa y cualitativa que involucra el análisis interno y externo de la empresa, así como la competencia en el sector.

El objetivo general es mejorar la posición en el mercado litográfico y aumentar el reconocimiento de la empresa.

Se identifican debilidades en la falta de visión y misión definidas, comunicación imprecisa y falta de estructura administrativa. La implementación de la planeación estratégica se considera esencial para el crecimiento y desarrollo óptimo de la empresa

Este artículo propone cómo establecer una visión y misión claras para la empresa y su dirección futura. Si bien la misión define el propósito y los valores fundamentales, también ayuda a analizar la empresa para identificar fortalezas y debilidades; e identificar áreas donde la comunicación dentro de la empresa es imprecisa.

Diseñar un plan estratégico que incluya objetivos para mejorar la posición de la empresa en el mercado, explotar oportunidades e identificar debilidades.

## **Marco teórico**

En la práctica de los estudios realizados para el desarrollo de esta investigación es importante tener en cuenta las teorías administrativas propuestas por diferentes autores que comprenden que una buena administración es el eje principal del crecimiento de una compañía.

Tal es el caso de Igor Ansoff, quien, por medio de la teoría de la planeación estratégica, fue propuesta como un modelo de organización dentro de la empresa en el año 1950. Se basa en dos tesis centrales, una de las cuales indica que se debe planear la empresa en su totalidad, no como una serie de áreas dispersas o especializadas (áreas empresariales de Fayol).

La segunda sugiere que la empresa debe responder al estado del entorno y examinar lo interno para, con base en ellos, determinar luego los objetivos y, por último, la estrategia.

Según Ansoff la planeación estratégica se debe hacer a nivel institucional teniendo en cuenta todos los factores que en ella influyen, lo cual dará una perspectiva más amplia con el fin de analizar los agentes externos e internos para poder evaluar la situación presente, esto llevará a una toma de decisiones objetiva y posteriormente fijar su direccionamiento hacia el futuro.

Es un de los modelos más firmes en el área administrativa, así mismo se apoya en herramientas de análisis como:

- triángulo estratégico
- DOFA
- Balance Score
- Mapa estratégico

Este modelo requiere que el personal encargado de la toma de decisiones tenga absoluta claridad sobre las estrategias que se adoptan y la implementación y adecuación a las distintas alternativas presentadas en la medida del crecimiento empresarial de la organización.

Este proceso continuo de toma de decisiones estratégicas considera las implicaciones futuras de las decisiones que deban tomarse en el presente.

El aporte que hace el autor a la investigación es significativo como modelo de implementación y aplicación de las estrategias organizativas que se requieren para el mejoramiento y definición de los procesos misionales y administrativos de la organización.

Por otro lado, la teoría clásica de la administración se centra en la estructura de la organización, sugiriendo el aumento de la eficiencia y eficacia por medio de sus formas y elementos. Cabe resaltar la contribución de esta teoría al estudio investigativo, puesto que su modelo de estructuración permite realizar una departamentalización y establecer liderazgos necesarios dentro de la compañía.

Este modelo administrativo fue impulsado por el francés Henry Fayol, en el año 1916. Surgió en respuesta al acelerado crecimiento empresarial luego de la segunda revolución industrial.

Hace hincapié en la administración global de la organización, es decir, en la estructura y en las funciones que debe realizar cada parte de la empresa. Fayol veía la administración como elemento importante y fundamental para el desarrollo empresarial. Infería en que la eficiencia se podía aumentar al poner a disposición de la administración a todas las partes que conforman la compañía, en especial, a los niveles superiores de mando.

Para ejecutar el modelo administrativo clásico Fayol postuló cinco funciones básicas, las cuales son:

- **La planificación.** Radica en visualizar el futuro que pretende alcanzar la organización y trazar un plan de acción para llegar hasta ahí.

- **La organización.** Se apoya en construir las estructuras necesarias (materiales y sociales) para desempeñar el trabajo de la organización.

- **La dirección.** Procede en guiar y orientar todos los recursos de la organización hacia un mismo objetivo.

- **La coordinación.** Consiste en mantener la armonía de todos los que trabajan en la organización y que pueden tener intereses diferentes, para que trabajen en sinergia

- **El control.** Se basa en hacer un seguimiento y verificar que cada instancia de trabajo se desempeñe según las normas pautadas.

El autor define la administración como un conjunto de procesos estructurados en los cuales la organización está dentro de ella, y su puesta en práctica ha asegurado buenos resultados para las organizaciones que van catapultadas al crecimiento empresarial inherente a un modelo administrativo confiable.

La teoría de Desarrollo Organizacional, permite indagar un poco más sobre el comportamiento de los colaboradores de la organización, sugiriendo que estos sean incluidos de forma sistemática en los procesos realizados, dándoles mayor participación y fortalecimiento dentro de la compañía. Esto prueba que haya compromiso, aumentando así la efectividad de las labores asignadas.

Su enfoque principal es buscar el crecimiento y desarrollo de las potencialidades del capital humano agilizando los procesos, creando un estilo y señalando una meta desde la institucionalidad.

Richard Beckhard, una autoridad en materia de desarrollo organizativo definió el desarrollo organizativo como:

*“un esfuerzo, planificado, a nivel de toda la organización y gestionado desde arriba, para aumentar la eficacia y la salud de la organización mediante intervenciones planificadas en los*

*procesos de la organización, utilizando los conocimientos de las ciencias del comportamiento organizacional (Beckhard 1969)”*

Sin duda alguna es una herramienta que aporta significativamente a la investigación, pues, el estudio de la motivación pone en práctica un nuevo enfoque en la administración, que ayudará a interpretar al hombre moderno y su comportamiento en las organizaciones actuales.

El desarrollo organizacional es un proceso planeado para buscar cambios en las organizaciones por medio del concepto de división del trabajo, además indica que los individuos o colaboradores contribuyen a las organizaciones dependiendo del sistema de recompensas.

Los autores del Desarrollo Organizacional destacan las diferencias entre las empresas con un sistema mecánico (concepto de organización tradicional) y un sistema orgánico ( aplicación del Desarrollo Organizacional). Las empresas al aplicar este modelo, mantiene relaciones intergrupales, se aumenta la confianza, la responsabilidad es compartida, evitando al máximo sobre cargas laborales y la solución del conflicto se da a través de la negociación.

Por otro lado, no es un secreto que para que se puedan implementar estrategias efectivas, la comunicación es parte clave para el desarrollo óptimo de estas, lo cual lleva a muchas organizaciones a poner en marcha el modelo de Diagnóstico Organizacional, el cual se puede definir como un proceso analítico que permite conocer la situación real de la compañía en un momento dado para descubrir problemas y áreas de oportunidad, con el fin de corregir los primeros y aprovechar las segundas.

Conocer una forma de evaluar el desempeño de una compañía ayudará a identificar y combatir los problemas que se puedan presentar, es por eso, que el aporte magno a la investigación en curso es considerable, puesto que el diagnóstico organizacional se podrá realizar con el fin de definir las brechas de desempeño que se tienen en la compañía, saber cómo pueden influir al momento de alcanzar los objetivos y darles pronta solución.

El diagnóstico constituye una parte de gran importancia en el proceso de investigación. Este, por lo tanto, se compone de varias etapas, las cuales se aplican secuencialmente.

- Orientación
- Establecimiento de objetivos
- Recolección de datos
- Análisis/interpretación
- Retroalimentación
- Planificación de la acción
- Implementación
- Seguimiento/Medición
- Evaluación

Sobre la base de un diagnóstico realizado a partir del análisis, se pueden iniciar medidas de acción en términos de mejora de la administración, introducción de nuevos sistemas y procesos de gestión, reducción de gastos, cambios de la política del personal para mejorar la motivación de los empleados.

La teoría de la decisión es un campo interdisciplinario que explora cómo los individuos y las organizaciones toman decisiones. Se centra en la idea de que las decisiones deben ser racionales, lo que significa que se basan en la lógica y la evaluación sistemática de la información para maximizar los resultados. El análisis costo-beneficio (ACB) es un método fundamental dentro de la teoría de la decisión para evaluar la viabilidad de una opción. Consiste en identificar todos los costos y beneficios de una alternativa, asignarles un valor monetario y compararlos para determinar si los beneficios superan a los costos. Esto proporciona una base objetiva para la toma de decisiones.

En el ámbito empresarial, la teoría de la decisión es crucial para:

- Selección de proyectos
- Gestión de la cadena de suministro

- Marketing y estrategias de producto
- Recursos humanos

### **Marco conceptual**

La planeación estratégica es una herramienta de gestión que usan muy a menudo las empresas para identificar los problemas que en ella se generan y trazar estrategias objetivas para obtener mejoras en la organización, no obstante, es necesario una buena implementación de la misma para lograr los objetivos propuestos.

**Procesos administrativos:** es un conjunto de pasos a seguir para la gestión de los recursos internos que abarcan el capital humano, tecnológico y financiero de una empresa.

**Organización:** entidad social compuesta por dos o más individuos con la finalidad de cumplir metas y objetivos.

**Procesos misionales:** Incluyen todos los procesos que proporcionan el resultado previsto por la entidad en el cumplimiento de su objeto social o razón de ser.

**Objeto social:** es la finalidad para la que se constituye una empresa.

**Estrategias Organizacionales:** Es un plan que determina cómo una empresa utilizará sus recursos para apoyar la infraestructura, la producción, la comercialización y otras actividades comerciales.

El plan de acción es un documento en soporte papel o informático que describe las actuaciones necesarias para alcanzar uno o más objetivos, es indispensable en el momento de trazar los objetivos, pues este en ruta el camino hacia los mismos.

**Estructura Organizacional:** consiste en el modelo que define cómo se organiza la empresa y sus empleados, establece el entramado de niveles jerárquicos y es, en definitiva, el esqueleto sobre el que se sostiene la empresa.

**Diagnóstico:** alude, en general, al análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las tendencias.

**Eficacia:** Es decir, es un concepto que está relacionado con el resultado que se obtiene de un proceso.

**Eficiencia:** capacidad que tiene una persona o un proceso para utilizar adecuadamente las herramientas con el fin de lograr los objetivos marcados.

**Productividad:** se encarga de medir y calcular el total de bienes y servicios que han sido producidos por cada factor utilizado (tierra, trabajo, capital, tiempo, etc.) durante un periodo determinado.

**Departamentalización:** consiste en separar y agrupar las funciones de una empresa conforme a su naturaleza.

**Objetivo:** se denomina el fin al que se desea llegar o la meta que se pretende lograr.

**Crecimiento Empresarial:** es el proceso que una compañía implementa para mejorar sus estrategias y alcanzar el éxito en determinados aspectos.

**Globalización:** Se refiere a la creciente integración de las economías de todo el mundo, especialmente a través del comercio y los flujos financieros.

**Análisis Documental:** representa la información de un documento en un registro estructurado, reduce todos los datos descriptivos físicos y de contenido.

## **Marco Contextual**

La empresa Isajem Distribuciones S.A.S está ubicada en la carrera 9 No 21-35 en el barrio Obrero. Es un barrio en la ciudad de Cali, Valle del Cauca. Tiene una altitud de 976 metros y es considerado patrimonio cultural del valle, es uno de los barrios más tradicionales de Cali.

Se caracteriza por sus múltiples negocios dedicados al calzado y la música representativa de la ciudad, la salsa. El barrio Obrero fue fundado el 20 de junio de 1919, sus primeros residentes llegaron principalmente del litoral pacífico y áreas cercanas, atraídos por la llegada del tren a Cali.

Está situado en la comuna 9. El área consta de 10 barrios con 4,233 manzanas y abarca barrios tradicionales como Alameda, Junín, Aranjuez, Obrero y Sucre.

La mitad de estos barrios forman el núcleo comercial de la ciudad, con comercio formal e informal, pertenecientes al llamado centro de la ciudad. La mayoría de las tierras ya están pobladas, con un total de 11.737 predios con excepción de algunas zonas verdes en el Instituto Técnico Antonio José Camacho. La mayoría de las construcciones son viviendas unifamiliares de uno o dos pisos, junto con lotes vacíos, viviendas abandonadas y pequeños comercios y bodegas.



### **Marco legal**

Para que cualquier empresa opere de forma correcta y sostenible, es esencial que su gestión se enmarque dentro de un marco legal claro y vigente. Este marco no sólo dicta cómo se constituye la empresa, en este caso como una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), sino que también establece las normativas clave que rigen su funcionamiento diario. El cumplimiento de leyes relacionadas con la protección del consumidor, las responsabilidades laborales y las obligaciones contables no solo es una exigencia legal, sino que también protege a la empresa y sus clientes, asegurando su transparencia y reputación en el mercado.

- Las Sociedades por Acciones Simplificadas S.A.S. Son un modelo legal para la constitución de personas jurídicas, que tuvo su origen en la Ley 1258 del 05 de diciembre de 2008; esta Ley opera de forma independiente, puesto que no introdujo ninguna modificación en el Código de Comercio.

- Ley 1429 de diciembre de 2010 por la cual se expide la ley de formalización y generación de empleo.

- Ley 1314 del 13 de julio de 2009 por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento.

- Ley 1480 de 2011, Estatuto del Consumidor: Esta ley establece los derechos y deberes de los consumidores en Colombia, así como las responsabilidades de los productores, proveedores y comercializadores.

- Decreto 254 de 2022, Reglamento de las actividades de promoción y comercialización de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad: Este decreto establece los requisitos que deben cumplir las empresas comercializadoras de tiempo compartido y multipropiedad en Colombia.

- Ley 590 de 2000, Ley de MIPYMES: Esta ley establece incentivos y beneficios para las micro, pequeñas y medianas empresas en Colombia.

- Ley 1410 del 2011 Esta ley tiene como objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos

- Ley 527 de 1999, "Ley de Comercio Electrónico". Esta ley regula el uso del comercio electrónico en Colombia, incluyendo las obligaciones de los comerciantes en esta materia.

- El Decreto - Ley 1295 de 1994, indica en su artículo 56 que los empleadores además de la obligación de establecer y ejecutar en forma permanente el programa de salud ocupacional (hoy Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo) según lo establecido en las normas vigentes, son responsables de los riesgos originados en su ambiente de trabajo y las entidades administradoras de riesgos laborales, por delegación del Estado, ejercen la vigilancia y control en la prevención de los riesgos profesionales de las empresas que tengan afiliadas, a las cuales deberán asesorar diseño del programa permanente del Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo.

- Ley 1014 de 2006, es una normativa fundamental cuyo principal objetivo es promover el espíritu emprendedor en todos los niveles educativos del país. Esto busca fomentar el desarrollo de una cultura empresarial que impulse la creación de empresas, la innovación y la generación de empleo.

