

**PLAN DE MEJORAMIENTO ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN DE INVENTARIO
EN LA EMPRESA VIRTUAL MIX S.A**

RODRIGO ANDRES QUIÑONES MANCILLA

NATHALY ALEXANDRA HERNÁNDEZ

**INSTITUTO TÉCNICO DE COMERCIO “SIMÓN RODRIGUEZ” INTENALCO
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

HARRISON SANCHEZ SEVILLANO

CALI – COLOMBIA

2025

**PLAN DE MEJORAMIENTO ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN DE INVENTARIO
EN LA EMPRESA VIRTUAL MIX S.A**

RODRIGO ANDRES QUIÑONES MANCILLA

NATHALY ALEXANDRA HERNÁNDEZ

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

HARRISON SANCHEZ SEVILLANO

INSTITUTO TÉCNICO DE COMERCIO “SIMÓN RODRIGUEZ” INTENALCO

GESTIÓN EMPRESARIAL SEMESTRE 6

CALI-COLOMBIA

2025

Índice

Contenido

Introducción	7
1. Planteamiento del Problema.....	8
1.1 Descripción del Problema	8
1.2 Formulación del Problema	10
1.3 Sistematización del Problema	10
2. Objetivos.....	11
2.1 Objetivos Generales	11
2.2 Objetivos Específicos.....	11
3. Justificación	12
3.1 Justificación Teórica	12
3.2 Justificación Práctica	13
3.3 Justificación Metodológica.....	14
4. Marco Referencial	15
4.1 Marco Teórico	18
4.2 Marco Conceptual.....	22
4.3 Marco Contextual	25
4.4 Marco Legal.....	26

4.5	Marco Temporal	28
5.	Diseño Metodológico	29
5.1	Componentes Investigativos	29
5.1.1	Tipo, métodos y fuentes de investigación	29
5.2	Métodos de investigación:	30
5.2.1	Cualitativo:	30
5.2.2	Cuantitativo:	30
5.2.3	Fuentes de Información:	31
5.2.4	Línea de investigación	31
5.2.5	Delimitación del objeto de estudio	31
5.2.6	Población y muestra del objeto de estudio	32
5.3	Técnicas e Instrumentos	32
5.3.1	Diagnóstico Empresarial	32
5.3.2	Análisis de Procesos	33
5.3.3	Procedimientos	34
6.	Reseña Histórica Empresarial	35
6.1	Tipo De Empresa – Constitución	36
6.2	Capital Social	36
6.3	Objeto Social	37
6.4	Misión y Visión Empresarial	37
6.5	Políticas de la Empresa	37

6.5.1	Política de descuentos promocionales	37
6.5.2	Política de precios y ventas	38
6.5.3	Políticas de medidas de pago.....	38
6.6	Estructura Empresarial – Áreas Funcionales	38
6.7	Portafolio De Productos.....	39
6.8	Mercado	39
6.8.1	Público Objetivo	39
6.8.2	Clientes Potenciales	40
6.9	Evolución Financiera.....	41
7.	Análisis de la Situación Actual de la Empresa	42
7.1	Análisis Del Sector: Entorno Económico De La Empresa	42
7.1.1	Poder de negociación de los clientes:	43
7.1.2	Poder de negociación de los proveedores:	43
7.1.3	Amenaza de nuevos competidores entrantes:	44
7.1.4	Amenaza de productos sustitutos:	44
7.1.5	Rivalidad entre competidores:	44
7.2	La competencia	45
7.3	El mercado actual – Participación en el mercado	47
7.4	Estrategias de mercadeo y ventas	47
7.5	Matriz DOFA - Virtual Mix S.A	48
7.6	Matriz DOFA para el sector al que pertenece la empresa.....	49

8.	Plan de mejoramiento	50
8.1	Área funcional de intervención	50
8.2	Estructura del Área Administrativa	50
8.2.1	Matriz DOFA del área Administrativa	51
8.3	Objetivos Plan de Mejoramiento	52
8.4	Implementación del Plan de Mejoramiento	53
8.4.6	Formulación del Plan de Mejoramiento	53
8.5	Costos y Beneficios.....	69
8.6	Conclusiones.....	71
8.7	Recomendaciones	72
8.8	Bibliografía	73

Introducción

El presente proyecto de grado se desarrolla con el fin de analizar la situación actual de la empresa **Virtual Mix S.A.**, identificando sus principales debilidades y oportunidades de mejora, especialmente en los procesos administrativos, comerciales y de control de inventarios.

A través de un diagnóstico organizacional, se logró evidenciar la necesidad de implementar estrategias claras que permitan optimizar el manejo interno de la empresa, fortalecer la toma de decisiones y mejorar su competitividad en el mercado.

Con base en este diagnóstico, se diseñó un plan de mejoramiento acompañado de un plan de acción y un estudio de costos y beneficios, los cuales permiten evaluar la viabilidad técnica, administrativa y financiera de las propuestas planteadas, asegurando su posible implementación y sostenibilidad en el tiempo.

1. Planteamiento del Problema

Identificación del problema

En **Virtual Mix S.A.**, se ha identificado la necesidad de una planificación estratégica efectiva para mejorar los procesos operativos y administrativos. Sin esta planificación, la empresa enfrenta problemas como una gestión desorganizada de inventarios, una atención al cliente ineficiente y la falta de un plan claro para expandir en el mercado digital. Estos problemas están afectando su competitividad y crecimiento.

1.1 Descripción del Problema

Virtual Mix S.A. es una tienda digital que vende productos tecnológicos y software, ofreciendo un amplio portafolio que incluye desde dispositivos electrónicos, accesorios, hasta software especializado para distintos tipos de usuarios. Desde su creación en el año 2020 con el objetivo de ofrecer soluciones tecnológicas accesibles y de calidad, ha crecido de manera informal, sin procesos claros ni optimizados para enfrentar los desafíos del mercado digital y tecnológicos durante la pandemia.

Actualmente, **Virtual Mix S.A.** enfrenta problemas como la desorganización en la gestión de inventarios digitales, lo que provoca errores en la disponibilidad de productos en su tienda online. También, la empresa no cuenta un sistema de atención al cliente eficiente, lo que ha llevado a la insatisfacción de los usuarios y ha reducido la lealtad de sus clientes.

Relación de síntomas, causa, pronóstico y control de pronóstico de la empresa Virtual Mix

S.A.

SÍNTOMA	CAUSA	PRONÓSTICO	CONTROL DE PRONÓSTICO
Desorganización en la gestión de inventarios digitales	Falta de un sistema automatizado para la gestión de inventarios.	Sobrecarga de trabajo para el equipo.	Implementación de un sistema de gestión de inventarios automatizado y su integración con la tienda digital.
	Falta de un sistema manual antes de implementar una solución automatizada.	Aumento de errores en los pedidos, y posibles pérdidas de ventas.	
Inconformidades de los clientes por el retraso de los pedidos.	Falta de conocimiento y organización en procesos.	Disminución de ventas y satisfacción del cliente.	Crear un sistema de comunicación y control de procesos administrativos para mejorar la gestión de pedidos.
		Pérdida de clientes potenciales.	Establecer y controlar horarios de entrega y despacho, y notificar a clientes y personal sobre estos horarios.
Falta de visión, misión y valores	Inexistencia de una planeación estratégica formal.	Estancamiento del crecimiento y dirección empresarial.	Crear, implementar y comunicar un plan estratégico que defina la visión, misión y valores de Virtual Mix S.A.
Carencia de cultura organizacional.	Crecimiento informal sin estructura organizacional.		

1.2 Formulación del Problema

¿De qué manera se puede estructurar un plan estratégico para optimizar la gestión de inventarios y mejorar la competitividad de **Virtual Mix S.A.** en el mercado digital?

1.3 Sistematización del Problema

¿Cuál es la situación actual de **Virtual Mix S.A.** en relación con la gestión de inventarios y el control de productos en la tienda digital?

¿Qué estrategias se pueden implementar para optimizar los procesos de gestión de inventarios en **Virtual Mix S.A.**?

¿Cómo puede un plan de acción detallado en la gestión de inventarios mejorar la eficiencia operativa y optimizar los costos en **Virtual Mix S.A.**?

¿Qué efecto tendría un análisis de costo-beneficio en la toma de decisiones estratégicas relacionadas con la gestión de inventarios para mejorar la competitividad de **Virtual Mix S.A.**?

2. Objetivos

2.1 Objetivos Generales

Crear un plan de mejoramiento para los procesos de gestión de inventarios de **Virtual Mix S.A.**, con el fin de incrementar la eficiencia operativa, fortalecer la competitividad en el mercado y contribuir al crecimiento sostenido de la empresa.