### **Marco temporal**

El proyecto de investigación está previsto que tenga una duración de dos periodos, la primera fase electiva de febrero a junio de 2025, y la segunda fase electiva de agosto a noviembre de 2025. La parte establecida para su implementación se divide en dos partes, es decir:

- Durante el primer semestre, de febrero a junio de 2025, se realizará un análisis para identificar áreas donde la empresa carece de conocimiento organizacional y gerencial. También se evaluarán los procesos y retrasos de producción y programación de vidrio. Se recomienda diseñar un plan de acción a través de la estrategia organizacional, definiendo roles y responsabilidades claras para los empleados de las áreas administrativas y productivas.

- En el segundo semestre, de agosto a noviembre de 2025, se capacitará a los empleados para comprender las nuevas responsabilidades y procesos, y se implementará el seguimiento y evaluación de propuestas para monitorear continuamente el desempeño de la empresa, el impacto en la mejora de la retención de clientes y el aumento de las ventas. Se informará a los clientes de las mejoras implementadas y del compromiso de la empresa para resolver problemas anteriores.

## Diseño metodológico

### 5.1 Metodología

#### 5.1.1 Tipo , métodos y fuentes de investigación.

En el campo investigativo se pueden determinar diferentes métodos de investigación con relación a un problema de investigación. Se entiende que existen diversos métodos los cuales son usados como herramientas de recopilación de datos, algunos de estos son:

- Investigación etnográfica
- Investigación cualitativa
- Investigación cuantitativa

Para la investigación, recolección y análisis de datos de gran importancia se toma la investigación cualitativa, ya que se busca la interpretación de dichos datos para la generación objetiva de estrategias organizacionales.

*“La investigación cualitativa es un campo de estudio en sí mismo , cruza disciplinas, áreas de conocimiento y problemáticas . Incluye tradiciones relacionadas a la fenomenología, el interaccionismo simbólico, la hermenéutica, la semiótica, la escuela crítica, la sociología comprensiva, además, perspectivas investigativas conectadas con estudios culturales e interpretativos”* (CITATION Eum 04/|9226)

La metodología de investigación de este proyecto se basa en métodos cualitativos con el fin de contar con las herramientas necesarias que permitan responder de manera efectiva a las necesidades de gestión de la información estratégica para evaluar los planes de mejoramiento estratégico organizacional que se implementarán en la empresa Isajem Distribuciones SAS, ubicada en el barrio obrero, comuna 9, en la ciudad de Cali Valle.

Este método permite el análisis de la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema ( **Lamberto Vera Vélez 2009**), conforme ello, la metodología aporta al entendimiento de la forma en que se recolecta la información que lleva a la contextualización de las estrategias generadas para el mejoramiento de la empresa.

Considerando este tipo de investigación, se toma como método investigativo la investigación etnográfica a, obteniendo información a través de la observación, elaboración de informes que den prioridad a la contextualización y la coherencia interna de los fenómenos observados, la presentación de interpretaciones que combinan voluntariamente a narrativa, la descripción la conceptualización teórica.

Se entrelaza como método de apoyo con la observación cualitativa, por medio de la cual se recopila información sobre comportamientos no verbales de los sujetos. Como ventaja se tiene que permite estudiar un comportamiento de manera más efectiva.

***“ La interpretación no es el tomar conocimiento de lo comprendido, sino el desarrollo de las posibilidades proyectadas en el comprender” (CITATION Hei/03/|9226)***

Para la recopilación de datos numéricos y con el fin de implementar un enfoque lógico al estudio, se toma en cuenta la investigación cuantitativa como metodología de estudio por su estructura de recopilación y análisis de información que se obtiene a través de diversas fuentes. Este proceso se lleva a cabo con el uso de herramientas estadísticas y matemáticas con el propósito de cuantificar el problema de investigación.

Este método muestra de limitadamente la información de forma gráfica, de manera que se pueda, junto con la investigación cualitativa llevar a la objetividad el plan estratégico a desarrollar.

Según Kolakowski (1988) la investigación cuantitativa es una forma de positivismo lógica, práctica y objetiva. ***“ El denominado paradigma cuantitativo, empírico, analítico, racionalista,***

*es el paradigma dominante en algunas comunidades científicas. tradicionalmente la investigación en educación ha seguido los postulados y principios surgidos de este paradigma positivista” (Fandom web)*

Entre las principales características del método cuantitativo se destaca: es basada en la inducción probabilística del positivismo lógico, el cual presenta la medición penetrante y controlada, la objetividad, la inferencia más allá de los datos, a su vez es confirmatoria, inferencial deductiva y su objeto de estudio es el elemento singular empírico.

**Hurtado y Toro (1998).** *"Dicen que la investigación Cuantitativa tiene una concepción lineal, es decir que haya claridad entre los elementos que conforman el problema, que tenga definición, limitarlos y saber con exactitud donde se inicia el problema, también le es importante saber qué tipo de incidencia existe entre sus elementos"*

La objetividad es la única forma de alcanzar conocimiento, por lo que se utiliza la medición exhaustiva y controlada, intentando buscar la coherencia de la misma.

Edelmira G. La Rosa (1995) Dice que para que exista Metodología Cuantitativa debe haber claridad entre los elementos de investigación desde donde se inicia hasta donde termina, el abordaje de los datos es estático, se le asigna significado numérico.

La investigación es un proceso riguroso, cuidadoso y sistematizado en el que se busca resolver problemas, bien sea de vacío de conocimiento (investigación científica) o de gerencia, pero en ambos casos es organizado y garantiza la producción de conocimiento o de alternativas de solución viables.

Se aplica como método de investigación cuantitativa la investigación descriptiva con el objetivo de encontrar factores y características importantes del fenómeno de estudio. Se describe la correlación de individuos, situaciones o grupos particulares.

Siguiendo la línea de métodos y técnicas, Gómez (2016, págs. 43-49) de una manera más específica, detalla el siguiente listado de técnicas de recolección de datos estadísticos:

- Observación
- Entrevista cara a cara
- Encuestas autoadministradas a personas o grupos

La observación permite realizar un análisis del comportamiento de cada individuo frente a las situaciones que se generan día a día en el área empresarial. Esto ayuda a identificar conductas dañinas frente a los procesos que se realizan y permite hacer retroalimentación a los colaboradores por medio de capacitaciones.

Con el fin de conocer el punto de vista de cada colaborador, se plantea realizar entrevistas cara a cara, por medio de las cuales se identifica la forma de ejecutar los procedimientos, los métodos usados y como plantean soluciones a determinados problemas.

La encuesta es la técnica que mejor se ajusta al proyecto de investigación, puesto que se recopilan datos por medio de cuestionarios estructurados para analizar actitudes, opiniones y comportamientos de un grupo específico. A su vez, este se apoya con la observación del fenómeno a investigar, para posteriormente tomar y registrar la información para su análisis.

### **5.1.2. Línea de investigación.**

El presente trabajo se inscribe en la línea de investigación del programa Técnico Profesional en procesos Administrativos del Instituto Técnico Nacional de Comercio “Simón Rodríguez” “Mejoramiento de la Productividad en las Organizaciones; Sublíneas de Investigación: mejoramiento empresarial

### **5.1.3. Delimitación del objeto de estudio.**

La investigación del presente plan de mejoramiento será ejecutada en la empresa Isajem Distribuciones S.A.S, ubicada en la Ciudad de Cali (Valle). Para el desarrollo del objetivo principal de esta investigación se estudiará la información relacionada con el crecimiento organizacional.

Académicamente el proyecto se encuentra enmarcado dentro del área del conocimiento en Gestión administrativa, y el objeto de estudio de este trabajo es el análisis de la información relacionada con el plan de mejoramiento estratégico de procesos para mejora que se implementará en la empresa Isajem Distribuciones S.A.S de la ciudad de Cali.

#### **5.1.4. Población y muestra de objeto de estudio.**

Este proyecto propone una mejora en el proceso organizacional de la empresa Isajem Distribuciones S.A.S ubicada en Cali, una empresa del sector terciario, que apruebe la realización de un plan de estratégico, necesario como punto de referencia, para conseguir el mejoramiento de sus prácticas, administrativas, acarreando beneficios económicos y que al mismo tiempo produzca aumento del valor de la empresa. Con lo anterior, la población a estudiar será la empresa Isajem Distribuciones S.A.S y la muestra que se tomará para realizar el estudio será el área administrativa de la empresa Isajem Distribuciones S.A.S

#### **Fórmula para calcular el tamaño de muestra para una población finita**

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e^2}$$

### **5.1. Técnicas e instrumentos**

#### **5.2.1 Diagnostico empresarial.**

Un plan de mejoramiento estratégico es un documento que describe los objetivos y las acciones que una organización debe llevar a cabo para mejorar su desempeño. El plan debe estar alineado con la misión, visión y valores de la organización, y debe tener en cuenta las oportunidades y amenazas del entorno. El objetivo de un plan de mejoramiento estratégico es mejorar la competitividad de la organización, aumentar su productividad y rentabilidad, y mejorar la satisfacción de sus clientes.

Peter Drucker, uno de los más importantes teóricos de la administración, consideraba que la planificación estratégica era un proceso continuo que debe llevarse a cabo de manera sistemática y participativa. Para Drucker, la planificación estratégica es "el proceso de decidir hoy lo que se va a hacer en el futuro, es decir, comprende la determinación de un futuro deseado y las etapas necesarias para realizarlo" Drucker considera que la planificación estratégica era una herramienta esencial para el éxito de las organizaciones. La planificación estratégica ayuda a las organizaciones a alcanzar sus objetivos, a mejorar su desempeño y a mantenerse competitivas en el entorno actual.

Mejora del desempeño: El plan ayuda a la empresa a identificar las áreas de mejora y a desarrollar estrategias para abordarlas. Esto puede conducir a mejoras en áreas como la productividad, la calidad, la satisfacción del cliente y la rentabilidad.

- Mayor eficiencia: El plan ayuda a la empresa a optimizar sus recursos y procesos. Esto puede conducir a una reducción de los costos y a una mejora en la capacidad de respuesta.

- Mayor competitividad: El plan ayuda a la empresa a mantenerse competitiva en el entorno actual. Esto puede conducir a una mayor participación en el mercado y a una mejora de la reputación de la empresa.

Además de estos elementos, el plan de mejoramiento organizacional también puede ayudar a identificar áreas donde la organización puede mejorar su cultura, su estructura o su estrategia, la planificación estratégica no garantiza el éxito organizacional, pero sí aumenta las posibilidades de que una organización lo logre. En su libro Marketing en la actividad comercial (2000), Kotler

afirma que la planificación estratégica puede ayudar a las organizaciones a alcanzar sus objetivos de la siguiente manera:

Al ayudar a las organizaciones a identificar las oportunidades y amenazas del entorno: El análisis del entorno es un paso fundamental en el proceso de planificación estratégica.

Para Kotler, la planificación estratégica es un proceso continuo que debe llevarse a cabo de manera sistemática y participativa. El proceso de planificación estratégica consta de los siguientes pasos:

Análisis de la situación actual: Este análisis debe identificar los aspectos de la organización que necesitan mejorarse.

1. Establecimiento de objetivos: Los objetivos deben ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales.
2. Desarrollo de estrategias: Las estrategias son las acciones que se llevarán a cabo para alcanzar los objetivos.
3. Implementación de las estrategias: La implementación de las estrategias debe ser liderada por un equipo de personas comprometidas con el éxito de la organización.
4. Evaluación de los resultados: La evaluación de los resultados debe realizarse periódicamente para determinar si las estrategias están siendo efectivas.

Kotler considera que la planificación estratégica es una herramienta esencial para el éxito de las organizaciones. La planificación estratégica ayuda a las organizaciones a alcanzar sus objetivos, a mejorar su desempeño y a mantenerse competitivas en el entorno actual.

El plan de mejoramiento organizacional debe ser desarrollado por un equipo de personas que representen a todos los niveles de la organización. El equipo debe recopilar información sobre la organización, el entorno y las mejores prácticas. El plan debe ser realista y alcanzable, y debe estar alineado con los objetivos de la organización.

**Diagnósticos integrales:** A través del diagnóstico específico se pueden detallar con precisión los aspectos que generan retrocesos en el área administrativa; estos aspectos conducen a un declive en el equilibrio del área a mejorar, puesto que no permiten el desarrollo de las funciones plenas por parte del personal encargado. Se pudo concluir que la empresa carece de organización administrativa debido a la falta de conocimiento del personal encargado de las distintas áreas de la misma. Es por eso, que se diseña un plan de mejoramiento estratégico, con el fin de solucionar los problemas administrativos que suscitan.

**Diagnósticos específicos:** Por medio de la observación detallada al personal y sus funciones diarias, se pudo realizar el siguiente diagnóstico:

- El personal administrativo, comercial y operativo no cuentan con un manual de procedimientos y funciones, lo cual les impide el desarrollo de sus funciones de manera eficaz.
- No tiene un organigrama establecido, por lo que no se tiene claridad sobre el liderazgo establecido para cada área, lo cual entorpece las funciones del personal
- No se cuenta con una comunicación eficiente y por lo tanto, el despacho de la mercancía es tardío.
- El personal comercial contratado carece de capacitación sobre los temas básicos contables, generando errores al momento de facturar al cliente.

Con el fin de mejorar los aspectos anteriormente mencionados se realiza, por medio de un plan de un plan de mejoramiento organizacional la estructura organizativa de la empresa, delimitando funciones y alineando los procedimientos.

**Evaluación:** estableceremos un baremo que nos permitirá evaluar la situación actual de la empresa, centrándonos sobre aquellos puntos los cuales deseamos realizar el diagnóstico: consumidores, calidad, compras, finanzas, proceso de producción, etcétera.

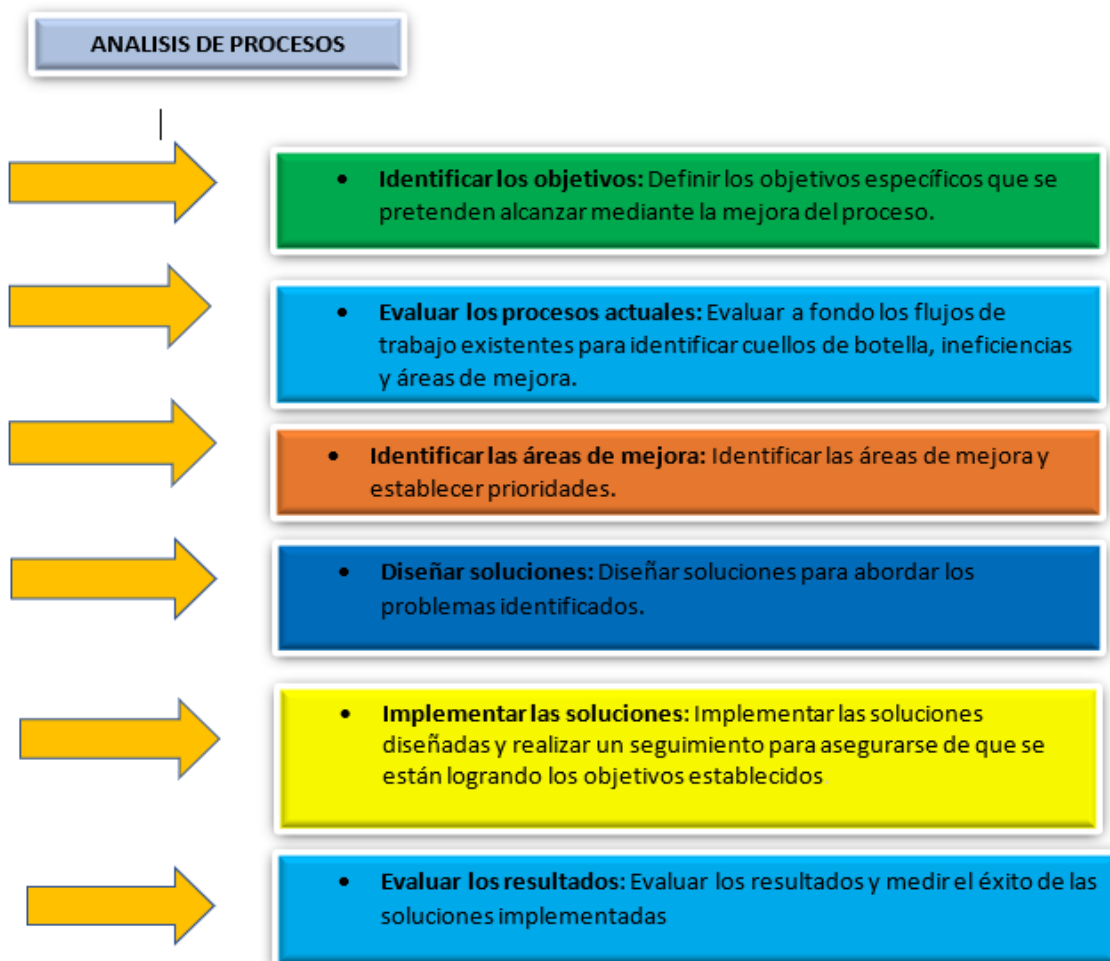
**Visión detallada o concreta:** en este punto es cuando el equipo o persona encargada de realizar el diagnóstico se centran especialmente en recoger toda la información posible acerca del apartado concreto de la empresa por el que se está interesado estudiar, este proceso es posible gracias a la obtención de imágenes, tablas, gráficos, entrevistas, y toda clase de recursos que permitan conocer de primera mano la situación o tema a analizar.

**Cálculos:** llegados a este punto y con la información recogida de la fase anterior, es establecer el estado del tema y en qué nivel está según el baremo que se haya querido fijar.

**Conclusiones:** se procesa y analiza toda la información que se ha recogido y se estudia para evaluar y conocer los motivos que impiden alcanzar aquellos parámetros que en su momento se establecieron. Conociendo los problemas o causas negativas del apartado seleccionado, será mucho más fácil encontrar las soluciones.

### **5.2.2 El análisis de procesos.**

Por medio del análisis de procesos, se examinó la viabilidad y sustentabilidad de cada uno de los procesos implementados, identificando los objetivos que no son sustentables. Este permite identificar oportunidades de mejora en el marco del desarrollo del plan estratégico organizacional.



**Definir las prioridades.**

**Establecer criterios de priorización:** Uno de los principales problemas, y el que más impacto tiene en los procesos organizativos de la empresa, es la desorganización empresarial, la cual deriva en falta de comunicación, déficit en el liderazgo y finalmente baja participación de ventas en el mercado del vidrio.

**Asignar prioridades:** se llevará a cabo de manera estratégica, principalmente, se dará prioridad a la identificación de procesos de mejora mediante un análisis exhaustivo de las áreas críticas de la empresa, ante todo aquellas que impacten en la eficiencia y la competitividad. Después que se han establecido los criterios de priorización, asignar prioridades basadas en la urgencia y relevancia de cada acción propuesta, además se dará especial atención en un estudio costo /beneficio priorizando las iniciativas que ofrezcan el mayor retorno en término de mayor eficiencia operativa y mejorar el rendimiento empresarial.

**Desarrollar un plan de acción:** Finalmente, es importante desarrollar un plan de acción para lograr los objetivos estratégicos. Este plan debe incluir los recursos necesarios, los plazos y las responsabilidades.

**Entender el escenario:** Isajem Distribuciones, al estar ubicada en un sector donde se vende vidrio y aluminio, tiene un entorno específico que influye en su funcionamiento y éxito. La clientela de Isajem Distribuciones está compuesta principalmente por trabajadores del sector de la construcción. Estos clientes pueden necesitar vidrio y aluminio para proyectos de construcción, renovación o reparación. Competirá con otras empresas de vidrio y aluminio en la zona. Es fundamental conocer a los competidores locales y su oferta de productos y servicios. Establece relación con proveedores confiables de vidrio y aluminio. La calidad y disponibilidad de los materiales son cruciales. La ubicación de Isajem es estratégica, ya que está cerca de su clientela objetivo. La accesibilidad para los clientes y proveedores es fundamental.

**Establecer el alcance:** Proponer un plan de mejoramiento estratégico organizacional para la empresa Isajem Distribuciones SAS.

**Definir el método:** En el plan de mejoramiento se emplea el método cuantitativo para recopilar datos mediante la aplicación de encuestas, observación y entrevista directa; permitiendo un análisis detallado y profundo. Como instrumento principal para obtener datos paralelamente, la observación se llevará a cabo para identificar aspectos cualitativos, proporcionando una evaluación detallada de los procesos establecidos para lograr la mejora organizacional.

**Definir el equipo:** El equipo con el que se trabajará será la gerencia en simultáneo con auxiliares del área administrativa.

### 5.3. Procedimientos

Para lograr el diagnóstico organizacional como primer paso, se deben definir los objetivos del mismo. Entender que se quiere lograr con este proceso es fundamental para la identificación de áreas de mejora. Se requiere evaluar el desempeño de cada departamento, para determinar oportunidades de crecimiento.

Identificar las estrategias que se pondrán en marcha a través del plan de mejoramiento estratégico organizacional, una vez que se hayan determinado las estrategias es importante seguir los resultados para evaluar su efectividad; esto ayudará a identificar las estrategias que están funcionando y las que necesitan ser ajustadas.

Una vez que se han desarrollado las acciones, se procede a su implementación. En este paso, es importante contar con el apoyo de la alta dirección y de los empleados para garantizar el éxito del plan de acción.

Identificar los beneficios de la planeación estratégica, esto puede incluir beneficios financieros como aumento de las ventas, reducción de los costos y beneficios no financieros como la satisfacción de los clientes, la mejora en la calidad del producto o servicios y en la

imagen de la empresa. Después que se hayan identificado los costos y beneficios más relevantes, es necesario medirlo, esto puede ser utilizado en métodos cualitativos o cuantitativos.

### **5.3.1 Fases del diagnóstico en la empresa Isajem Distribuciones SAS.**

El diagnóstico empresarial se hará de la siguiente manera:

1. Se analizará las diversas deficiencias que se están presentando dentro de la empresa como amenazas y debilidades

**Amenazas:** Competencia, cambios políticos en la normativa de la comercialización del vidrio, cambios económicos que afectan al sector de la construcción.

**Debilidades:** Desconocimiento de los procesos administrativos, personal no capacitado, retrasos en los despachos.

2. La competencia puede aprovechar las debilidades administrativas de la empresa para ganar cuota de mercado si la competencia puede ser más eficiente en los conocimientos de los procesos administrativos y ofrecer sus productos a precios más competitivos.

Los cambios políticos en la normativa de la comercialización del vidrio pueden suponer un desafío para la empresa, especialmente si el personal no está capacitado para cumplir con los nuevos requisitos.

Los cambios económicos que afectan al sector de la construcción pueden provocar una reducción en la demanda de la producción de vidrio, si la empresa no es capaz de cumplir con los plazos de entrega puede perder clientes a favor de competidores que sí puedan cumplir con los plazos.

3. falta de procesos de control encaminados a generar orden para los procesos de planeación y despacho de los pedidos realizados. Desconocimiento de las funciones y

responsabilidades de los empleados. Falta de comunicación y organización entre los empleados. Ausencia parcial de los camiones de despacho. Inexistencia de planeación estratégica en los procesos administrativos. Crecimiento empírico administrativo por parte de los propietarios

### **5.3.2. Pasos para estudio de procesos la empresa Isajem Distribuciones SAS**

según el análisis en los procesos apuntan a realizar un diagnóstico organizacional en el departamento administrativo de Isajem Distribuciones S.A.S. Proponer estrategias de mejora, plantear un plan de acción para desarrollar la planeación estratégica, y evaluar un estudio costo/beneficio para la implementación de dicha planeación estratégica en la empresa.

Para implementar mejoras en el área administrativa de Isajem Distribuciones S.A.S., se llevará a cabo un proceso integral que abarca los siguientes pasos:

**Diagnóstico Organizacional :** Realizar un análisis exhaustivo de los procesos actuales en el departamento administrativo. Identificar áreas de oportunidad y posibles obstáculos para la eficiencia.

**Estrategias de Mejoramiento:** Desarrollar estrategias específicas para abordar las áreas identificadas en el diagnóstico. Establecer metas claras y medibles para evaluar el éxito de las mejoras propuestas.

**Planeación Estratégica:** Formular un plan de acción detallado para implementar mejoras en la planeación estratégica de la empresa. Involucrar a los miembros del departamento administrativo en la planificación y ejecución

**Estudio Costo/Beneficio:** Realizar un análisis detallado de los costos asociados con la implementación de las mejoras propuestas. Evaluar los beneficios esperados, tanto a corto como a largo plazo, para justificar la inversión.

#### **5.3.4 Pasos para calcular los costos de la propuesta**

procedimientos para definir los costos de la implementación de un plan de mejoramiento organizacional de la empresa Isajem distribuciones S.A.S:

**Revisión de Documentación Existente:** Examinar la documentación actual de la e los procesos existentes y determinar las áreas de mejora.

**Identificación de Áreas de Mejora:** Trabajar en colaboración con los equipos relevantes para identificar específicamente las áreas que necesitan mejoras.

**Definición de Objetivos y Metas:** Establecer objetivos y metas claras para el plan de mejoramiento, asegurándose de que estén alineados con la visión y misión de la empresa.

**Estimación de Recursos:** Identificar los recursos humanos, materiales y financieros necesarios para cada fase del proyecto. Obtener cotizaciones para productos o servicios externos si es necesario.

**Cálculo de Costos Directos e Indirectos:** Cuantificar los costos directos, como la adquisición de tecnología o la contratación de consultores. Evaluar los costos indirectos, como el tiempo dedicado por el personal al proyecto.

**Evaluación de Costos de Capacitación:** Calcular los costos asociados con la formación del personal en nuevas prácticas o herramientas. Considerar los costos de materiales de formación

**Presupuesto de Comunicación:** Estimar los costos relacionados con la comunicación interna y externa sobre el plan de mejora. Incluir gastos para reuniones, material de comunicación y otros medios de difusión.

**Análisis de Costo/Beneficio:** Realizar un análisis detallado de los costos frente a los beneficios esperados para justificar la inversión.

**Aprobación y Revisión Continua:** Presentar el plan de costos a los responsables y obtener la aprobación. Revisar y ajustar los costos según sea necesario a lo largo de la implementación.

## **Conclusiones**

La empresa Isajem Distribuciones SAS enfrenta una serie de problemas que están afectando su crecimiento y competitividad. Estos problemas se relacionan con la falta de planeación estratégica, la desorganización en los procesos administrativos, la falta de comunicación y liderazgo, y la carencia de cultura organizacional.

La implementación del plan de mejoramiento estratégico permitirá a la empresa Isajem Distribuciones SAS superar los problemas que enfrenta y alcanzar su máximo potencial.

La aplicación del plan de mejoramiento estratégico es una tarea compleja que requiere del compromiso y la participación de todos los miembros de la empresa. Sin embargo, si se lleva a cabo de manera adecuada, el plan permite a la empresa Isajem Distribuciones SAS alcanzar sus objetivos estratégicos y mejorar su posición competitiva en el mercado.

## **Recomendaciones**

Para asegurar el éxito del plan, la compañía debe crear un comité directivo que supervise su desarrollo. Este comité se encargará de evaluar periódicamente los resultados del programa y realizar los ajustes necesarios. Es fundamental que todos los empleados se involucren en este proceso, ya que la mejora estratégica debe ser un esfuerzo colectivo. La participación activa de cada miembro en la planificación y ejecución del programa es esencial. Asimismo, la empresa debe fomentar una cultura de aprendizaje continuo, donde la disposición para adquirir nuevos conocimientos y crecer sea un valor fundamental. Finalmente, la voluntad de innovar y experimentar con nuevas ideas es crucial para el progreso y la adaptación a los cambios.

## **6. Reseña histórica empresarial**

### **Inicio**

Isajem Distribuciones es una empresa colombiana creada en 2014 en un barrio popular de Cali, llamado barrio Obrero, por Alexander Lozano y Ana Rincón, una pareja de esposos que vio en el vidrio una oportunidad para crecer y generar empleo.

### **Crecimiento**

Desde su creación hasta hoy, Isajem Distribuciones SAS se ha establecido en el mercado del vidrio como una de las empresas más sólidas. Ha ampliado su oferta al área de aluminio, aunque su fuerte sigue siendo el vidrio en lámina. Se hicieron conocidos en el sector gracias a su portafolio y servicio, generando confianza y seguridad en sus clientes.

### **Desafíos**

Por factores fuera de su control, en 2020 tuvieron que reestructurar su visión y adaptarse a los nuevos cambios y desafíos que el mercado presentaba. Lograron enfrentar estos retos y resurgieron con fuerza, siendo una de las pocas empresas que logró sobrevivir tras un año difícil en la economía global.

### **Innovación**

Adquirieron tecnología para el corte y manejo del vidrio, ofreciendo una experiencia de eficiencia y rapidez en los tiempos de espera para los cortes y formas de los vidrios.

### **Presente:**

Isajem Distribuciones es una de las empresas con mayor estabilidad en el mercado, que ha logrado posicionarse entre las favoritas de los clientes por su excelente servicio.

## 6.1. Tipo de empresa

Persona jurídica



Camara de Comercio de Cali  
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL  
Fecha expedición: 10/01/2025 04:49:17 pm

Recibo No. 9370150, Valor: \$11.600

**CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 0825ZLZY0U**

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a [www.ccc.org.co](http://www.ccc.org.co) y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario, contados a partir de la fecha de su expedición.

LA MATRÍCULA MERCANTIL PROPORCIONA SEGURIDAD Y CONFIANZA EN LOS NEGOCIOS, RENUEVE EN [WWW.CCC.ORG.CO](http://WWW.CCC.ORG.CO). EL PLAZO PARA RENOVAR LA MATRÍCULA ES HASTA EL 31 DE MARZO DE 2025.