2.2 Objetivos Específicos

Diagnóstico

Identificar las áreas de mejora en la gestión de inventarios de **Virtual Mix S.A.**, evaluando las deficiencias actuales que afectan la eficiencia operativa y la competitividad de la empresa.

Estrategia

Definir estrategias para optimizar la gestión de inventarios mediante la automatización y mejora de los procesos, estableciendo una planificación que fortalezca la competitividad de **Virtual Mix S.A.**

Plan de Acción

Objetivo: Desarrollar un plan de acción detallado para implementar las estrategias propuestas en la gestión de inventarios, asignando responsabilidades, plazos y recursos necesarios para mejorar la eficiencia operativa de **Virtual Mix S.A.**

Estado Económico y Financiero

Objetivo: Desarrollar un estudio de costo-beneficio de las estrategias propuestas para la mejora en la gestión de inventarios, asegurando que **Virtual Mix S.A.** pueda implementar el plan sin comprometer su estabilidad financiera, maximizando los beneficios y minimizando los riesgos.

3. Justificación

3.1 Justificación Teórica

La implementación de un plan estratégico en **Virtual Mix S.A.** es esencial para mejorar la gestión de inventarios, ya que es uno de los aspectos que actualmente afecta el rendimiento y la competitividad de la empresa. Para evaluar correctamente los beneficios de estos cambios, se empleará el enfoque de **Alfred Marshall** sobre el análisis costo-beneficio, el cual facilita una evaluación detallada de la relación entre los costos de implementación y los beneficios obtenidos, específicamente en términos de eficiencia operativa y rentabilidad.

Este trabajo se apoya en teorías clásicas de la administración que aportan al desarrollo del estudio y mejoran la estructura organizacional de la empresa. **La Teoría de la Administración Científica de Frederick Taylor**, enfocada en la eficiencia operativa, será fundamental para optimizar el manejo de inventarios, asegurando que los recursos sean utilizados de manera óptima. **La Teoría Clásica de Henri Fayol**, centrada en la planificación y el control, ayudará a estructurar un plan estratégico que permita a **Virtual Mix S.A.** alinear sus operaciones con sus objetivos de crecimiento. Adicionalmente, **la teoría del Análisis Marginal**, propuesta por economistas neoclásicos como **Marshall**, permitirá evaluar cómo los cambios en los procesos de

inventario afectan los costos y beneficios marginales, maximizando la rentabilidad de cada inversión realizada en el proceso de mejora.

Enfoque de la Calidad Total (TQM) de Deming garantizará que las mejoras sean continuas y que se mantenga un alto nivel de satisfacción del cliente, contribuyendo al fortalecimiento de la posición competitiva de **Virtual Mix S.A.** en el mercado.

Michael Porter (2008) plantea que la competitividad de una empresa depende del análisis de cinco fuerzas del entorno: la rivalidad entre competidores, el poder de negociación de los clientes, el poder de los proveedores, la amenaza de nuevos competidores y la amenaza de productos sustitutos.

Este modelo permite comprender el entorno competitivo en el que se desarrolla **Virtual Mix S.A.**, identificando factores externos que influyen directamente en su desempeño comercial y estratégico, especialmente en un mercado dinámico como el de productos tecnológicos.

3.2 Justificación Práctica

El plan estratégico que se propone para **Virtual Mix S.A.** busca solucionar los problemas relacionados con la gestión de inventarios y la atención al cliente, áreas que actualmente carecen de un sistema claro y eficiente. La implementación de mejoras en estos procesos permitirá a la empresa reducir los errores en la disponibilidad de productos, mejorar los tiempos de atención y ofrecer un servicio más confiable, lo cual aumentará la confianza de los clientes.

Este plan práctico ayudará a **Virtual Mix S.A.** a trabajar de manera más ordenada, reduciendo los problemas del día a día y aprovechando mejor los recursos disponibles. Así, la

empresa podrá competir mejor en el mercado, ofreciendo a sus clientes una experiencia de compra más confiable y eficiente.

Esta investigación está fundamentada en los conocimientos adquiridos a lo largo de cuatro semestres de estudio en la carrera de Técnico en Procesos Administrativos en el INSTITUTO TÉCNICO DE COMERCIO "SIMÓN RODRIGUEZ", donde se han cursado materias clave como administración, planeación y control, todas las cuales han proporcionado las bases necesarias para desarrollar este proyecto de mejora en **Virtual Mix S.A.**

3.3 Justificación Metodológica

Para llevar a cabo el plan de mejora en **Virtual Mix S.A.**, se empleará una metodología práctica que permita analizar la situación actual de la empresa y plantear soluciones viables en la gestión de inventarios. Este proyecto se considera de tipo aplicado, ya que busca resolver un problema real dentro de la organización y proponer cambios que puedan implementarse de manera concreta.

En cuanto al enfoque, el trabajo será descriptivo y exploratorio. Será descriptivo porque se revisará cómo funciona hoy el manejo de inventarios en la empresa y cuáles son las principales dificultades que se presentan. También será exploratorio, porque se buscarán nuevas alternativas y herramientas tecnológicas que ayuden a mejorar el control de los productos y la eficiencia en los procesos.

Además, se combinarán métodos cualitativos y cuantitativos. Por un lado, lo cualitativo permitirá recoger opiniones y experiencias de los empleados y clientes a través de encuestas y observaciones. Por otro lado, lo cuantitativo servirá para medir datos relacionados con el

inventario, como niveles de stock, tiempos de respuesta y reducción de errores, de manera que sea posible evaluar los resultados de las mejoras que se propongan.

Las fuentes de información incluirán tanto primarias (encuestas, entrevistas y observaciones dentro de la empresa) como secundarias (artículos, libros y documentos relacionados con la gestión de inventarios y procesos administrativos).

De esta forma, la justificación metodológica está directamente conectada con el diseño metodológico, ya que ambos parten de la necesidad de conocer a fondo la situación de **Virtual Mix S.A.**, para luego aplicar un plan de acción que optimice el control de inventarios y contribuya a mejorar la competitividad de la empresa.

La metodología seleccionada para el desarrollo del proyecto responde directamente a los objetivos planteados, ya que permite analizar la situación real de la empresa a través de un enfoque descriptivo y aplicado, facilitando la identificación de problemas internos y la formulación de estrategias de mejora acordes a las necesidades de Virtual Mix S.A.

4. Marco Referencial

En el desarrollo de este proyecto para **Virtual Mix S.A.**, se toman en cuenta investigaciones previas que abordan temas clave como la automatización y optimización de la gestión de inventarios en el entorno digital. Estas investigaciones proporcionan una base sólida para entender cómo la implementación de tecnologías avanzadas en la gestión de inventarios puede influir positivamente en el desempeño de la empresa y su competitividad en el mercado.

El análisis de estudios recientes sobre la implementación de sistemas de gestión de inventarios apoyados en nuevas tecnologías proporciona herramientas prácticas para evaluar y

mejorar el proceso de control y administración de existencias dentro de **Virtual Mix S.A.**, asegurando la disponibilidad de productos y reduciendo el desperdicio de recursos.

"IMPACTO DE LA AUTOMATIZACIÓN EN LA OPTIMIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE INVENTARIOS"

Realizado por **García, (2018)**.

Objetivo: Evaluar cómo la automatización puede optimizar la gestión de inventarios en pequeñas y medianas empresas, analizando su influencia en la reducción de errores, la eficiencia operativa y la mejora en el control de los productos almacenados.

Conclusión: En este estudio se concluyó que las empresas que implementaron sistemas de automatización lograron reducir en un 30% los errores relacionados con la disponibilidad de productos, además de mejorar significativamente los tiempos de respuesta en los procesos de entrada y salida de inventario. Esto permitió a las empresas ofrecer una mejor experiencia al cliente, fortalecer la toma de decisiones administrativas y reducir los costos operativos derivados de pérdidas y reprocesos, demostrando la importancia de la automatización como herramienta estratégica.

"EFECTIVIDAD DE LOS SISTEMAS DE CONTROL DE INVENTARIOS PARA LA REDUCCIÓN DE PÉRDIDAS"

Llevado a cabo por **Pérez y Torres, (2019)**.

Objetivo: Determinar cómo los sistemas de control de inventarios influyen en la reducción de pérdidas por obsolescencia y sobrestock en empresas del sector retail, evaluando su impacto en la administración eficiente de los recursos y el control del stock.

Conclusión: La implementación de sistemas de control de inventarios permitió reducir en un 40% las pérdidas por obsolescencia, logrando una mejor administración de los niveles de stock y un uso más eficiente del espacio de almacenamiento. Además, se evidenció una optimización en los costos asociados al manejo de inventarios y una mejora en la disponibilidad de productos para los clientes, lo que contribuyó al fortalecimiento de la competitividad de las empresas analizadas.