CON FUNDAMENTO EN LA MATRÍCULA E INSCRIPCIONES EFECTUADAS EN EL REGISTRO MERCANTIL, LA CÁMARA DE COMERCIO CERTIFICA:

### NOMBRE, IDENTIFICACIÓN Y DOMICILIO

Razón social: ISAJEM DISTRIBUCIONES SAS  
Nit.: 901438689-3  
Domicilio principal: Cali

### MATRÍCULA

Matrícula No.: 1103271-16  
Fecha de matrícula en esta Cámara: 10 de diciembre de 2020  
Último año renovado: 2024  
Fecha de renovación: 19 de marzo de 2024  
Grupo NIIF: Grupo 3

## 6.2. Capital Social

### CAPITAL SUSCRITO

Valor: \$250,000,000

No. de acciones: 1,000

Valor nominal: \$250,000

### **6.3 Objeto social**

Comercio al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en establecimientos especializados. Transporte de carga por carretera, mantenimiento y reparación especializado de productos elaborados en metal. Fabricación de productos metálicos para uso estructural.

La venta, comercialización, distribución, instalación, transporte, corte y despiece de materiales y estructuras en vidrio y aluminio, bien sea para hogares o industrias. La sociedad podrá igualmente prestar y contratar toda clase de servicios de asistencia técnica, de asesoría, de distribución, de arrendamiento, de préstamo, y de administración y representación de bienes y personas. Importación de vidrios y aluminios y materiales para el sector de la construcción . Además de importación de cualquier bien u objeto para su comercialización en el mercado nacional.

### **6.4 Misión y visión empresarial**

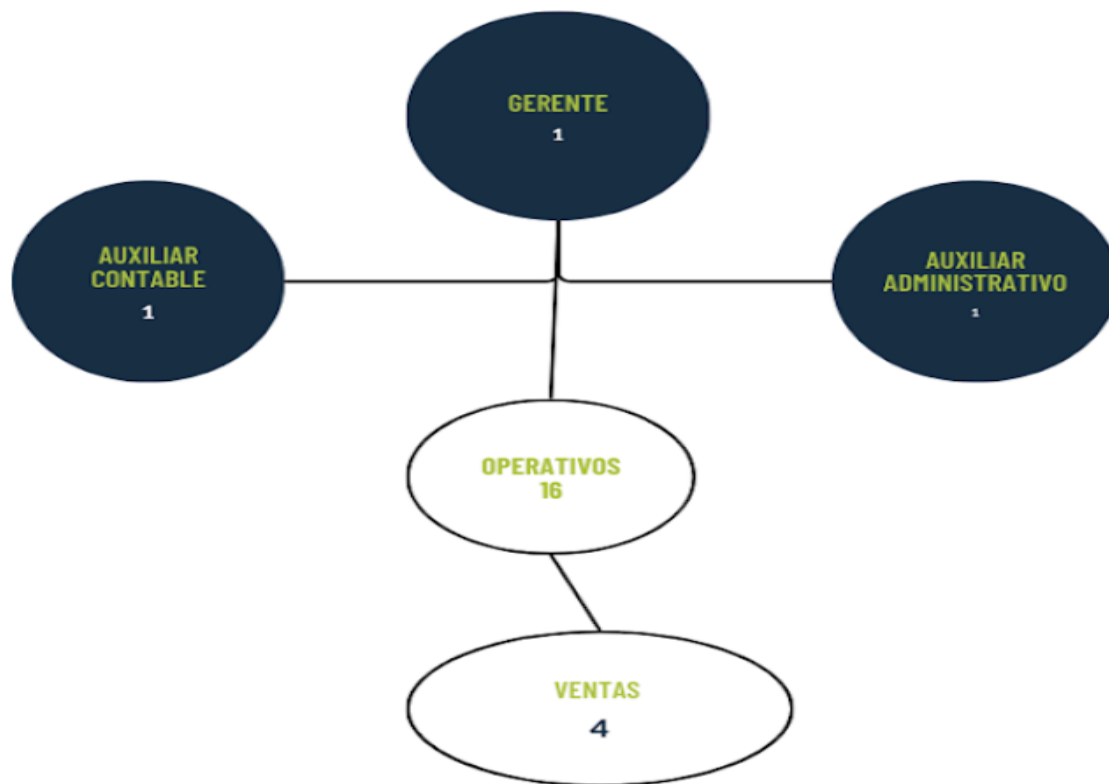
Inexistente

### **6.5 Políticas de empresa**

Como políticas está establecido lo siguiente:

1. Horario 7:10 am-5:00 pm
2. Portar la dotación correspondiente al área
3. No beber bebidas alcohólicas ni fumar dentro de las instalaciones
4. Crédito solo se les otorga a clientes registrados con Rut

## 6.6 Estructura empresarial - Áreas funcionales



## 6.7 Portafolio de productos

1. Lámina de vidrio de 3,4,5,6,8,10,15,19 de espesor
2. Cubiertas para comedores
  - Talla
  - Pintura
  - Formas
3. Espejos chinos (importado)
4. Espejo nacional

5. Lámina de vidrio azul reflectivo
6. Lámina de vidrio Bronce
7. Lámina de vidrio bronce reflectivo
8. Divisiones de baño
9. Aluminio
  - Nave ducha
    - Blanca
    - Negra
    - Natural
  - Enganche
  - Traslape
  - Horizontal superior e inferior
  - Kit
  - Proyectante blanco - negro - natural
  - Tubular

---

● SOPORTE ALETA DE TIBURON GRANDE

---

● TUBULAR 3X1 ENTAMBORADO

NATURAL

---

● TUBULAR 11/2 X 11/2 BLANCO

---

● TUBULAR 11/2 X 11/2 NEGRO

---

● TUBULAR 11/2X11/2 CON ADAPTADOR

BLANCO

---

● TUBULAR 11/2X11/2 CON ADAPTADOR

NATURAL

---

● TUBULAR 11/2X11/2 LIVIANO NATURAL

---

● TUBULAR 1X1 CON ALETA BLANCO

---

● TUBULAR 1X1 CON ALETA NATURAL

---

● TUBULAR 1X1 DOBLE ALETA

NATURAL

- TUBULAR 3 X 1 1/2 LISO NEGRO
- TUBULAR 3 X 1 CON ALETA BLANCO
- TUBULAR 3 X 1 1/2 BLANCO
- TUBULAR 3/4X1 1/2 BLANCO
- TUBULAR 3/4 X 1 1/2 NATURAL
- TUBULAR 3X1 LISO BLANCO
- TUBULAR 3X1 LISO NATURAL
- TUBULAR 3X1 1/2 CON ADAPTADOR

NATURAL

- TUBULAR 3X1 1/2 LISO LIVIANO

BLANCO

- Mosquitero
- Sillar blanco-negro

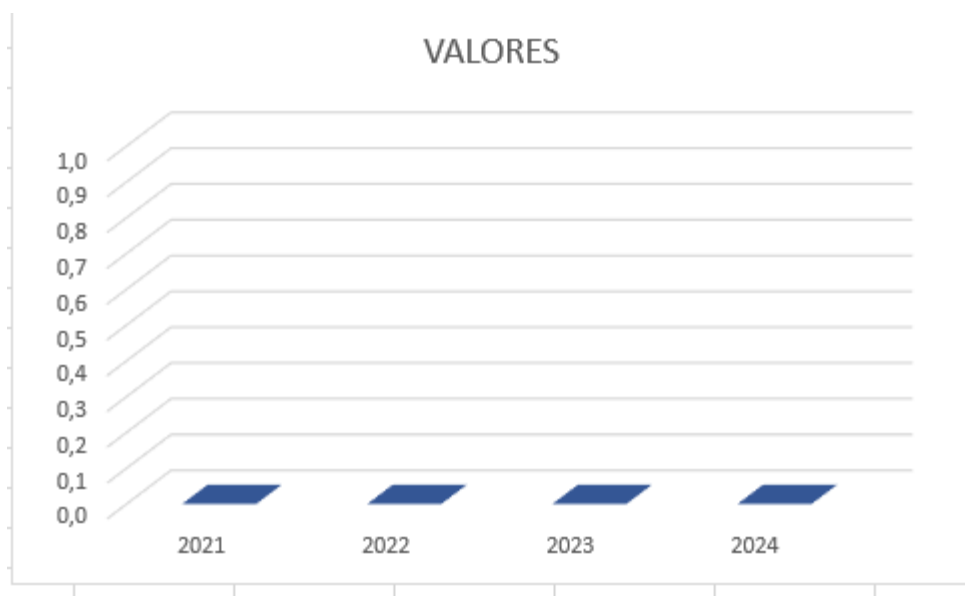
10. Silicona
11. Vidrio templado

## 6.8. Mercado

Va dirigido a sectores de la construcción. Pequeñas y medianas empresas dedicadas a la venta y distribución de vidrio y ferreterías.

## 6.9. Evolución financiera

AÑO	VALORES
2021	3,483,816,355.91
2022	7,110,438,400.19
2023	5,602,072,555.44
2024	5,358,851,049.67



El gráfico muestra la estabilidad general de la empresa entre 2021 y 2024. Esto es preocupante porque no hay evidencia de crecimiento económico, lo que genera un alto riesgo de pérdida de ganancias.

## 7. Análisis de la situación actual de la empresa

Actualmente, la empresa se encuentra en una situación financiera sólida. Durante los últimos cuatro años, ha mantenido un enfoque financiero constante. Sin embargo, es preocupante que no haya mostrado un aumento en sus ventas. Esto podría deberse al aumento de precios de sus productos, causado por el costo elevado de las importaciones, lo que la ha hecho menos competitiva en el sector del vidrio. Presenta una estructura organizacional frágil. No existen roles de liderazgo definidos, lo que dificulta la gestión efectiva de la administración en todas las áreas de la empresa, provocando retrocesos. Se nota una falta de comunicación entre los empleados, lo cual es un problema que empieza desde la alta dirección.

No obstante, es una excelente oportunidad para implementar el plan de mejora estructurado.

### 7.1. Análisis del sector: Entorno económico en que se mueve la empresa

El entorno es variado y competitivo. La industria de la construcción y los proveedores son los principales motivadores de la necesidad de productos de vidrio y aluminio, dado que estos materiales son esenciales para edificaciones, hogares, locales comerciales y su reventa.

### 7.2. La competencia

#### 1. Vidrio Andino S.A.S. (Grupo Saint-Gobain)

- **Ubicación:** Planta principal en Soacha, Cundinamarca (Km 6.5 Vía Soacha - Mondoñedo, Vereda Canoas).
  
- **Sectores atendidos:** Construcción comercial y residencial, automotriz, electrodomésticos y decoración de interiores.
  
- **Productos destacados:**
  - Vidrio flotado (única planta en Colombia).
  - Vidrio laminado de seguridad (SGG STADIP®).
  - Vidrios de control solar (SGG COOL-LITE®).
  - Vidrio extra claro (SGG DIAMANT®).
  - Vidrios decorativos (SGG PLANILAQUE®, MIRAGE®).
  - Vidrios para refrigeración (SGG PLANITHERM®, SGG EKO PRO®).
  
- **Características distintivas:**
  - Primera y única planta de vidrio flotado en Colombia.
  - Compromiso con la sostenibilidad: implementación de energías renovables y programas de reciclaje.
  - Reconocida por su innovación y calidad en productos de vidrio.

## 2. Vidrios La Fania de Occidente S.A.S.

● **Ubicación:** Calle 21 #9-45, Barrio Obrero, Cali, Valle del Cauca.

● **Sectores atendidos:** Comercio al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en establecimientos especializados.

● **Productos destacados:**

- Vidrio incoloro en diferentes espesores (3mm a 19mm).
- Vidrio laminado incoloro (3+3, 4+4, 5+5).
- Vidrios reflectivos (azul y bronce).
- Espejos decorativos (2mm a 4mm).

● **Características distintivas:**

- Empresa de tamaño micro, enfocada en la atención personalizada y precios competitivos.
- Ubicación estratégica en Cali, facilitando la distribución local.
- Amplia variedad de productos para proyectos residenciales y comerciales.

## 3. Vidrios Arango

● **Ubicación:** Información específica no disponible en los resultados actuales.

● **Sectores atendidos:** Proyectos de construcción, decoración de interiores y mobiliario.

● **Productos destacados:**

- Sistema Glassvit para baños.
- Espejos decorativos.
- Mesas de vidrio.
- Pasamanos de vidrio.

● **Características distintivas:**

- Más de 38 años de experiencia en el mercado.
- Amplio catálogo de productos para diversos proyectos.

- Reconocida por suministrar grandes proyectos en Colombia.

#### 4. Coovidrios

- **Ubicación:** Cali, Valle del Cauca.

- **Sectores atendidos:** Distribución de vidrios y accesorios para la industria del vidrio en ciudades como Cali, Popayán, Palmira, Tuluá, Buga, Yumbo, Jamundí, Cartago, Santander de Quilichao, Pereira, Armenia y otras.

- **Productos destacados:**

- Vidrios grabados claros y en color.
- Vidrios lisos nacionales e importados.
- Vidrios reflectivos y anti reflectivos.
- Acrílicos, aluminio para divisiones de baño, insumos para marquetería, siliconas y accesorios industriales.

- **Características distintivas:**

- Empresa del sector solidario con amplia cobertura regional.
- Ofrece precios competitivos y soporte técnico.
- Cuenta con un equipo humano altamente calificado y logística de alta calidad.

#### 7.3. El mercado actual – Participación en el mercado

ISAJEM DISTRIBUCIONES SAS está ubicado en la zona central de la ciudad de Cali, lo cual representa un reto debido a la alta rivalidad existente. Su notoriedad en el mercado es limitada, ya que carece de plataformas digitales como páginas web o perfiles en redes sociales para dar a conocer sus productos. La recomendación directa es su principal método de divulgación. Esto implica una carencia de estrategias de mercadeo sólidas, lo que la sitúa en una

posición desfavorable frente a competidores que gozan de una mayor visibilidad en línea y presencia web, permitiéndoles alcanzar a una audiencia más extensa.”



#### **7.4. Estrategias de mercadeo y ventas**

La estrategia de ventas más importante de la empresa es la voz a voz entre los usuarios. Además, tiene representantes comerciales externos que recorren varias áreas de la ciudad y localidades cercanas, donde entregan tarjetas de la empresa con sus datos para informar a posibles clientes sobre sus productos. WhatsApp se presenta como una herramienta valiosa para realizar cotizaciones y ventas, ya que facilita una atención más efectiva y acelera el servicio al cliente.

**ISAJEM**  
Suministro y Biselado de Vidrios  
ESTE AÑO ESTAREMOS PRESTANDO VARIEDAD DE SERVICIOS

SERVICIO DE BISELADO PARA ESPEJOS 4MM (RECTANGULOS) 2CM x 3CM x 3CM

VARIEDAD DE VIDRIOS PARA TIG VENTANAS Y BISELADO ESPECIAL

**Bodega Biselamos**  
Ventas Isajem  
Otro  
Cerrado ahora, abre a la(s) 13:30

Compartir

Esta es una cuenta de empresa.

viernes 7:00 AM - 12:00 PM  
1:30 PM - 5:00 PM

Cr 9 # 21 35 Cali

**ISAJEM**  
Suministro y Biselado de Vidrios

**Biselamos Almacén**  
Isajem  
Indumentaria y accesorios  
Cerrado ahora, abre a la(s) 13:30

Compartir

Esta es una cuenta de empresa.