"BENEFICIOS DE LA INTEGRACIÓN DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN LA GESTIÓN DE INVENTARIOS"

Desarrollada por **Ramírez, (2021).**

Objetivo: Explorar los beneficios de integrar tecnologías de la información en la gestión de inventarios dentro de empresas de comercio electrónico, considerando aspectos como la precisión de la información, la rapidez en los procesos y la satisfacción del cliente.

Conclusión: La integración de tecnologías de la información permitió reducir los tiempos de entrega en un 20%, mejorar la precisión en el control de existencias y disminuir los errores en los registros de inventario. Asimismo, se evidenció un aumento en la satisfacción del cliente al minimizar los casos de falta de productos, lo que demuestra que el uso de herramientas tecnológicas es clave para mejorar la eficiencia operativa y la competitividad en el comercio electrónico.

"PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN LA GESTIÓN DE INVENTARIOS PARA LA EFICIENCIA OPERATIVA EN EMPRESAS DE LOGÍSTICA"

Realizado por **Rodríguez y Silva, (2019).**

Objetivo: Examinar el papel de la planificación estratégica en la gestión de inventarios y su incidencia en la eficiencia operativa de las empresas de logística, analizando la relación entre la organización del inventario, la reducción de costos y la capacidad de respuesta ante la demanda.

Conclusión: Se determinó que la planificación estratégica en la gestión de inventarios es fundamental para optimizar las rutas de entrega, reducir los costos operativos en un 15% y mejorar la capacidad de respuesta de las empresas ante variaciones en la demanda. Además, una adecuada planificación contribuye a una mejor coordinación entre las áreas operativas y administrativas, fortaleciendo la sostenibilidad y el desempeño general de las organizaciones del sector logístico.

4.1 Marco Teórico

Para desarrollar el plan estratégico de mejora en **Virtual Mix S.A.**, se utilizarán conceptos clave de varios autores que han influido en las áreas de administración, automatización de procesos y atención al cliente.

Frederick Taylor – Teoría de la Administración Científica

Frederick Taylor, conocido como el padre de la Administración Científica, fue uno de los primeros en plantear que las empresas pueden mejorar significativamente su eficiencia operativa mediante la estandarización de procesos. Su enfoque se centra en la idea de dividir el trabajo en pequeñas tareas específicas y optimizar cada una de ellas mediante métodos racionales y científicos. Taylor consideraba que la mejora de los procesos no solo aumentaba la productividad, sino que también disminuía los errores.

En **Virtual Mix S.A.**, la aplicación de la teoría de Taylor es especialmente relevante en la automatización de los procesos de inventario, donde la estandarización y optimización son fundamentales. La empresa puede beneficiarse al reducir los errores humanos en la gestión de inventarios mediante el uso de tecnología avanzada, siguiendo los principios de eficiencia y especialización de Taylor.

El aporte de Taylor también se conecta con la idea de implementar herramientas digitales. Así como él proponía métodos científicos para optimizar el trabajo manual, en **Virtual Mix S.A** se puede trasladar ese mismo principio hacia la automatización tecnológica. Con ello, los procesos se harían más rápidos, se controlarían mejor las existencias y se garantizaría que los clientes siempre encuentren disponibles los productos que desean comprar.

Henri Fayol – Teoría Clásica de la Administración

Henri Fayol fue uno de los principales exponentes de la Teoría Clásica de la Administración, que se enfoca en cinco funciones clave: planificación, organización, dirección, coordinación y control. Fayol creía que cualquier organización, independientemente de su tamaño o sector, debía funcionar bajo estos principios para garantizar un funcionamiento eficiente y un crecimiento sostenido.

En **Virtual Mix S.A.**, la planificación estratégica y la organización son cruciales para estructurar mejor las operaciones y para dirigir los recursos hacia áreas de mayor necesidad, como la gestión de inventarios y la atención al cliente. La teoría de Fayol se alinea con la necesidad de establecer un plan estratégico formal que permita que todas las operaciones de la empresa estén alineadas con los objetivos de crecimiento.

Fayol insiste en que el control es clave para tomar decisiones acertadas. Esto aplica directamente a **Virtual Mix S.A.**, ya que, al tener un inventario actualizado y confiable, la empresa podrá evitar sobre costos, prevenir faltantes y responder con rapidez a los pedidos de los clientes, su teoría aporta un marco práctico para que **Virtual Mix S.A.** logre manejar sus inventarios de manera más organizada y eficiente.

William Edwards Deming – Enfoque de la Calidad Total (TQM)

William Edwards Deming fue un pionero en la teoría de la Calidad Total (TQM), que se centra en la mejora continua de los procesos empresariales con el objetivo de aumentar la satisfacción del cliente. Deming argumentaba que las empresas debían involucrar a todos los empleados en la mejora de los procesos y que el enfoque en la calidad debía ser un esfuerzo continuo, no un objetivo puntual.

En el contexto de **Virtual Mix S.A.**, la mejora continua es clave para mantener altos niveles de satisfacción del cliente, especialmente en la gestión de inventarios. Implementar los principios de Deming permitirá a la empresa adaptarse a las demandas cambiantes del mercado y mejorar de forma constante la experiencia del cliente.

Deming también resalta que la satisfacción del cliente depende directamente de la calidad de los procesos internos. En este sentido, tener un inventario confiable garantiza que los clientes encuentren lo que buscan y que los tiempos de entrega sean rápidos. Así, el aporte de Deming se conecta con el objetivo central del proyecto: lograr que **Virtual Mix S.A.** se vuelva más competitivo gracias a procesos internos más sólidos.

Michael Porter – Ventaja Competitiva y Modelo de las Cinco Fuerzas

Michael Porter es reconocido por su teoría de la Ventaja Competitiva, la cual establece que una empresa puede destacarse en el mercado mediante estrategias que le permitan diferenciarse de sus competidores. Porter también desarrolló el modelo de las cinco fuerzas, que permite analizar el entorno competitivo de una empresa para identificar las áreas donde puede ganar ventaja sobre sus competidores.

En **Virtual Mix S.A.**, la implementación de un plan estratégico que automatice sus procesos de inventarios y mejore la atención al cliente puede convertirse en una fuente de ventaja competitiva. Al diferenciarse en el mercado por ofrecer un servicio más rápido y eficiente, la empresa puede atraer a más clientes y aumentar su cuota de mercado.

La teoría de Porter también señala que la competitividad se construye con estrategias claras y sostenibles. Para **Virtual Mix S.A.**, la inversión en automatización del inventario representa una estrategia de largo plazo, que le permitirá no solo mejorar ahora, sino mantenerse fuerte frente a sus competidores en el futuro.

Alfred Marshall – Costo-Beneficio

Alfred Marshall fue un economista que desarrolló el concepto de costo-beneficio, que es esencial para evaluar si una inversión o mejora en una empresa es económicamente viable. La teoría de Marshall sugiere que antes de realizar una inversión, una empresa debe analizar los costos involucrados y compararlos con los beneficios a largo plazo.

En **Virtual Mix S.A.**, esta teoría es crucial para evaluar el impacto económico de las mejoras propuestas, como la implementación de un sistema automatizado de gestión de inventarios y la mejora en la atención al cliente. Con este análisis, la empresa podrá justificar sus inversiones y tomar decisiones informadas que aumenten su rentabilidad.

El aporte de Marshall es fundamental porque permite mostrar con claridad que mejorar los inventarios no es un gasto innecesario, sino una inversión inteligente que asegura mayor rentabilidad y competitividad en el mercado digital.

4.2 Marco Conceptual

En este marco se define los términos y conceptos clave que serán utilizados en el proyecto de mejora de **Virtual Mix S.A.** Estos conceptos son esenciales para comprender el enfoque de la investigación y las estrategias que se implementarán para optimizar los procesos operativos y mejorar la competitividad de la empresa.

Automatización de Inventarios

La automatización de inventarios es el proceso mediante el cual se utiliza tecnología y sistemas digitales para gestionar y controlar de manera más eficiente el inventario de una empresa. Este proceso implica la implementación de software especializado que puede sincronizar el stock en tiempo real con las ventas en la tienda online, reduciendo los errores humanos y mejorando la precisión en la disponibilidad de productos.

Aplicación en **Virtual Mix S.A.**: La automatización de los inventarios en **Virtual Mix S.A.**, es crucial para evitar errores en el control de stock y asegurar que los productos ofrecidos en la tienda digital estén actualizados y disponibles para su venta. Esto reducirá la insatisfacción del cliente y optimizará los tiempos de respuesta en el manejo de pedidos.

Planificación Estratégica

La planificación estratégica es el proceso mediante el cual una empresa define sus objetivos a largo plazo y traza un plan para alcanzarlos. Este proceso implica un análisis exhaustivo de los recursos internos, las oportunidades del mercado y las amenazas externas, así como la definición de pasos concretos para lograr el crecimiento sostenido de la empresa. La planificación estratégica incluye la asignación de recursos, la definición de prioridades y la medición del progreso a través de indicadores clave de desempeño.

Aplicación en **Virtual Mix S.A.**: Para **Virtual Mix S.A.**, la planificación estratégica permitirá organizar mejor sus procesos internos, definir objetivos claros de crecimiento en el mercado digital, y asignar recursos de manera más eficiente. Este plan ayudará a la empresa a abordar de forma estructurada los problemas en la gestión de inventarios.

Competitividad

La competitividad es la capacidad de una empresa para destacar frente a sus competidores en el mercado, ofreciendo productos o servicios que proporcionen un valor superior a los clientes. La competitividad depende de varios factores, como la eficiencia operativa, la capacidad de innovación y la calidad de sus productos. Las empresas que son más competitivas pueden capturar una mayor cuota de mercado y generar más ingresos.

Aplicación en **Virtual Mix S.A.**: La competitividad de **Virtual Mix S.A.** mejorará significativamente al implementar un sistema automatizado de gestión de inventarios. Estas mejoras diferenciarán a la empresa de sus competidores en el mercado digital, permitiéndole ofrecer una experiencia de compra más eficiente y satisfactoria.

Costo-Beneficio

El análisis de costo-beneficio es una herramienta que se utiliza para evaluar si una inversión o una mejora en una empresa es económicamente viable. Consiste en comparar los costos asociados con la implementación de una estrategia o tecnología con los beneficios que se esperan obtener a largo plazo, como el aumento de la eficiencia, la reducción de errores o el incremento en la satisfacción del cliente.

Aplicación en **Virtual Mix S.A.**: El análisis de costo-beneficio será fundamental para justificar las inversiones en automatización de inventarios. Esta herramienta permitirá a **Virtual Mix S.A.** medir los impactos financieros de las mejoras y asegurar que los recursos se utilicen de manera eficiente para maximizar el retorno de inversión.

Mejora Continua

La mejora continua es un proceso en el cual una empresa se esfuerza por realizar ajustes y mejoras constantes en sus operaciones para aumentar la eficiencia y la calidad de sus productos o servicios. Este concepto se basa en la idea de que siempre hay oportunidades para optimizar los procesos y que el éxito a largo plazo depende de la capacidad de una empresa para adaptarse y mejorar de manera constante.

Aplicación en **Virtual Mix S.A.**: El enfoque de mejora continua es clave para **Virtual Mix S.A.** a medida que busca optimizar tanto la gestión de inventarios como la atención al cliente. Con la implementación de nuevas herramientas tecnológicas, la empresa podrá ajustar y mejorar sus procesos a medida que surjan nuevas necesidades y demandas del mercado.

4.3 Marco Contextual

Virtual Mix S.A. es una tienda digital que opera en el dinámico y creciente mercado tecnológico de Colombia. La empresa tiene su sede en la ciudad de Cali ubicada en el barrio 12 de octubre (Calle 48 # 28g-71), capital del departamento del Valle del Cauca. Esta ubicación estratégica le permite acceder a un entorno económico favorable, especialmente en el sector tecnológico, que ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años, impulsado por la digitalización de productos y servicios.

Cali es una de las principales ciudades del país y se ha consolidado como un centro económico importante, con una fuerte influencia en sectores como la tecnología, el comercio electrónico y los servicios digitales. La ciudad ofrece una infraestructura moderna y conectividad con otras regiones del país, lo que facilita la expansión de **Virtual Mix S.A.** hacia nuevos mercados. Además, la cercanía al puerto de Buenaventura, el más grande de Colombia en el Pacífico, abre oportunidades para mejorar la logística y distribución de productos tecnológicos.

El contexto económico de Cali, caracterizado por su creciente sector comercial y tecnológico, proporciona a **Virtual Mix S.A.** un entorno favorable para implementar su estrategia de crecimiento basada en la automatización de inventarios y la mejora de la atención al cliente. Sin embargo, la competencia en el mercado digital es fuerte, lo que obliga a la empresa a mantenerse a la vanguardia en términos de tecnología y servicio al cliente para diferenciarse de sus competidores.

El mercado local de Cali está cada vez más abierto a la adopción de soluciones tecnológicas avanzadas, lo que posiciona a **Virtual Mix S.A.** en una excelente oportunidad para aprovechar las tendencias del mercado digital. Sin embargo, la empresa también debe enfrentar

los desafíos que supone la transformación digital, incluyendo la adaptación constante a las nuevas tecnologías y la implementación de estrategias que mejoren la eficiencia operativa y la experiencia del cliente.

En cuanto a su estructura física, **Virtual Mix S.A.** no cuenta con una tienda física, lo que le permite enfocarse completamente en su operación digital. Esta estrategia le ha permitido mantener bajos costos operativos, concentrando sus esfuerzos en la optimización de su plataforma de comercio electrónico y en mejorar la satisfacción del cliente mediante una atención eficiente y personalizada.



4.4 Marco Legal

El funcionamiento de **Virtual Mix S.A.** está regulado por la normativa vigente en Colombia, que cubre tanto aspectos laborales como comerciales. Entre las leyes y normas más relevantes para la operación de la empresa se encuentran:

Código de Comercio (Decreto 410 de 1971): Regula las actividades comerciales de **Virtual Mix S.A.**, incluyendo la formalización de contratos y las transacciones comerciales en la plataforma digital.

Ley 1480 de 2011 - Estatuto del Consumidor: Protege los derechos de los consumidores, obligando a la empresa a garantizar productos de calidad y a proporcionar información clara y veraz, además de atender quejas y devoluciones de forma eficiente.

Ley 1581 de 2012 - Protección de Datos Personales: Obliga a **Virtual Mix S.A.** a garantizar la seguridad y confidencialidad de los datos personales de sus clientes, implementando políticas para el manejo adecuado de esta información.

Ley 527 de 1999 - Comercio Electrónico: Regula las transacciones electrónicas, validando el uso de firmas digitales y asegurando la autenticidad y seguridad de las operaciones en la tienda online.

Decreto 1072 de 2015 - Seguridad y Salud en el Trabajo: Establece las obligaciones de la empresa para garantizar condiciones seguras de trabajo, ya sea en oficinas o mediante teletrabajo.

Ley 2010 de 2019 - Reforma Tributaria: Impone obligaciones fiscales, como la declaración y pago del Impuesto sobre la Renta y el IVA, que deben ser gestionadas por **Virtual Mix S.A.**

Ley 1014 de 2006 - Fomento a la Cultura del Emprendimiento: Promueve el crecimiento y competitividad de pequeñas y medianas empresas, ofreciendo incentivos para apoyar su desarrollo.

4.5 Marco Temporal

El marco temporal del presente proyecto establece los tiempos estimados para la formulación, planeación y estructuración de las estrategias propuestas en el plan de mejoramiento para la empresa **Virtual Mix S.A.**

Es importante aclarar que dichas estrategias no se implementan directamente durante el desarrollo del proyecto, sino que se presentan como una guía metodológica y operativa para su futura aplicación por parte de la empresa, de acuerdo con su disponibilidad de recursos y toma de decisiones administrativas.

En este sentido, el proyecto se enfoca en el análisis, diagnóstico y diseño de propuestas orientadas a mejorar la gestión del inventario y los procesos internos, dejando su ejecución como una etapa posterior a cargo de la organización.:

Primer semestre académico: Comprendido entre agosto y noviembre de 2024, durante este periodo se realizará la propuesta de investigación y el anteproyecto, en los que se definirá la problemática de **Virtual Mix S.A.**, enfocándose en la gestión de inventarios. Se plantearán las estrategias a implementar basadas en los contenidos de la cátedra de Formulación y Elaboración de Proyectos.

Segundo semestre académico: Comprendido entre agosto y noviembre de 2025, en este periodo se desarrollará e implementará el proyecto de mejora en **Virtual Mix S.A.** Se evaluarán los resultados y se presentarán ajustes si es necesario. Este trabajo será revisado por el docente encargado de la cátedra de Trabajo de Grado.