Suministro de vidrios para la industria y la decoración

viernes 7:00 AM - 12:00 PM  
1:30 PM - 5:00 PM



## 7.5 Matriz FODA: Análisis interno y externo de la empresa

MATRIZ FODA EMPRESARIAL	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	1. <b>Alianzas comerciales:</b> Posibilidad de convenios con constructoras y mayoristas.	1. <b>Competencia con grandes distribuidores:</b> Empresas con mayor presencia en el mercado y mejores precios.
	2. <b>Uso de tecnología:</b> Implementación de software de gestión y ventas en línea.	2. <b>Problemas de distribución:</b> La falta de disponibilidad de camiones propios afecta los tiempos de entrega.
	3. <b>Tendencias ecológicas:</b> Posibilidad de especializarse en productos sostenibles.	3. <b>Pérdida de clientes:</b> Los retrasos y la desorganización afectan la fidelización de clientes.
	4. <b>Expansión del mercado:</b> Posibilidad de ampliar cobertura a otras ciudades.	4. <b>Aumento de costos operativos:</b> Precios altos en insumos afectan la rentabilidad.
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
1. <b>Reconocimiento en el sector:</b> Ha logrado establecerse como una empresa confiable en la distribución de vidrio.	<b>Crear un canal de ventas online (F2, F3, O3, O4)</b> Implementar una tienda en línea con catálogo digital y cotizaciones en tiempo real.	<b>Servicio personalizado y rápido (F3, F4, A1, A2)</b> Diferenciarse con atención al cliente y rapidez en las entregas frente a la competencia.  <b>Estrategia de diferenciación en calidad y garantía (F1, F3, A2, A4)</b> Posicionarse como una empresa con productos de alta calidad y ofrecer garantía en el servicio.
2. <b>Flota de transporte propia:</b> Cuenta con 4 camiones que pueden optimizarse para distribución eficiente.	<b>Optimización de la flota de transporte (F2, F4, O1, O5)</b> Utilizar los camiones propios de manera más eficiente para mejorar tiempos de entrega.	
3. <b>Variedad de productos:</b> Ofrece vidrios en diferentes calibres, espejos y estructuras en aluminio.		
4. <b>Equipo de trabajo consolidado:</b> 27 trabajadores con experiencia en ventas y producción.	<b>Capacitación y certificación del personal (F4, O4, O5)</b> Brindar formación en ventas, administración y servicio al cliente para mejorar la eficiencia operativa.	
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
1. <b>Falta de planeación estratégica:</b> No tiene una visión y misión definidas.	<b>Definir una estructura organizacional clara (D1, D2, O1, O4)</b> Establecer roles y jerarquías para mejorar la toma de decisiones y la eficiencia operativa.	<b>Implementar tecnología para gestión de pedidos (D3, D4, A2, A5)</b> Usar software de gestión para evitar retrasos y mejorar la logística de entregas.
2. <b>Estructura organizacional débil:</b> No hay roles de liderazgo bien definidos.	<b>Implementar un plan de mercadeo y publicidad (D2, D4, O3, O5)</b>	
3. <b>Desorganización en procesos administrativos:</b> Falta de control en despacho y ventas.	Lanzar campañas en redes sociales y crear una estrategia de fidelización para atraer nuevos clientes.	<b>Reducción de costos operativos (D1, D4, A1, A5)</b> Negociar con proveedores y optimizar recursos para reducir costos y mejorar márgenes de ganancia.
4. <b>Falta de marketing:</b> Depende solo del voz a voz y no tiene estrategias publicitarias.	<b>Mejorar la planeación estratégica (D1, D3, O2, O5)</b> Definir misión, visión y objetivos claros para orientar el crecimiento de la empresa.	

### 7.5.1 Matriz FODA: Para el sector que pertenece la empresa

MATRIZ FODA ENTORNO LABORAL	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	1. <b>Crecimiento del sector construcción:</b> Expansión de infraestructura y remodelaciones generan más demanda.	1. <b>Altos costos de importación:</b> Afectan la competitividad y márgenes de ganancia.
	2. <b>Tendencias de sostenibilidad:</b> Creciente demanda de materiales reciclables como el vidrio.	2. <b>Regulaciones y normativas ambientales:</b> Posibles restricciones en la comercialización de vidrio.
	3. <b>Digitalización:</b> Expansión del comercio en línea y nuevas estrategias de mercadeo.	3. <b>Factores externos:</b> Cambios políticos o económicos pueden afectar la demanda.
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
1. <b>Demanda estable:</b> La industria de la construcción requiere constantemente productos de vidrio y aluminio.	1. <b>(F1, O3)</b> Incorporar tecnología 3D y automatización aprovechando la mano de obra calificada y la creciente disponibilidad de herramientas digitales.	1. <b>(F3, A1, A3)</b> Aprovechar la experiencia técnica del sector para diferenciarse de la competencia informal, con enfoque en calidad, cumplimiento normativo y servicio personalizado.  2. <b>(F4, A2)</b> Desarrollar protocolos ambientales y de sostenibilidad que refuercen la posición del sector ante nuevas normativas y exigencias legales.
2. <b>Ubicación estratégica:</b> Cali es un centro comercial clave en Colombia.	2. <b>(F3, F4, O2)</b> Desarrollar productos personalizados y sostenibles (como ventanas térmicas y fachadas ventiladas) usando la experiencia técnica y la demanda creciente en construcción verde.	
3. <b>Variedad de clientes:</b> Atiende a constructoras, ferreterías y distribuidores.	3. <b>(F2, F4, O1, O2)</b> Posicionar al sector como aliado estratégico del desarrollo urbano mediante alianzas con constructoras y entidades gubernamentales, destacando la calidad y durabilidad del vidrio y aluminio.	
4. <b>Material reciclable:</b> El vidrio es sostenible y alineado con nuevas normativas ambientales.		
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
1. Limitado acceso a tecnología de punta para transformación del vidrio y el aluminio.	1. <b>(D1, O1, O3)</b> Acceder a programas de financiación y capacitación del gobierno para modernizar maquinaria e infraestructura tecnológica.	1. <b>(D2, A1, A3)</b> Fomentar la asociatividad entre empresas del sector para reducir costos operativos, acceder a maquinaria compartida y defenderse frente a la competencia informal.
2. Alta dependencia de importaciones para ciertos insumos o maquinaria.	2. <b>(D3, O2)</b> Implementar sistemas de gestión de calidad (ISO) para profesionalizar procesos y acceder a mercados más exigentes.	2. <b>(D1, D3, A2)</b> Diseñar una estrategia sectorial de renovación tecnológica para minimizar la obsolescencia ante nuevos estándares de calidad y sostenibilidad.
3. Falta de certificaciones de calidad o sostenibilidad (ISO, LEED, etc.).	3. <b>(D1, D2, O3)</b> Gestionar incentivos públicos para financiar la modernización tecnológica de las pequeñas y medianas	

## **8. Diagnóstico formulación e implementación del plan de mejoramiento en el área administrativa**

### **8.1 Área administrativa**

#### **8.2 Diagnóstico**

- Auxiliar administrativa
  - revisión cuadros diarios
  - revisión facturación electrónica diaria
  - gestión cartera clientes
  - realizar recibos de caja para clientes
  - conciliaciones bancarias
  - revisión ingreso de dinero en bancos
  - facturación electrónica clientes
  - ingreso de planillas de transporte
  - control de inventario de bodega de vidrio importado
  - entrega de EPP
  - generación de nómina electrónica
  - control de préstamos a empleados
  - ingreso ARL empleados
- Auxiliar administrativa
  - revisión de cuadro diario de otra sede
  - gestión cartera proveedores
  - digitación de facturación de proveedores
  - gestión planillas seguridad social
  - ingreso de trabajadores a seguridad social
  - creación de clientes en el sistema
- Área comercial
  - Realización de facturación electrónica
  - Realización de cotizaciones
  - Gestión de pedidos
- Área comercial

- Manejo de caja y efectivo
- Área comercial
  - Visita a clientes
  - Realizar cotización
- Área producción
  - Corte de vidrio
  - Carga y descarga de vidrio
  - aseo a la bodega
- Jefe de despacho
  - despacho y entrega de pedidos

### 8.2.1 Matriz DOFA para el área administrativa

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<b>MATRIZ FODA ÁREA ADMINISTRATIVA</b>	1. Oportunidad para adoptar mejores prácticas en organigramas y manuales de funciones a través de benchmarking.	1. Sanciones de unidades estatales por incumplimientos administrativos. 2. Cambios en las regulaciones para importación de materiales de construcción.
	2. Formación interna: Diseño de un plan de capacitación en facturación electrónica, atención al cliente y uso de ERP.	3. Incumplimiento por parte de los proveedores.
	3. Apertura al uso de herramientas digitales para optimizar la gestión administrativa.	4. Clientes cada vez más exigentes con cumplimiento de tiempos y calidad del servicio.
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
1. El personal tiene experiencia práctica en los procesos internos.	FO1. Formalizar un "Área de Mejora Continua" que documente procedimientos internos y actualice manuales Kaizen.	FA1. Usar la experiencia del personal (F1) para identificar y mejorar rápidamente procesos internos ante la competencia estructurada (A1).
2. La empresa cuenta con políticas recientes para estructurar el talento humano y la planeación.	FO2. Utilizar las políticas actuales de planeación y talento humano (F2) para vincular asesoría externa (O2) que ayude a estructurar mejor los procesos administrativos.	FA2. Apoyarse en las nuevas políticas de planeación (F2) para adaptarse con mayor rapidez a los cambios regulatorios (A2).
3. Buena disposición del equipo humano para capacitarse y adaptarse a mejoras.	FO3. Formar al equipo humano (F3) en gestión moderna, aprovechando la creciente demanda del sector construcción (O1) para mejorar la competitividad interna.	FA3. Promover la capacitación continua (F3) para responder a las exigencias crecientes de los clientes (A4), garantizando calidad en la atención y cumplimiento.
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
1. Falta de manuales de funciones y procedimientos para el personal.	DO1. Desarrollar manuales de funciones y procedimientos (D1) con el apoyo de asesoría externa (O2) para estandarizar los procesos administrativos.	DA1. Crear e implementar con urgencia procedimientos internos claros (D1, D3) para responder mejor ante clientes exigentes (A4).
2. Deficiente comunicación interna entre las áreas.	DO2. Implementar una plataforma digital de comunicación interna (O3) para superar la deficiencia comunicativa entre áreas (D2).	DA2. Mejorar la comunicación interna (D2) mediante reuniones periódicas y formatos de seguimiento para evitar fallos que puedan costar clientes o afectar la competitividad (A1, A4).
3. No existe un liderazgo definido en el área administrativa.	DO3. Establecer un programa de liderazgo con apoyo de instituciones educativas (O2) para cubrir la falta de liderazgo en el área administrativa (D3).	DA3. Formar al equipo en uso básico de herramientas contables (D4) para evitar errores que, junto con el aumento de costos (A3), puedan afectar la rentabilidad.
4. Bajo conocimiento en herramientas contables y de gestión por parte del personal administrativo.		

### 8.3 Plan de mejoramiento

- **Objetivos**

- **Objetivo general**

Fortalecer el área administrativa de Isajem Distribuciones S.A.S mediante la implementación de procesos estratégicos que promuevan la eficiencia operativa, el liderazgo organizacional y el desarrollo sostenible de la empresa.

- **Objetivos específicos**

1. Establecer e implementar un manual de funciones y procedimientos para el área administrativa.
2. Diseñar un plan de capacitación para el personal administrativo y comercial en gestión y servicio al cliente.
3. Mejorar los canales de comunicación interna para optimizar la coordinación entre las áreas de trabajo.

### 8.4 Implementación del plan de mejoramiento

#### 8.4.1 concepto de misión y visión

**Misión:** Es el propósito fundamental de la empresa. Responde a la pregunta: ¿Qué hacemos? Describe el negocio actual, los clientes a los que sirve y cómo lo hace. Es el "aquí y ahora" de la organización.

**Visión:** Es la **aspiración a largo plazo** de la empresa. Responde a la pregunta: ¿**A dónde queremos llegar?** Describe el estado futuro deseado para la organización. Es la imagen inspiradora del futuro que la empresa busca crear.

**Misión propuesta:** Somos una empresa dedicada a la importación y distribución de vidrio y aluminio, estamos comprometidos con ofrecer un servicio de calidad, desde el

servicio hacia la excelencia operacional, brindando soluciones eficientes y productos de calidad que generen confianza y satisfacción a nuestros clientes.

**Visión propuesta:** Para el año 2030, ser reconocidos como líderes en calidad y excelencia en el servicio, destacándonos en el sector de comercialización en la ciudad de Cali, mediante el compromiso con la innovación, la satisfacción del cliente y el desarrollo sostenible.

#### **8.4.2. Políticas**

##### **1. Política de Dirección Estratégica:**

**Objetivo:** Crear una guía definida para el desarrollo y la estabilidad de Isajem Distribuciones SAS, garantizando que todos los esfuerzos estén orientados a metas compartidas.

**Valores:** Perspectiva a largo plazo: Se destacará la importancia de planificar con una mentalidad futura, previendo los cambios en el mercado y las posibilidades de expansión.

**Involucramiento Inclusivo:** El proceso de planificación estratégica contará con la participación de líderes de todas las áreas para asegurar una visión completa y un compromiso conjunto.

**Flexibilidad:** El plan estratégico será un documento dinámico, que se revisará regularmente y se ajustará según la evolución del entorno.

**Comunicación Clara:** Los objetivos estratégicos y los progresos hacia su cumplimiento se compartirán de forma comprensible y puntual con todos los colaboradores.

**Normas:** Se llevará a cabo un ciclo de planificación estratégica cada año que incluirá: evaluación del entorno (tanto interno como externo), actualización de la misión, visión y valores, fijación de objetivos estratégicos a largo y corto plazo con indicadores clave de rendimiento y el desarrollo de estrategias para lograr esos objetivos.

## **2. Políticas para la Gestión del Talento Humano y la Estructuración de Cargos:**

**Objetivo:** Garantizar que Isajem Distribuciones SAS tenga el personal adecuado en los puestos correctos, con una comprensión clara de sus obligaciones y aportaciones.

**Fundamentos:** Claridad en los Puestos: Cada rol en la organización tendrá una descripción precisa de sus tareas, responsabilidad, autoridad y los requisitos necesarios para su desempeño.

**Comunicación Clara:** Se transmitirán de manera clara y a tiempo las descripciones de puestos y las expectativas de rendimiento a todos los trabajadores.

**Desarrollo Constante:** Se apoyará el crecimiento de las habilidades y competencias de los empleados para asegurar su avance profesional y su aporte a los objetivos de la empresa.

**Justicia y Transparencia:** Los procedimientos de selección, evaluación y desarrollo se basarán en criterios claros y justos.