5. Diseño Metodológico

5.1 Componentes Investigativos

5.1.1 Tipo, métodos y fuentes de investigación

El presente proyecto corresponde a una investigación aplicada, orientada a la solución de problemas prácticos dentro de la organización Virtual Mix S.A., ubicada en la ciudad de Cali. Su propósito principal es optimizar la gestión de inventarios mediante la formulación e implementación de estrategias administrativas y tecnológicas basadas en el análisis de la situación actual de la empresa. Según Giraldo-Ospina (2020), la investigación aplicada se caracteriza por utilizar conocimientos teóricos con el fin de resolver problemáticas reales en contextos específicos, generando mejoras directas en los procesos organizacionales.

El diseño metodológico combina un enfoque descriptivo y exploratorio. Desde el enfoque descriptivo, se analizan las características actuales del sistema de inventarios de la empresa, identificando las principales falencias relacionadas con el control de entradas y salidas de productos, el registro de información y la ausencia de herramientas digitales. Por su parte, el enfoque exploratorio permitió examinar posibles alternativas de mejora, especialmente la implementación de modelos tecnológicos básicos de automatización y control, adecuados a las capacidades y necesidades de Virtual Mix S.A.

Para el desarrollo del estudio, el diseño metodológico incluyó la revisión de información interna de la empresa, como registros de inventario, ventas y documentos administrativos existentes. Asimismo, se realizó observación directa de los procesos administrativos y

operativos, lo que permitió comprender de manera detallada cómo se llevan a cabo las actividades relacionadas con el manejo del inventario en el entorno real de la organización.

Adicionalmente, se efectuó un análisis de los procesos actuales, considerando los escenarios en los que se presentan errores, demoras o pérdidas de productos, lo que facilitó la construcción de un diagnóstico realista. Como herramientas metodológicas se emplearon listas de verificación, matrices de análisis y formatos de control diseñados en hojas de cálculo, los cuales sirvieron de base para proponer estrategias acordes al contexto organizacional de Virtual Mix S.A. y a sus recursos disponibles.

5.2 Métodos de investigación:

5.2.1 Cualitativo:

- Se utilizarán entrevistas semiestructuradas para recopilar percepciones del personal sobre el sistema de inventarios actual.
- Las observaciones directas del proceso permitirán identificar puntos críticos no documentados.

5.2.2 Cuantitativo:

- Se analizarán métricas como niveles de stock, frecuencia de errores, costos asociados y tiempos de reposición.
- Los datos obtenidos se procesarán para identificar tendencias y medir el impacto de las deficiencias actuales.

5.2.3 Fuentes de Información:

- **Primarias:** Encuestas, entrevistas y análisis de las prácticas actuales de inventarios en la empresa.
- **Secundarias:** Documentos internos, como reportes de inventarios y auditorías operativas, además de literatura especializada sobre gestión de inventarios.

El enfoque será **no experimental y transversal**, ya que no se manipularán variables, sino que se analizarán las condiciones existentes en un momento específico (Montemayor & Cáceres, 2015).

5.2.4 Línea de investigación

El proyecto se enmarca en la línea de investigación **Mejoramiento de la Productividad en las Organizaciones**, perteneciente al programa **Técnico Profesional en Procesos Administrativos del Instituto Técnico Nacional de Comercio “Simón Rodríguez”**. Dentro de esta línea, se trabaja en la sub-línea **Mejoramiento Empresarial**, con énfasis en el desarrollo de estrategias prácticas para optimizar procesos internos.

5.2.5 Delimitación del objeto de estudio

La investigación se llevará a cabo en **Virtual Mix S.A.**, empresa de comercio digital ubicada en Cali, Colombia. Se analizarán exclusivamente los procesos relacionados con la

gestión de inventarios, abarcando desde la recepción de productos hasta su control y actualización en la tienda digital.

El objeto de estudio estará delimitado a las operaciones internas relacionadas con el manejo de inventarios, considerando los recursos tecnológicos y humanos disponibles en la empresa.

5.2.6 Población y muestra del objeto de estudio

La población de esta investigación está conformada por todos los empleados involucrados en la gestión de inventarios en **Virtual Mix S.A.**, principalmente personal administrativo y operativo. La muestra será **intencionada**, seleccionando al personal con mayor experiencia en los procesos actuales para garantizar información relevante y confiable.

5.3 Técnicas e Instrumentos

5.3.1 Diagnóstico Empresarial

El diagnóstico empresarial será una herramienta clave para identificar las deficiencias actuales en la gestión de inventarios. Según Rincón (2012), este proceso permite a las empresas conocer su situación actual y definir estrategias para superar los obstáculos que limitan su competitividad.

En el caso de **Virtual Mix S.A.**, el diagnóstico se enfocará en:

1. **Niveles de inventarios:** Analizando discrepancias entre los registros y el stock real.

2. **Errores recurrentes:** Identificando las principales causas de pérdidas o desabastecimientos.
3. **Tecnología utilizada:** Evaluando la efectividad de los sistemas actuales para la gestión de inventarios.

5.3.2 Análisis de Procesos

El análisis de procesos permitirá evaluar si las actividades relacionadas con los inventarios están alineadas con los objetivos estratégicos de la empresa. Según Sydle (2022), los pasos esenciales para este análisis son:

1. **Definir prioridades:** Identificar los procesos más críticos, como la recepción de productos y la actualización de inventarios.
2. **Entender el escenario:** Analizar factores internos y externos que influyen en la gestión de inventarios.
3. **Establecer el alcance:** Determinar hasta dónde se desea llegar con la mejora de los procesos.
4. **Definir el método:** Se utilizará la revisión de registros de inventario y la observación directa de las actividades diarias, lo que permitirá detectar fallas y oportunidades de mejora de manera clara y práctica.
5. **Definir el equipo:** El análisis estará a cargo del administrador de la empresa, con apoyo del auxiliar de inventarios y el responsable de sistemas, quienes colaborarán para obtener información precisa y confiable.

5.3.3 Procedimientos

5.3.3.1 Fases del Diagnóstico Empresarial

1. **Identificación de problemas:** Se analizarán las deficiencias más relevantes, como errores en el control de stock, tiempos prolongados de reposición y discrepancias entre los registros y el inventario real.
2. **Causas y efectos:** Se visualizarán las relaciones entre las causas identificadas y su impacto en la eficiencia operativa de la empresa.
3. **Recopilación de datos:** Se recogerán datos cualitativos y cuantitativos que permitan evaluar la magnitud del problema.

5.3.3.2 Pasos para el Estudio de Procesos

1. Revisar los procesos actuales de gestión de inventarios para identificar sus fortalezas y debilidades.
2. Diagnosticar las acciones necesarias para reducir errores, optimizar los niveles de stock y mejorar la disponibilidad de productos en la tienda digital.

5.3.3.3 Pasos para Calcular los Costos de la Propuesta

1. **Costos internos:** Identificar los recursos necesarios para implementar mejoras, como la adquisición de software sencillo de control de inventarios, la compra de equipos básicos (computador o lector de códigos) y la capacitación del personal.
2. **Costos externos:** Considerar gastos adicionales como asesorías técnicas o soporte externo en la implementación del sistema de inventarios.

3. **Presupuesto de contingencia:** Asignar un porcentaje adicional para cubrir imprevistos durante la implementación, como retrasos, fallas técnicas o gastos no contemplados.
4. **Seguimiento financiero:** Monitorear el gasto en cada etapa para garantizar que los recursos se utilicen de manera eficiente y evitar sobrecosto.
5. **Evaluación costo-beneficio:** Comparar los gastos realizados con los beneficios obtenidos, como la reducción de errores, ahorro de tiempo y mejor control de inventarios, asegurando que la inversión sea rentable.

6. **Reseña Histórica Empresarial**

Virtual Mix S.A. fue creada en el año 2020 en la ciudad de Cali, en medio del contexto de la pandemia, cuando el comercio digital comenzó a tomar mayor relevancia en Colombia. La empresa surgió como una alternativa local para ofrecer productos tecnológicos y software a través de una tienda virtual, con el objetivo de facilitar el acceso a herramientas digitales a estudiantes, profesionales y usuarios que requerían soluciones rápidas y confiables para trabajar, estudiar y comunicarse.

En sus primeros años, **Virtual Mix S.A.** operaba de manera sencilla y con recursos limitados, apoyándose en un modelo de venta totalmente digital. Esto le permitió mantener costos bajos y atender a una clientela ubicada únicamente en la ciudad de Cali. Su equipo de trabajo era reducido, compuesto por no más de tres personas, lo que hacía que la organización dependiera mucho de la capacidad operativa de cada integrante.