**Directrices:** Se creará y mantendrá al día un manual de descripciones de posiciones que incluya para cada puesto: identificación del cargo, objetivo principal, funciones esenciales, responsabilidades importantes, relaciones jerárquicas y requisitos de educación, experiencia y habilidades.

En el momento de la contratación, se proporcionará a cada empleado la descripción detallada de su puesto y se llevará a cabo una inducción completa sobre sus funciones y responsabilidades.

Se implementará un sistema regular de evaluación del desempeño basado en los objetivos y responsabilidades establecidos en la descripción del puesto.

Se crearán y ejecutarán programas de formación y desarrollo según las necesidades identificadas y en los planes de carrera de los empleados.

## **3. Política de Optimización de Procesos Clave:**

**Objetivo:** Aumentar de forma constante la eficiencia, efectividad y competitividad de los procesos fundamentales que aportan valor a los clientes de Isajem Distribuciones SAS.

**Bases:** Enfoque en el Cliente: La optimización de procesos se enfocará en satisfacer las expectativas y necesidades del cliente.

**Mejora Continua:** Se promoverá una cultura de búsqueda constante de oportunidades para mejorar e implementar soluciones efectivas.

**Análisis Basado en Datos:** Las decisiones sobre mejoras se sustentarán en la recolección y análisis de datos relevantes relacionados con el rendimiento de los procesos.

**Colaboración Interfuncional:** La optimización de los procesos implicará trabajar juntos con diferentes áreas afectadas.

**Lineamientos:** Se llevará a cabo un mapeo exhaustivo de los procesos clave en Isajem Distribuciones SAS, para identificar los flujos de trabajo, los encargados y los puntos de contacto.

Los procesos identificados se evaluarán mediante metodologías de mejora continua con el fin de reconocer cuellos de botella, ineficiencias y áreas de optimización.

Se establecerán indicadores clave de rendimiento para seguir el desempeño de los procesos claves y medir el efecto de las mejoras implementadas.

Se crearán y llevarán a cabo planes de mejora específicos para cada proceso clave, designando responsables y marcando plazos.

Se realizarán revisiones frecuentes del desempeño de los procesos y se alentará la retroalimentación de empleados y clientes para descubrir nuevas oportunidades de mejora.

#### **4. Política de despacho.**

**Propósito:** Establecer los lineamientos y procedimientos para la gestión eficiente y oportuna del despacho de mercancías a los clientes de Isajem Distribuciones SAS, asegurando la integridad de los productos y la satisfacción del cliente.

**Alcance:** Esta política aplica a todas las actividades relacionadas con el despacho de mercancías desde las bodegas de Isajem Distribuciones SAS hasta la entrega al cliente,

incluyendo la preparación de pedidos, la verificación, el embalaje, la carga, el transporte y la documentación asociada.

### **Principios:**

- **Oportunidad:** Los despachos se realizarán dentro de los plazos acordados con los clientes, buscando la máxima eficiencia en los tiempos de entrega.

- **Exactitud:** Se garantizará la exactitud de los productos y las cantidades despachadas, verificando cada pedido antes de su salida.

- **Integridad:** Se asegurará que los productos lleguen a su destino en perfectas condiciones, utilizando embalajes adecuados y procedimientos de carga seguros.

- **Trazabilidad:** Se mantendrá un registro detallado de cada despacho para facilitar el seguimiento y la resolución de cualquier incidencia.

- **Comunicación:** Se mantendrá una comunicación clara y constante con los clientes sobre el estado de sus despachos.

### **Directrices:**

- **Preparación de Pedidos:**

- Los pedidos serán preparados de acuerdo con la orden de compra del cliente y las especificaciones internas de Isajem Distribuciones SAS.

- Se utilizarán listas de picking detalladas y se realizarán verificaciones cruzadas para minimizar errores.

- Los productos serán manipulados cuidadosamente para evitar daños.

- **Verificación y Embalaje:**

- Antes del despacho, se realizará una verificación final del pedido para asegurar que los productos y las cantidades sean correctos.

- Se utilizarán materiales de embalaje adecuados para proteger los productos durante el transporte, considerando su naturaleza y fragilidad.

- Los paquetes o unidades de despacho serán debidamente identificados con etiquetas claras que incluyan la información del cliente, el número de pedido y cualquier instrucción especial.

- **Carga y Transporte:**

- La carga de los vehículos se realizará de manera segura y eficiente, optimizando el espacio y evitando daños a la mercancía.

- Se utilizarán los equipos de manipulación adecuados y personal capacitado para la carga y descarga.

- Se seleccionarán los medios de transporte más adecuados según el destino, el tipo de mercancía y los plazos de entrega acordados.

- Se cumplirán todas las normativas de tránsito y seguridad vial aplicables.

- **Documentación:**

- Cada despacho estará acompañado de la documentación requerida, como facturas, remisiones, guías de transporte y cualquier otro documento solicitado por el cliente o la normativa vigente.

- Se mantendrá un archivo organizado de la documentación de despacho.

- **Comunicación con el Cliente:**

- Se informará al cliente sobre la confirmación de su pedido y los plazos de entrega estimados.

- Se proporcionará información de seguimiento del despacho, si está disponible.

- Se establecerán canales de comunicación claros para que los clientes puedan realizar consultas o reportar incidencias relacionadas con sus despachos.

- **Gestión de Incidencias:**

- Se establecerá un procedimiento para la gestión de cualquier incidencia que pueda ocurrir durante el proceso de despacho (retrasos, daños, pérdidas).

- Se investigarán las causas de las incidencias y se tomarán medidas correctivas para evitar su recurrencia.

- Se informará al cliente de manera oportuna sobre cualquier problema y las acciones tomadas para su resolución.

- **Responsabilidades:**

- El **Área de Logística y Bodega** es responsable de la correcta preparación, verificación, embalaje y carga de los pedidos.

- El **Área de Transporte (propio o contratado)** es responsable del traslado seguro y oportuno de la mercancía al cliente.

- El **Área de Servicio al Cliente** es responsable de la comunicación con los clientes sobre el estado de sus despachos y la gestión de incidencias.
- La **Alta Dirección** es responsable de garantizar los recursos necesarios para el cumplimiento de esta política.

**Cumplimiento:** La observancia de esta norma es esencial para todo el personal de Isajem Distribuciones SAS y para cualquier persona externa que esté involucrada en el proceso de envío. No seguir esta política puede resultar en sanciones disciplinarias.

**Evaluación y Modificación:** Esta norma será evaluada y modificada de manera regular para garantizar que siga siendo relevante y efectiva, teniendo en cuenta los cambios en las operaciones, las demandas de los clientes y las leyes actuales.

#### **8.4.3 Valores.**

**Compromiso con el Cliente:** Reconocemos y damos prioridad a lo que nuestros clientes necesitan, trabajando arduamente para brindar un servicio de entrega que sea puntual, exacto y de alta calidad, lo cual genera confianza y aporta valor.

**Eficiencia Operacional:** Nos esforzamos por optimizar constantemente nuestras tareas administrativas y de distribución para reducir costos, acortar tiempos de entrega y aumentar la productividad.

**Integridad y Transparencia:** Nos manejamos con sinceridad, ética y claridad en todas nuestras relaciones, tanto dentro como fuera de la empresa, creando vínculos de confianza que perduran.

**Profesionalismo y Competencia:** Impulsamos el crecimiento de las habilidades y saberes de nuestro equipo, fomentando un entorno laboral profesional y de mejora continua para alcanzar la excelencia en nuestras actividades.

**Trabajo en Equipo y Colaboración:** Estamos convencidos de la fuerza del trabajo colaborativo, la comunicación abierta y el trabajo conjunto entre diferentes áreas para lograr metas comunes y enfrentar retos.

**Orientación a la Mejora Continua:** Adoptamos una actitud de aprendizaje permanente, buscando constantemente formas de mejorar nuestros métodos, servicios y rendimiento general.

**Responsabilidad y Cumplimiento:** Actuamos de manera responsable en todas nuestras actividades, respetando la legislación vigente, los compromisos adquiridos con los clientes y nuestras obligaciones internas.

#### **8.4.4. Principios**

**Enfoque en el Cliente:** Todas nuestras acciones y decisiones estarán dirigidas a cumplir y sobrepasar lo que nuestros clientes esperan, estableciendo vínculos duraderos fundamentados en la confianza y el valor compartido.

**Excelencia en las Operaciones:** Nos esforzamos de manera constante por mejorar nuestros procedimientos, desde la recepción hasta la entrega, asegurando la eficacia, la exactitud y la calidad en cada fase de la cadena de suministro.

**Gestión Estratégica Anticipativa:** Implementaremos un enfoque de planificación a largo plazo, previniendo retos y oportunidades en el mercado para garantizar la viabilidad y el crecimiento competitivo de la empresa.

**Organización y Estructura Clara:** Mantendremos una estructura organizativa bien definida, con funciones y responsabilidades claramente delineadas y comunicadas, lo que facilitará la coordinación y la eficacia en todas nuestras actividades.

**Desarrollo del Capital Humano:** Invertiremos en mejorar las habilidades y el bienestar de nuestros trabajadores, reconociendo su papel vital en el éxito de la empresa.

**Comunicación Clara y Transparente:** Promoveremos una cultura de intercambio de información directo, sincero y en su debido momento en todos los niveles de la organización y con nuestros socios externos.

**Mejora Constante e Innovación:** Adoptaremos una actitud de aprendizaje continuo, buscando nuevas maneras de perfeccionar nuestros procesos, servicios y cómo generamos valor.

**Ética y Responsabilidad Empresarial:** Actuaremos con honestidad, cumpliendo con las leyes y normas pertinentes, y manteniendo elevados principios éticos en todas nuestras actividades y relaciones comerciales.

**Adaptabilidad y Flexibilidad:** Nos adaptamos rápidamente a las fluctuaciones del mercado, las demandas de los clientes y los desafíos internos, modificando nuestras estrategias y procedimientos cuando sea necesario.

**Decisiones Basadas en Información:** Nuestras decisiones están fundamentadas en datos, análisis y la información más precisa disponible, buscando reducir riesgos y maximizar resultados favorables.

#### 8.4.5 Estrategias

Área comercial y de despacho
1. Desarrollar una logística o planeación eficiente de entrega de productos a los clientes.
2. Crear procesos y procedimientos logísticos para mejorar la comunicación de despacho y entrega de mercancías.
3. Diseñar políticas de venta y despacho de mercancía.

## Plan de acción

El cuadro subsiguiente describe las estrategias específicas que impulsarán el plan de acción. Cada estrategia ha sido diseñada para abordar y solucionar los puntos críticos que generan desaprobación en el área de despacho, buscando así optimizar las entregas y la experiencia del cliente

Área	Estrategia	Objetivo	Actividades	Tiempo	Responsable	Costo
Área comercial y de despacho	1. Desarrollar una logística planeación eficiente de entrega de productos a los clientes.	Optimizar los tiempos de entrega del producto desde el momento de la orden de compra hasta la entrega al consumidor final	1. Identificar los cuellos de botella que generan retrasos en los tiempos de entrega	2 semanas	Gerente general en apoyo con su equipo administrativo, de despacho y ventas.	No tiene costo
			2. Creación de un formato de planeación digital	1 semana		
			3. Mapeo de procesos	3 semanas		

			<p>actual:  Documentar detalladamente cada paso desde que el cliente hace la orden hasta que recibe el producto</p> <p>4.  Definición de ventanas de entrega:  Establecer franjas horarias específicas para las entregas, comunicándolas claramente al cliente y permitiendo una mejor planificación</p>			
	2. Crear procesos y	Optimizar la	1. Idear un flujograma de	3 días	Gerente general con el	N o tiene

	<p>procedimientos logísticos para mejorar la comunicación entre ventas, despacho y entrega de mercancías.</p>	<p>eficiencia y efectividad de toda la cadena de suministro</p>	<p>procesos y procedimientos</p> <p>2. Creación de Protocolos de Comunicación: Desarrollar guías específicas sobre cuándo, cómo y qué información debe compartirse entre los equipos</p> <p>3. Diseño de Procesos Unificados: Desarrollar un conjunto de procesos estandarizados para la gestión de pedidos, desde la entrada de la orden de venta hasta la confirmación de</p>	<p>3 semanas</p> <hr/> <p>1 semana</p> <hr/> <p>1 semana</p>	<p>apoyo del equipo administrativo, de despacho y ventas</p>	<p>costo</p>
--	---	---	---	--	--	--------------

			<p>la entrega. Estos procesos deben ser claros, concisos y conocidos por todos los equipos.</p> <p>4. Revisiones Post-Entrega: Realizar análisis después de la entrega de pedidos importantes o complejos para identificar lecciones aprendidas y oportunidades de mejora en la comunicación</p>			
	3. Di	Esta blecer un	1. Identificar y	1 día	Gerente general con	N o tiene

	señar políticas de venta y despacho de mercancía.	marco de acción claro y congruente para todas las operaciones comerciales y logísticas	determinar los objetivos específicos del área	4 días	apoyo del equipo administrativo o	costo
			2. Definición de alcance y objetivos: Determinar qué aspectos	4 días		
			específicos cubrirán las políticas (tipos de pedidos, condiciones de venta, plazos de entrega, gestión de devoluciones, responsabilidades de cada área).	1 semana		
			3. Gestión de pedidos:	4 días		
				1 semana		

			<p>Definir el proceso de recepción, validación y confirmación de pedidos, incluyendo requisitos de información del cliente.</p> <p>4. Comunicación con el cliente: Estandarizar la forma en que el equipo de ventas comunica los plazos de entrega, el estado del pedido y cualquier eventualidad al cliente.</p> <p>5. Programación de despachos:</p>	1 día		
--	--	--	--	-------	--	--

			<p>Definir criterios para priorizar pedidos, consolidar cargas y asignar rutas de entrega de manera eficiente.</p> <p>6. Documentación de envío: Estandarizar los documentos requeridos para cada envío facturas y remisiones.</p> <p>7. Políticas de transporte y entrega: Detallar las condiciones de entrega los procedimientos para la verificación de mercancía al</p>			
--	--	--	---	--	--	--

			recibirla y el manejo de incidencias, daños, pérdidas, retrasos.			
--	--	--	--	--	--	--

### 1. **Desarrollo plan de acción**

La implementación de herramientas de mejora ayudará al equipo a tener una visión integral de los desafíos operativos, lo que les permitirá desarrollar un plan de mejora basado en datos concretos y observaciones directas.

1. **Registro de incidentes:** cada vez que haya un retraso o un problema en la entrega. ¿Qué pasó? ¿Cuándo? ¿Quién estuvo involucrado? ¿Cuánto tiempo de retraso causó?

2. **Registro de picos:** los días o momentos en que hay un volumen inusualmente alto ¿se manejan bien estos picos? ¿Qué problemas surgen en esos momentos?

3. **Medición simple de tiempos:** para el estudio del tiempo implementado en el proceso debe coger algunas órdenes aleatorias y cronometrar bajo los siguientes parámetros:

→ Tiempo desde la recepción de la orden hasta la preparación.