La empresa ha logrado consolidar un portafolio de productos que incluye dispositivos electrónicos, accesorios y software especializado. Sin embargo, los procesos internos, en especial la gestión de inventarios, se desarrollarán de forma desordenada, lo que ocasiona errores en el control de stock, retrasos en las entregas y dificultades para garantizar la disponibilidad de los productos. Estas limitaciones influyen en la satisfacción del cliente y en la sostenibilidad de la empresa.

Hoy, **Virtual Mix S.A.** busca dar un paso importante en su desarrollo implementando estrategias de mejora que fortalezcan la gestión de inventarios, con el objetivo de ser más competitiva en el mercado digital y seguir creciendo de manera sostenida.

6.1 Tipo De Empresa – Constitución

- Comercio digital.
- Virtual Mix S.A. fue constituida como **Sociedad Anónima (S.A.)**.

No está legalizada por lo tanto no tiene Cámara de Comercio.

6.2 Capital Social

Virtual Mix S.A. contó con un capital social inicial de \$10.000.000 COP, Este capital fue suficiente para cubrir los gastos básicos de constitución, la puesta en marcha de la tienda digital y la compra de un inventario inicial limitado, adaptado a las dificultades económicas del momento.

6.3 Objeto Social

La sociedad **Virtual Mix S.A.** tendrá por objeto principal la comercialización, venta y distribución, a través de medios virtuales y físicos, de equipos de cómputo, dispositivos móviles, accesorios electrónicos y en general toda clase de productos relacionados con la tecnología.

6.4 Misión y Visión Empresarial

La empresa no cuenta con una misión ni una visión.

6.5 Políticas de la Empresa

6.5.1 Política de descuentos promocionales

- Se aplicarán en temporadas especiales como Día de la Madre, Amor y Amistad, Navidad.
- Los porcentajes de descuento serán definidos por el dueño y publicados de manera anticipada en las redes sociales de la empresa.
- Los descuentos estarán disponibles únicamente durante el periodo anunciado y no serán acumulables con otras promociones, salvo indicación expresa.
- Se aplicará un descuento de 5% de compras mayor o igual a \$250.000 COP.

6.5.2 Política de precios y ventas

- Todos los precios publicados incluyen los impuestos correspondientes de acuerdo con la normatividad colombiana.
- Virtual Mix S.A. se reserva el derecho de actualizar precios según cambios en el mercado, variaciones del dólar u ofertas especiales.
- Los precios publicados en la tienda virtual serán válidos únicamente en el momento de la compra y podrán variar sin previo aviso.

6.5.3 Políticas de medidas de pago

- Los clientes podrán realizar sus compras mediante transferencias bancarias, pagos PSE y plataformas aliadas de comercio electrónico.
- El pago debe realizarse en su totalidad antes de realizar el despacho de los productos.
- En caso de fallas en el sistema de pago, el cliente deberá comunicarse con la empresa para recibir orientación.

6.6 Estructura Empresarial – Áreas Funcionales

La empresa no cuenta con una estructura empresarial (organigrama)

6.7 Portafolio De Productos



Tarjetas madre, memorias RAM y procesadores - Unidades de almacenamiento (HDD-SSD)



Licencias de software personal y empresarial - Relojes inteligentes y pulseras deportivas.

6.8 Mercado

6.8.1 Público Objetivo

- **Estudiantes y profesionales jóvenes (18-35 años)**

Buscan dispositivos tecnológicos y software accesible para estudio y trabajo. De los estudiantes universitarios que necesitan laptops, licencias de programas y accesorios.

- **Consumidores interesados en tecnología**

Personas que buscan accesorios como relojes inteligentes, pulseras deportivas, memorias y discos duros para uso personal.

6.8.2 Clientes Potenciales

Segmento: Estudiantes

Necesidad Principal: Dispositivos para estudiar y conectarse

Producto Relacionado: Laptops, software educativo, accesorios

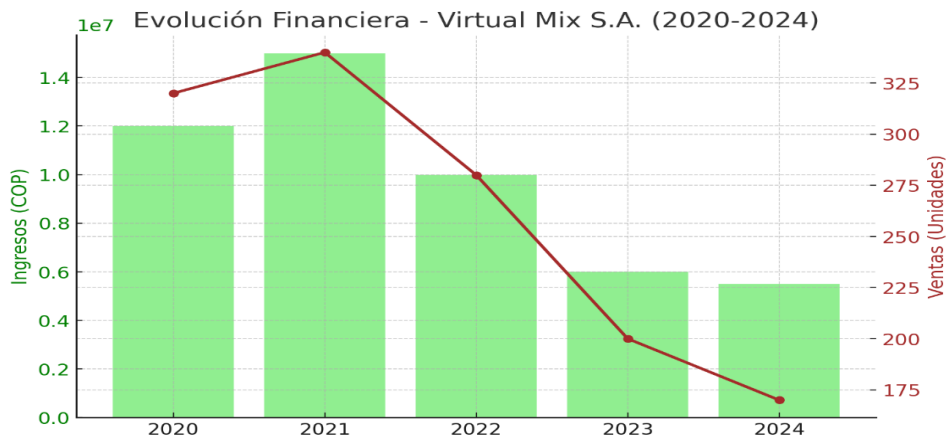
Segmento: Consumidores generales

Necesidad principal: Gadgets y accesorios modernos

Producto relacionado: Relojes inteligentes, pulseras deportivas

Producto relacionado: Licencias de software, hardware básico

6.9 Evolución Financiera



2020: La empresa inició con ingresos de \$12.000.000 COP y 320 ventas, impulsada por la alta demanda de productos tecnológicos durante la pandemia, cuando muchas personas necesitaban computadores y accesorios para estudiar o trabajar desde casa.

2021: Fue el mejor año, alcanzando ingresos de \$15.000.000 COP y 340 ventas. El aumento se debió a que la empresa ya tenía una mejor organización en su inventario y una mayor visibilidad en el mercado digital, lo que permitió aprovechar la continuidad del teletrabajo y la educación virtual.

2022: Se presentó una disminución a \$10.000.000 COP y 280 ventas. Esta caída fue consecuencia del regreso progresivo a la presencialidad, lo que redujo la necesidad urgente de equipos tecnológicos, además de una menor inversión en publicidad digital por parte de la empresa.

2023: Fue el año más crítico, con ingresos de solo \$6.000.000 COP y 200 ventas. La baja operatividad, junto con una gestión limitada del inventario, afectó fuertemente el desempeño financiero y redujo la presencia en el mercado frente a competidores más consolidados.

2024: La empresa se mantuvo con ingresos de \$5.500.000 COP y 170 ventas, marcando el nivel más bajo de los cinco años. Aunque logró mantener algunas ventas, la falta de un plan estratégico y la reducción en su actividad comercial explican este resultado.

7. Análisis de la Situación Actual de la Empresa

Virtual Mix S.A. es una tienda virtual de tecnología que tuvo buenos resultados al inicio, pero hoy enfrenta una fuerte disminución en ventas. La falta de control en inventarios ha causado errores en disponibilidad y retrasos en entregas. Además, la poca inversión en publicidad digital limita su presencia en el mercado. En lo financiero, los ingresos han caído cada año, llegando en 2024 al punto más bajo. La empresa aún tiene oportunidad de recuperarse si mejora la gestión de inventarios y refuerza su estrategia de ventas en línea.

7.1 Análisis Del Sector: Entorno Económico De La Empresa

Las 5 fuerzas de Porter:

El análisis del sector tecnológico y comercial se realiza a partir del modelo de las Cinco Fuerzas de Michael Porter, el cual permite evaluar el nivel de competitividad del sector, considerando a los actores externos que influyen en el desempeño de las empresas que

participan en él. Este análisis no se centra únicamente en **Virtual Mix S.A.**, sino en las condiciones generales del sector en el que opera.

7.1.1 Poder de negociación de los clientes:

En el sector tecnológico, los clientes cuentan con un alto poder de negociación, debido a la gran cantidad de opciones disponibles en el mercado. Existen plataformas de comercio electrónico de alcance nacional e internacional como Amazon, Mercado Libre y AliExpress, así como tiendas físicas y virtuales locales que ofrecen productos similares.

Esta amplia oferta permite a los consumidores comparar precios, calidad, tiempos de entrega y condiciones de garantía, lo que los lleva a exigir mejores beneficios y promociones. Como resultado, las empresas del sector deben mantener precios competitivos, buena atención al cliente y procesos eficientes para conservar su participación en el mercado.

7.1.2 Poder de negociación de los proveedores:

El poder de negociación de los proveedores en el sector tecnológico es medio a alto, ya que muchos productos son importados y dependen de distribuidores mayoristas o fabricantes internacionales. Estos proveedores suelen establecer precios, condiciones de pago y volúmenes mínimos de compra.

No obstante, el sector cuenta con múltiples distribuidores y alternativas de abastecimiento, lo que reduce la dependencia de un solo proveedor. Esto permite que las empresas del sector puedan comparar opciones y buscar mejores condiciones, aunque siguen estando expuestas a factores externos como la variación del dólar y los costos de importación.

7.1.3 Amenaza de nuevos competidores entrantes:

La amenaza de nuevos competidores en el sector tecnológico es alta, especialmente en el comercio digital. El acceso a redes sociales, plataformas de venta en línea y herramientas tecnológicas facilita la entrada de nuevos negocios con bajos costos iniciales.

Sin embargo, aunque ingresar al mercado es relativamente sencillo, mantenerse y crecer resulta más complejo debido a la fuerte competencia, la necesidad de generar confianza en los clientes y la inversión constante en publicidad y actualización de productos. Esto genera un entorno dinámico donde las empresas deben innovar continuamente para diferenciarse.

7.1.4 Amenaza de productos sustitutos:

En el sector tecnológico existe una alta amenaza de productos sustitutos, como accesorios genéricos de menor precio, productos reacondicionados o de segunda mano, y marcas alternativas que cumplen funciones similares.

Estos sustitutos atraen a clientes sensibles al precio, lo que obliga a las empresas del sector a competir no solo en costos, sino también en calidad, garantía, respaldo y servicio postventa. La disponibilidad de sustitutos incrementa la presión competitiva dentro del sector.

7.1.5 Rivalidad entre competidores:

La rivalidad entre competidores en el sector tecnológico es alta, debido a la gran cantidad de empresas que ofrecen productos similares y a la constante competencia en precios, promociones, publicidad digital y tiempos de entrega.

Las grandes cadenas, tiendas especializadas y comercios virtuales luchan por captar la atención del consumidor, lo que intensifica la competencia. En este contexto, las empresas del sector deben desarrollar estrategias que les permitan diferenciarse, ya sea mediante la atención personalizada, la rapidez en el servicio o el manejo eficiente de sus procesos internos.

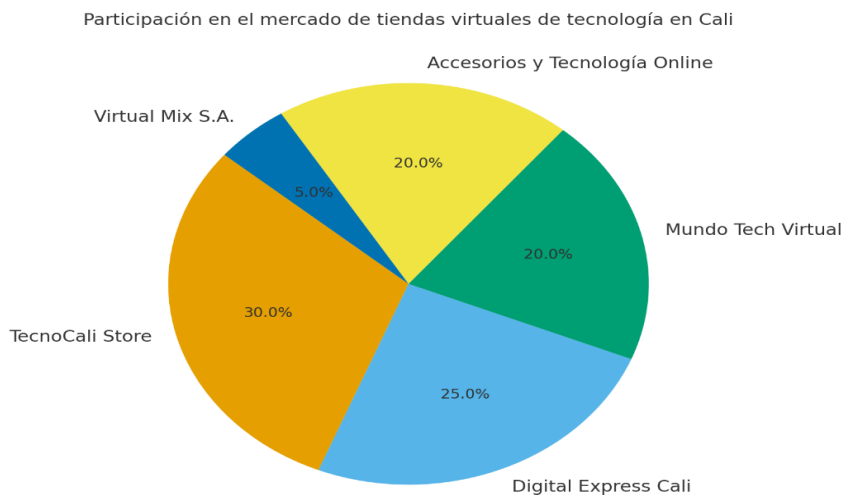
7.2 La competencia

Virtual Mix S.A. se encuentra en la ciudad de Cali, donde la competencia directa son pequeñas y medianas tiendas virtuales de tecnología que también comercializan accesorios, computadores, celulares y equipos periféricos.

Entre los principales competidores se destacan:

- **TecnoCali Store**, una tienda virtual con mayor tiempo en el mercado, que cuenta con presencia constante en redes sociales y una base de clientes establecida. Su fortaleza principal radica en la variedad de productos y en la frecuencia de sus promociones, lo que le permite mantener una rotación constante de inventario.
- **Digital Express Cali**, se caracteriza por ofrecer entregas rápidas dentro de la ciudad y por enfocarse en la atención al cliente. Esta empresa ha logrado posicionarse gracias a su cumplimiento en los tiempos de entrega y a la confianza generada en sus compradores, aspectos que influyen directamente en su participación en el mercado.

- **Mundo Tech Virtual**, maneja una estrategia de precios competitivos y una oferta amplia de accesorios tecnológicos. Su enfoque principal es atraer clientes sensibles al precio, lo que le permite captar una parte significativa del mercado, aunque con márgenes de ganancia ajustados.
- **Accesorios y Tecnología Online**, opera principalmente a través de redes sociales y se enfoca en productos de alta rotación y bajo costo. Su estrategia se basa en la publicación constante de productos disponibles, lo que le permite mantener visibilidad continua frente a los clientes potenciales.



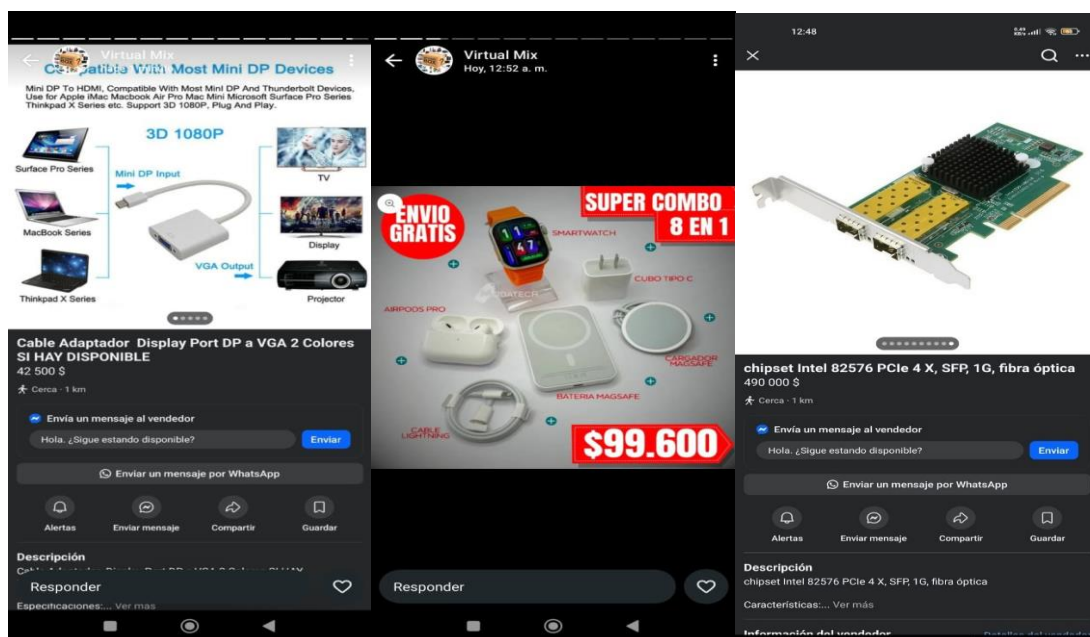
Estos negocios ofrecen productos similares, con precios competitivos y estrategias de venta en redes sociales que les permiten atraer clientes constantemente. La competencia se basa principalmente en la rapidez en las entregas, el manejo de inventarios, la variedad de productos disponibles y la atención personalizada que brindan a sus clientes.

7.3 El mercado actual – Participación en el mercado

Virtual Mix S.A., una tienda virtual de tecnología en Cali, ha logrado llegar a más de 80 clientes con sus productos en los últimos meses. Durante este tiempo, la empresa ha alcanzado ventas cercanas a \$8,200,000 COP, lo que representa aproximadamente un 12% de participación en el mercado local, mientras que la competencia suma alrededor de \$60,000,000 COP, equivalente al 78% del mercado.

7.4 Estrategias de mercadeo y ventas

La empresa se enfoca en fortalecer la promoción en redes sociales, especialmente en Facebook, Instagram y WhatsApp, donde la mayoría de sus clientes buscan productos tecnológicos.