→ Tiempo desde la preparación hasta la carga.

→ Tiempo de carga de vehículo.

→ Tiempo total de la ruta de entrega:

● Cuando el vehículo sale de las instalaciones (inicio)

- Cuando el último pedido de esa ruta ha sido entregado al cliente final (fin)

- Congestión del tráfico, eficiencia de la ruta planificada, problemas de direcciones, tiempo en cada punto de entrega, demoras por cliente ausente o problemas de acceso ( puntos claves para analizar)

4. **Segmentación de Clientes:** Considerar los diferentes tipos de clientes (clientes residenciales, clientes comerciales) que puedan requerir diferentes ventanas de entrega.

5. **Definición de Franjas Horarias:** Definir franjas horarias amplias (mañana-tarde). Se debe considerar ofrecer cierta flexibilidad dentro de las franjas horarias con algunas ventanas de 30 minutos.

6. **Comunicación con el cliente:** Comunica las ventanas de entrega de manera clara al cliente al momento de la compra o confirmación del pedido.

- **Confirmación:** Ofrece la opción de confirmar los rangos de entrega elegidos.

7. **Prueba y ajuste:** Implementar los rangos de entrega gradual, comenzando con un grupo de clientes o rutas.

- **Retroalimentación:** Recopilar retroalimentación de los clientes y del personal de entrega sobre la efectividad de los rangos.

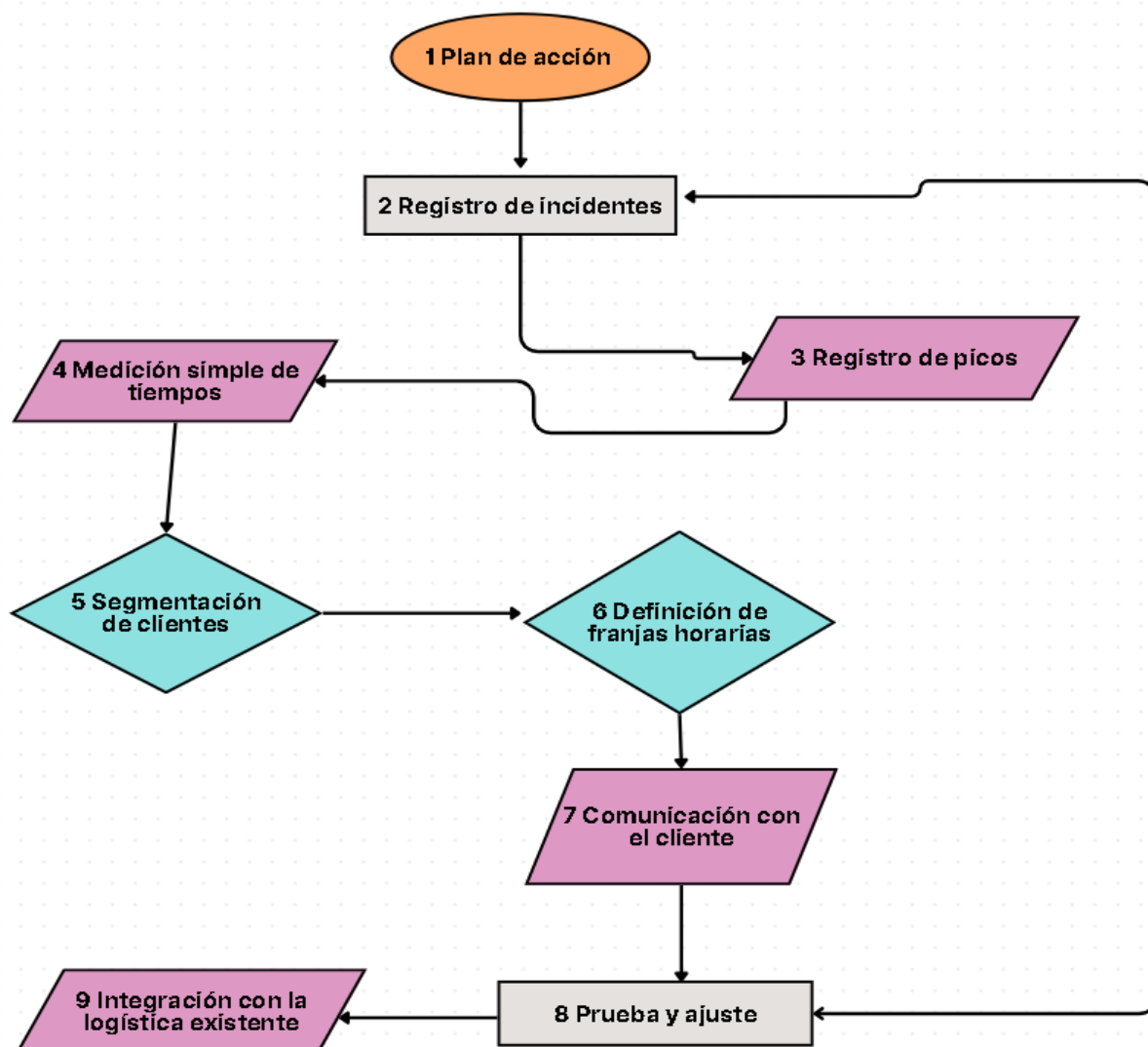
- **Ajuste:** Ajustar los rangos de entrega según sea necesario, basándose en la retroalimentación y los datos recopilados.

8. **Integración con la logística existente:** Asegurarse de que los rangos de entrega sean compatibles con la logística de ruta existente.

- **Capacidad:** Considerar la capacidad de los vehículos y el personal al asignar los rangos de entrega.

9. **Capacitación del personal:** Capacitar al personal de entrega sobre la importancia de cumplir con los rangos de entrega.

Este flujograma ofrece una visión clara y secuencial del proceso de despacho del vidrio en la empresa **ISAJEM DISTRIBUCIONES SAS**, desde la recepción del pedido hasta la entrega al cliente. Cada etapa está diseñada para optimizar la operación y garantizar la satisfacción del cliente.



El objetivo principal del siguiente formato de planeación digital es proporcionar un marco claro y conciso para el proceso de despacho de vidrio de la empresa **ISAJEM DISTRIBUCIONES SAS**.

PLANEACION DIGITAL ISAJEM DISTRIBUCIONES SAS  
DESPACHO DE CAMIONE

Junio → Elegir mes de inicio Fecha

Destino	Conductor	Descripción de la carga	Cliente	Carro	Incidencias	Hora de salida al destino	Hora llegada al destino	Hora de llegada a la empresa	Estado	
									C	NC

C = COMPLETADO  
NC= NO COMPELATADO

La implementación de este plan de acción impacta directamente la eficiencia operativa de la empresa, la satisfacción del cliente y la toma de decisiones estratégicas.

La implementación de herramientas de mejora y el registro detallado de incidentes y picos proporcionará una visión sin precedentes de los desafíos operativos. Ya no se basarán en suposiciones, sino en datos concretos y observaciones directas. Esto permitirá identificar patrones, detectar cuellos de botella y comprender las causas raíz de los problemas. Las decisiones de mejora se fundamentan en evidencia, aumentando significativamente la probabilidad de éxito y optimizando la asignación de recursos.

Esto da como resultado la optimización de tiempos y procesos, mayor satisfacción del cliente, eficiencia en la entrega, mejora continua y adaptabilidad.

### Políticas de transporte:

- **Horarios y notificación:** Las entregas tendrán lugar de lunes a sábado durante horario laboral (7:00 a. m. a 4:30:00 p. m.), a menos que el cliente y la empresa lleguen a un acuerdo diferente. Siempre se informará al cliente con antelación sobre el rango de horas previsto para la entrega, para que tengan tiempo de prepararse.

- **Acceso al lugar:** Es responsabilidad del cliente garantizar que el sitio de entrega cuente con las condiciones apropiadas para el transporte y facilite una descarga segura de los productos. Cualquier limitación de acceso debe comunicarse con anticipación para prevenir problemas y cambios en el horario.

- **Revisión externa:** Antes de aceptar el documento de entrega, el destinatario debe revisar visualmente el vidrio, y si observa cualquier indicio claro de rayones, quiebres y humedad.

- **Inspección Interna (24 horas):** Una vez descargada la mercancía, el cliente dispone de 24 horas para realizar una inspección interna exhaustiva de los productos. Si se encuentran daños ocultos o faltantes que no eran visibles en el momento de la entrega, debe reportarlo de inmediato.

- **Registrar detalladamente el daño** en la remisión de entrega con la firma tanto del transportador como del cliente o la persona que reciba.

- **Responsabilidad:** La responsabilidad por daños durante el transporte recae sobre la empresa hasta el momento de la entrega y aceptación formal por parte del cliente, siempre y cuando se haya cumplido con el procedimiento de verificación. Si el daño ocurre después de la recepción y aceptación, la responsabilidad pasa al cliente.

- **Aviso previo:** Si se espera que haya un retraso en la entrega (debido a tráfico, problemas mecánicos, fuerza mayor, etc.), el conductor o el equipo de despacho avisará al cliente tan pronto como sea posible, comunicando la nueva hora estimada de llegada.

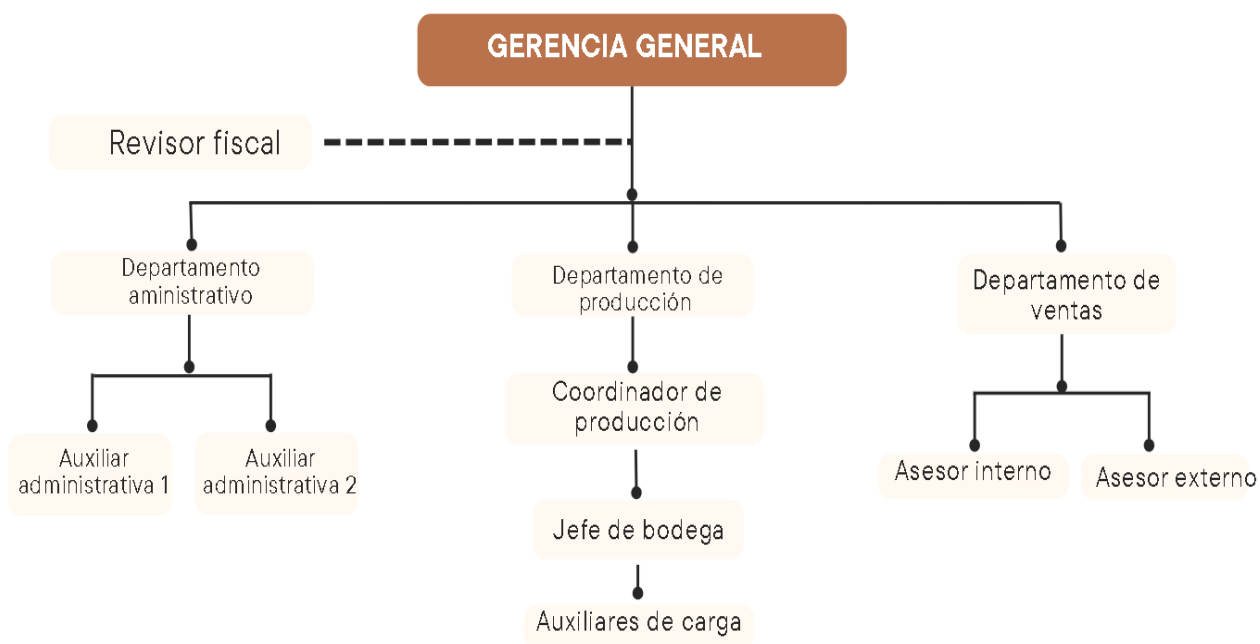
- **Razones atribuibles a la compañía:** Si el retraso se debe a situaciones que son responsabilidad de la compañía (como problemas de producción o errores en el envío), se notificará al cliente y se tomarán medidas para reducir el impacto, tales como reprogramar la entrega o, si es pertinente, ofrecer compensaciones por problemas significativos.

- **Causas relacionadas con el cliente:** Si la entrega se retrasa o no se puede realizar debido a problemas del cliente (como la falta de una persona encargada de recibir el despacho o accesos limitados), el o los paquetes serán devueltos al almacén. La entrega se volverá a programar.

### 8.4.6 Organigrama

El organigrama presentado es de tipo lineal, lo que significa que muestra una jerarquía clara y una estructura de mando directa.


## ORGANIGRAMA



### 8.4.7 Perfil de cargos y manual de funciones

En un campo tan activo y específico como el vidrio, donde son esenciales la exactitud, la seguridad y la satisfacción del cliente, tener una organización bien definida es crucial.


❖ **Manual de funciones del área administrativa ( auxiliar administrativo)**

	<p align="center"><b>MANUAL DE FUNCIONES AUXILIAR ADMINISTRATIVO</b></p>
<p align="center"><b>Identificación del cargo</b></p>	
<p><b>Nombre del Cargo:</b></p>	<p align="center"><b>Auxiliar administrativo</b></p>
<p><b>Dependencia:</b></p>	<p align="center"><b>Administrativa</b></p>
<p><b>Reporta a:</b></p>	<p align="center"><b>Gerente general</b></p>
<p><b>Ubicación:</b></p>	<p align="center"><b>Oficina</b></p>
<p><b>Misión del cargo</b></p> <p><b>Gestionar integralmente la cartera de la compañía, optimizando su punto de equilibrio financiero a través del control diario de cuadros, la conciliación de facturas con el sistema SIIGO, la gestión proactiva de cobro a clientes en mora y la correcta elaboración de recibos de caja. Adicionalmente, asegurar la eficiencia operativa mediante el ingreso y control de planillas de transporte, la administración de la dotación, la elaboración de cotizaciones, remisiones y facturas, y la consolidación de movimientos bancarios. Finalmente, apoyar los procesos de nómina y control de préstamos para garantizar un soporte administrativo y contable preciso y oportuno.</b></p>	

<b>Funciones y responsabilidades principales</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Supervisar y validar los cuadros diarios.</b></li><li>• <b>Gestionar y controlar las planillas de transporte.</b></li><li>• <b>Supervisar la entrega y control de dotación.</b></li><li>• <b>Realizar cotizaciones a clientes.</b></li><li>• <b>Gestionar y administrar la cartera de la compañía.</b></li></ul>
<b>Funciones específicas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Gestión de Cartera y Facturación</b></li><li>• <b>Revisar diariamente los cuadros y comparar las facturas con el informe de SIIGO.</b></li><li>• <b>Contactar semanalmente a los clientes con cartera en mora para gestionar el cobro.</b></li><li>• <b>Elaborar recibos de caja una vez se confirme el ingreso del dinero al banco, previa solicitud del asesor.</b></li><li>• <b>Realizar cotizaciones a cliente específico, elaborar remisiones y coordinar despachos.</b></li><li>• <b>Alimentar el cuadro de despacho con la información de entrega de la remisión y facturar las remisiones entregadas de clientes específicos.</b></li><li>• <b>Descargar e ingresar al sistema de control las planillas de transporte Botero para su posterior cumplimiento.</b></li><li>• <b>Ingresar al sistema de control los pagos realizados por Transportes Botero.</b></li><li>• <b>Consolidar los movimientos bancarios (Banco Bogotá - Bancolombia).</b></li><li>• <b>Revisar diariamente el dinero ingresado al banco.</b></li><li>• <b>Entregar y llevar el control de la dotación (guantes y uniformes).</b></li></ul>


	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Realizar la nómina.</b></li> <li>• <b>Llevar el control de préstamos.</b></li> <li>• <b>Elaboración de notas créditos y ajustes contables</b></li> </ul>
<p><b>Formación y capacitación complementaria</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Experiencia en cobranza.</b></li> <li>• <b>Conocimiento y manejo del sistema contable SIIGO.</b></li> <li>• <b>Conocimiento en elaboración de facturación, remisión y notas crédito.</b></li> <li>• <b>Conocimientos básicos en temas contables (retenciones, IVA).</b></li> </ul>
<p><b>Edad</b></p>	<p><b>19-35 años</b></p>
<p><b>Género</b></p>	<p><b>Femenino</b></p>

❖ **Manual de funciones de área de ventas (vendedor interno)**

	<p align="center"><b>MANUAL DE FUNCIONES ASESOR DE VENTAS INTERNO</b></p>
<p><b>Identificación del cargo</b></p>	
<p><b>Nombre del Cargo:</b></p>	<p align="center"><b>Asesor de ventas</b></p>
<p><b>Dependencia:</b></p>	<p align="center"><b>Comercial</b></p>
<p><b>Reporta a:</b></p>	<p align="center"><b>Gerente general</b></p>
<p><b>Ubicación:</b></p>	<p align="center"><b>Oficina</b></p>
<p><b>Misión del cargo</b></p> <p><b>Lograr los objetivos de ventas establecidos por la compañía, construyendo relaciones sólidas y duraderas con los clientes, identificando sus necesidades y ofreciendo soluciones que agreguen valor, contribuyendo al crecimiento y posicionamiento de la empresa</b></p>	

<b>Funciones y responsabilidades principales</b>	
<b>Gestión documental y operativa de la venta</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Gestionar la emisión y el control de la facturación electrónica de las ventas realizadas, asegurando el cumplimiento de la normativa vigente y el correcto registro en el sistema contable SIIGO.</b></li> <li>• <b>Elaborar y controlar las remisiones de los productos o servicios despachados.</b></li> <li>• <b>Preparar y presentar cotizaciones precisas y oportunas a los clientes, de acuerdo con los lineamientos comerciales.</b></li> <li>• <b>Registrar y controlar los recibos de caja derivados de los pagos de clientes, asegurando la correcta aplicación y el seguimiento de cartera cuando sea necesario.</b></li> </ul>	
<b>Formación y capacitación complementaria</b>	<b>Dominio de software contable (especialmente SIIGO) para facturación, remisiones y recibos de caja</b>
<b>Edad</b>	<b>19-25 años</b>
<b>Género</b>	<b>Femenino - masculino</b>


❖ **Manual de funciones del área de ventas ( vendedor externo)**

	<p align="center"><b>MANUAL DE FUNCIONES ASESOR DE VENTAS EXTERNO</b></p>
<p align="center"><b>Identificación del cargo</b></p>	
<p><b>Nombre del Cargo:</b></p>	<p align="center"><b>Asesor de ventas externo</b></p>
<p><b>Dependencia:</b></p>	<p align="center"><b>Comercial</b></p>
<p><b>Reporta a:</b></p>	<p align="center"><b>Gerente general</b></p>
<p><b>Ubicación:</b></p>	<p align="center"><b>Calle</b></p>
<p><b>Misión del cargo</b></p> <p><b>Desarrollar y ejecutar estrategias de venta en campo para alcanzar y superar los objetivos comerciales, construyendo relaciones sólidas con clientes actuales y potenciales. Su misión es expandir la presencia de la compañía en el mercado, identificar nuevas oportunidades de negocio y asegurar la satisfacción del cliente a través de un servicio de excelencia.</b></p>	
<p align="center"><b>Funciones y responsabilidades principales</b></p>	

- **Prospectar y captar nuevos clientes en el sector asignado.**
- **Presentar y comercializar el portafolio de productos y servicios de la compañía.**
- **Negociar términos y condiciones de venta, asegurando la rentabilidad y el cumplimiento de las políticas comerciales.**
- **Elaborar propuestas comerciales y realizar el seguimiento hasta el cierre de la venta.**
- **Alcanzar las metas de ventas individuales establecidas por la gerencia.**
- **Mantener una comunicación fluida y constante con la cartera de clientes asignada.**
- **Resolver inquietudes, atender solicitudes y brindar asesoría personalizada a los clientes.**
- **Gestionar y solucionar de manera oportuna las quejas o reclamos de los clientes.**
- **Realizar visitas periódicas a clientes para fortalecer relaciones y detectar nuevas necesidades.**
- **Realizar seguimiento al proceso de despacho y entrega de pedidos.**
- **Elaborar informes de gestión de ventas, reportando el avance de metas, visitas realizadas y oportunidades identificadas.**
- **Analizar el mercado y la competencia para identificar tendencias y proponer nuevas estrategias comerciales.**

<b>Formación y capacitación complementaria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Técnicas de ventas</b></li> <li>• <b>Conocimiento del producto</b></li> <li>• <b>Manejo de herramientas tecnológicas</b></li> <li>• <b>Servicio al cliente y fidelización</b></li> <li>• <b>Habilidades de comunicación</b></li> <li>• <b>Gestión del tiempo y productividad</b></li> </ul>
<b>Edad</b>	<b>24-45 años</b>
<b>Género</b>	<b>Femenino-masculino</b>

❖ **Manual de funciones área producción (jefe de bodega)**

	<b>MANUAL DE FUNCIONES JEFE DE BODEGA</b>
<b>Identificación del cargo</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b>	<b>Jefe de bodega</b>
<b>Dependencia:</b>	<b>Comercial</b>
<b>Reporta a:</b>	<b>Gerente general</b>
<b>Ubicación:</b>	<b>Bodega</b>

**Misión del cargo**

**Gestionar y supervisar de manera integral las operaciones de bodega, asegurando la recepción, almacenamiento, control de inventario, alistamiento y despacho eficiente de la mercancía. Su misión es garantizar la disponibilidad de productos, minimizar pérdidas, optimizar el espacio de almacenamiento y asegurar la cadena de suministro, contribuyendo a la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente.**

**Funciones y responsabilidades principales**

- **Supervisar la recepción y verificación de mercancía, asegurando la coherencia con las órdenes de compra.**
- **Organizar y optimizar la ubicación de los productos en la bodega, garantizando un almacenamiento seguro y eficiente.**
- **Realizar conteos cíclicos y físicos de inventario, identificando y gestionando las diferencias.**
- **Controlar la rotación de productos, gestionando fechas de vencimiento y productos de baja rotación.**
- **Implementar y mantener un sistema de control de inventarios preciso (físico y en sistema).**
- **Supervisar el alistamiento y empaque de pedidos, asegurando la exactitud y calidad del despacho.**
- **Coordinar con el área de transporte para el envío oportuno de la mercancía.**
- **Gestionar y controlar la documentación relacionada con despachos (remisiones, guías de transporte).**
- **Planificar y asignar tareas al personal de bodega, supervisando su ejecución.**
- **Capacitar y desarrollar al equipo de bodega en procedimientos, normas de seguridad y manejo de equipos.**
- **Evaluar el desempeño del personal a cargo y fomentar un ambiente de trabajo seguro y productivo.**
- **Asegurar el orden y la limpieza de la bodega, cumpliendo con las normas de seguridad industrial y salud ocupacional.**

- **Gestionar la seguridad de la bodega, controlando accesos y protegiendo la mercancía.**
- **Elaborar informes de gestión de bodega (niveles de inventario, rotación, eficiencia de despachos).**
- **Identificar oportunidades de mejora en los procesos de bodega y proponer soluciones.**
- **Garantizar el cumplimiento de las políticas y procedimientos internos de la compañía.**

<b>Formación y capacitación complementaria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Gestión de inventario y almacenamiento</b></li> <li>• <b>Logística y cadena de suministro.</b></li> <li>• <b>Manejo de Software de Gestión de Bodega.</b></li> <li>• <b>Manejo de puente grúa y Equipos de Bodega.</b></li> <li>• <b>Liderazgo y Gestión de Equipos.</b></li> <li>• <b>Calidad y Buenas Prácticas de Almacenamiento.</b></li> </ul>
<b>Edad</b>	<b>28-45 años</b>
<b>Género</b>	<b>Masculino</b>

❖ **Manual de funciones area produccion (auxiliar de carga)**

	<b>MANUAL DE FUNCIONES AUXILIAR DE CARGA</b>
<b>Identificación del cargo</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b>	<b>Auxiliar de carga</b>

<b>Dependencia:</b>	<b>Producción</b>
<b>Reporta a:</b>	<b>Gerente general</b>
<b>Ubicación:</b>	<b>Bodega</b>
<p><b>Misión del cargo</b></p> <p>Ejecutar las operaciones de carga, descarga, movilización y organización de mercancía en la bodega y en el transporte de los pedidos, siguiendo los procedimientos establecidos y las normas de seguridad. Su misión es apoyar la eficiencia del flujo de productos, el correcto almacenamiento y el alistamiento de pedidos, contribuyendo a la optimización de las operaciones logísticas y la satisfacción del cliente.</p>	
<p><b>Funciones y responsabilidades principales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Apoyar la recepción de mercancía, descargando y verificando el estado físico de los productos.</li> <li>· Transportar y ubicar la mercancía en las áreas designadas de la bodega, siguiendo las instrucciones de organización y seguridad.</li> <li>· Colaborar en la organización y optimización del espacio de almacenamiento.</li> <li>· Realizar el alistamiento de pedidos según las órdenes de despacho, recogiendo los productos del inventario.</li> <li>· Empacar y embalar la mercancía de forma segura para su transporte, siguiendo las indicaciones de calidad.</li> <li>· Cargar la mercancía en los vehículos de transporte, asegurando la estabilidad y distribución adecuada de la carga.</li> <li>· Colaborar en la toma de inventarios físicos y conteos cíclicos cuando sea requerido.</li> <li>· Descargar la mercancía del carro cuando va dirigida a los clientes.</li> </ul>	

- **Mantener el orden y la limpieza de la bodega, incluyendo pasillos y zonas de carga/descarga.**
- **Operar equipos de carga y descarga (Puente grúa) de manera segura y responsable, si está autorizado y capacitado.**
- **Cumplir con las normas de seguridad industrial y salud ocupacional establecidas para el manejo de cargas y el trabajo en bodega.**
- **Utilizar adecuadamente los equipos de protección personal (EPP) asignados.**
- **Reportar cualquier anomalía o riesgo identificado en la operación de bodega.**

<p><b>Formación y capacitación complementaria</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Buenas prácticas de almacenamiento.</b></li> <li>• <b>Procedimiento de carga y descarga.</b></li> <li>• <b>Trabajo en equipo.</b></li> <li>• <b>Primeros auxilios.</b></li> </ul>
<p><b>Edad</b></p>	<p><b>18-45 años</b></p>
<p><b>Género</b></p>	<p><b>Masculino</b></p>

ACTIVIDAD	COSTO
1 Identificar los cuellos de botella que generan retrasos en los tiempos de entrega	No tiene costo
2 Creación de un formato de planeación digital	No tiene costo
3 Mapeo de procesos actual	No tiene costo
4 Definición de ventanas de entrega	No tiene costo
5 Idear un flujograma de procesos y procedimientos	No tiene costo
6 Creación de Protocolos de Comunicación	No tiene costo
7 Diseño de Procesos Unificados	No tiene costo
8 Revisiones Post-Entrega	No tiene costo
9 identificar y determinar los objetivos específicos del área	No tiene costo
10 Definición de alcance y objetivos	No tiene costo
11 Gestión de pedidos	No tiene costo
12 Comunicación con el cliente	No tiene costo
13 Programación de despachos	No tiene costo
14 Documentación de envío	No tiene costo
15 Políticas de transporte y entrega	No tiene costo

Las actividades presentadas no generarán costos adicionales, ya que serán ejecutadas por el personal administrativo existente, lo que representa un ahorro total para la empresa.

#### 8.4.8 Conclusiones

1. El plan de mejoramiento estratégico permitió diagnosticar con precisión las debilidades administrativas y logísticas de Isajem Distribuciones S.A.S., identificando la falta de planeación estratégica como la causa principal de los problemas internos y externos de la empresa.
2. La estructuración de manuales, políticas y procedimientos genera orden en la gestión administrativa, optimizando los procesos de despacho y garantizando un servicio más eficiente y confiable para los clientes.
3. La capacitación del personal administrativo y comercial se proyecta como una herramienta clave para fortalecer el talento humano, mejorar el servicio al cliente y fomentar una cultura organizacional basada en la mejora continua.

4. La creación de canales efectivos de comunicación interna entre las distintas áreas contribuye a reducir errores, evitar retrasos y lograr una mayor coordinación en las actividades empresariales.

5. En conjunto, la implementación del plan estratégico brinda a la empresa la posibilidad de mejorar su competitividad, asegurar su sostenibilidad en el tiempo y consolidar su posicionamiento en el mercado del vidrio y el aluminio.

### **Diagnóstico:**

❖ La implementación de este plan de acción en **ISAJEM**

**DISTRIBUCIONES SAS** presenta un diagnóstico netamente positivo. Sus estrategias generan beneficios fundamentales que impactan directamente la rentabilidad, la eficiencia operativa, la satisfacción del cliente y el posicionamiento estratégico de la empresa.

Este plan no solo abordará y resolverá problemas existentes, como retrasos en entregas o pérdidas de producto, sino que también sentará bases sólidas para un crecimiento sostenible. Permitirá a la empresa consolidar su posición en el competitivo mercado, asegurando una ventaja competitiva duradera.

### **Recomendaciones.**

#### **1. Optimización de la cadena de suministro**

La implementación de un sistema logístico eficaz y procesos bien definidos garantiza que el movimiento de vidrios y aluminios desde el almacén al cliente sea ágil, seguro y rentable, reduciendo cuellos de botella.

#### **2. Mayor control y visibilidad de las actividades**

La formalización de la logística, procesos y políticas brinda a la dirección

una visión más clara y un control integral de cada fase de la venta y distribución, facilitando la toma de decisiones estratégicas.

3. **Aumento de la eficiencia y productividad del personal**

Al estandarizar métodos y establecer políticas claras, el equipo de despachos y ventas actúa de forma más organizada, reduciendo confusión, errores y retrabajo.

4. **Disminución de gastos operativos y pérdidas**

Una planificación logística superior y la supervisión de los procesos reducen errores, daños en el transporte y fallos en las entregas, generando ahorros directos para la empresa en un sector competitivo.