7.5 Matriz DOFA - Virtual Mix S.A

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
MATRIZ DOFA	O1. Crecimiento del comercio electrónico en Colombia. O2. Mayor demanda de productos tecnológicos por el teletrabajo y la educación virtual. O3. Uso de redes sociales y plataformas digitales como canales de venta a bajo costo. O4. Posibilidad de alianzas con proveedores nacionales e internacionales.	A1. Alta competencia en el sector tecnológico con precios muy competitivos. A2. Variación del dólar que impacta los costos de importación. A3. Clientes más exigentes en calidad, precio y tiempos de entrega. A4. Riesgo de baja confianza por fraudes en compras en línea.
FORTALEZAS	Estrategias FO	Estrategias FA
F1: Tienda 100% virtual con bajos costos. F2: Variedad de productos tecnológicos. F3: Flexibilidad para adaptarse. F4: Experiencia en ventas en línea.	Usar la tienda virtual y el crecimiento del e-commerce para ganar más clientes en redes sociales (F1, O1). Hacer alianzas con proveedores y aprovechar la variedad de productos (O4, F2, F3).	Ofrecer buen servicio al cliente para enfrentar la competencia fuerte (F4, A1). Mantener bajos costos para soportar la variación del dólar (F1, A2).
DEBILIDADES	Estrategias Do	Estrategias DA
D1: Poco control de inventarios.	Implementar un control sencillo de inventarios con herramientas digitales (D1, O3).	Ajustar el portafolio a productos de alta rotación para reducir riesgos (D3, A1).

D2: Poca inversión en publicidad. D3: Limitada capacidad financiera. D4: Pocas personas en el equipo	Mejorar publicidad en redes sociales con bajo presupuesto (D2, O3).	Reforzar confianza del cliente con entregas rápidas y pagos seguros (D1, D4, A4).
--	---	---

7.6 Matriz DOFA para el sector al que pertenece la empresa

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
MATRIZ DOFA	O1: Crecimiento del comercio electrónico. O2: Mayor interés en productos tecnológicos. O3: Apoyo gubernamental a emprendimientos digitales. O4: Acceso a capacitaciones gratuitas en tecnología y marketing.	A1: Alta competencia local y nacional. A2: Variación del dólar que encarece productos importados. A3: Avances tecnológicos rápidos que vuelven obsoletos algunos productos. A4: Bajo poder adquisitivo en ciertos sectores de la población.
FORTALEZAS	Estrategias FO	Estrategias FA
F1: Crecimiento del comercio electrónico en la ciudad. F2: Mayor interés por productos tecnológicos. F3: Fácil acceso a plataformas digitales de venta. F4: Posibilidad de llegar a más clientes por redes sociales.	Aprovechar el auge del e-commerce para posicionar tiendas en línea (O1, F1). Responder a la demanda tecnológica con variedad de productos (O2, F2). Usar capacitaciones gratuitas para fortalecer la presencia en redes (O4, F4).	Mantener precios competitivos para mitigar la variación del dólar (F1, F2, A2). Innovar constantemente para no quedar rezagados frente a los avances rápidos (F2, F3, A3). Ofrecer promociones digitales para atraer clientes pese al bajo poder adquisitivo (F4, A4).
DEBILIDADES	Estrategias Do	Estrategias DA
D1: Muchos negocios pequeños no tienen control de inventarios. D2: Baja inversión en publicidad. D3: Limitado acceso a crédito para pymes. D4: Poco personal capacitado en tecnología.	Implementar herramientas sencillas de control de stock (D1, O3). Usar capacitaciones gratuitas para mejorar publicidad digital (O4, D2). Buscar apoyo de programas gubernamentales para acceso a créditos (O3, D3).	Reducir dependencia de importaciones para no ser tan afectados por el dólar (D3, A2). Capacitar al personal en temas básicos de tecnología para enfrentar la competencia (D4, A1). Ajustar inventarios para no perder con productos que quedan obsoletos rápido (D1, A3).

8. Plan de mejoramiento

Virtual Mix S.A. busca fortalecer su presencia en el mercado digital y aumentar sus ventas en la ciudad de Cali. Aunque la empresa ha logrado posicionarse como una tienda virtual confiable de productos tecnológicos, en los últimos años sus resultados han disminuido por la falta de control en los inventarios y una baja promoción en redes sociales.

Por este motivo, se formula un plan de mejoramiento con el fin de corregir las debilidades identificadas y aprovechar las oportunidades del mercado. Este plan propone estrategias para optimizar la gestión de inventarios, mejorar la atención al cliente y aumentar la visibilidad de la empresa en medios digitales.

8.1 Área funcional de intervención

El área principal a intervenir en Virtual Mix S.A. es la **administrativa**, ya que la empresa presenta desorden en la gestión de inventarios y en el control de sus operaciones. Muchos productos no se registran correctamente, lo que genera errores en la disponibilidad y afecta las ventas.

8.2 Estructura del Área Administrativa

Gerente (Dueño): El gerente de Virtual Mix S.A. se encarga de dirigir todas las actividades de la empresa. Supervisa los procesos de venta, manejo de inventarios, compras y

atención al cliente. Además, toma las decisiones sobre precios, promociones y nuevas estrategias para mejorar las ventas. Como la empresa es pequeña, el dueño también cumple funciones operativas, manteniendo el contacto directo con los clientes y proveedores.

Encargado de Inventarios: Este cargo depende directamente del gerente y es responsable de llevar el control de entradas y salidas de productos, mantener actualizado el inventario, realizar conteos periódicos y elaborar reportes que permitan conocer el estado real del stock. Su función es apoyar la toma de decisiones y evitar pérdidas o errores en el manejo de los productos.

Mercadeo y Ventas: Esta área tiene la función de promocionar los productos tecnológicos que ofrece la empresa y asegurar que lleguen a más clientes dentro de la ciudad de Cali. Se encarga de la gestión de redes sociales, la atención al cliente virtual y la creación de estrategias de venta sencillas, como descuentos o combos promocionales. Su objetivo principal es aumentar las ventas y posicionar la marca Virtual Mix S.A. como una tienda confiable y cercana.

8.2.1 Matriz DOFA del área Administrativa

OPORTUNIDADES		AMENAZAS
MATRIZ DOFA	O1: Avances tecnológicos que facilitan el control de inventarios en línea. O2: Capacitación gratuita en herramientas digitales para pequeñas empresas. O3: Creciente demanda de productos tecnológicos en Cali. O4: Apoyo gubernamental a microempresas para mejorar procesos administrativos.	A1: Competencia con empresas que tienen sistemas automatizados. A2: Incremento del dólar que encarece los productos importados. A3: Errores humanos por falta de control automatizado. A4: Riesgo de pérdida o retraso en entregas por mala gestión de stock.
FORTALEZAS	Estrategias FO	Estrategias FA
F1: Conocimiento del inventario actual por parte del dueño.	Aprovechar los avances tecnológicos para implementar un sistema simple de control de inventarios (O1, F1, F4).	Mantener precios competitivos frente a la competencia automatizada (A1, F3).

F2: Comunicación directa con proveedores. F3: Capacidad para adaptarse rápidamente a los cambios del mercado. F4: Uso de plataformas digitales para la venta.	Participar en capacitaciones gratuitas sobre manejo digital de inventarios (O2, F3).	Mejorar el control del stock para evitar errores humanos y pérdidas (A3, F1).
DEBILIDADES	Estrategias Do	Estrategias DA
D1: Control de inventarios manual. D2: Falta de registro detallado de entradas y salidas. D3: Escasa inversión en herramientas tecnológicas. D4: Pérdida de información por falta de respaldo digital.	Buscar apoyo y capacitaciones para digitalizar el control de inventarios (O2, D1). Aplicar programas gratuitos para llevar registros de stock (O1, D3).	Crear respaldos digitales periódicos para evitar pérdida de datos (A4, D4). Reducir errores en los pedidos y entregas mediante una mejor organización interna (A3, D2).

8.3 Objetivos Plan de Mejoramiento

Implementar un proceso más eficiente para el control de inventarios en Virtual Mix S.A., que permita registrar con precisión las entradas y salidas de productos, reducir errores y optimizar la gestión operativa de la empresa.

Específicos:

1. Diseñar un sistema básico de registro que permita llevar un control mensual de las entradas y salidas de inventario.
2. Establecer indicadores de seguimiento que faciliten la revisión del stock y la detección de fallas en el manejo de productos.

3. Asignar a una persona responsable del control de inventario para garantizar un seguimiento constante y ordenado.
4. Implementar herramientas digitales sencillas para mejorar la organización y actualización de los inventarios.

8.4 Implementación del Plan de Mejoramiento

8.4.6 Formulación del Plan de Mejoramiento

Virtual Mix S.A. es una tienda virtual dedicada a la comercialización de productos tecnológicos en la ciudad de Cali. Durante sus primeros años tuvo buena aceptación en el mercado, pero actualmente enfrenta dificultades relacionadas con el control de inventarios y la disminución de ventas en línea.

Estas situaciones han generado retrasos en la entrega de pedidos, confusión en el manejo del stock y poca presencia digital, lo que ha afectado la confianza de los clientes y la estabilidad económica de la empresa.

El propósito del presente plan de mejoramiento es optimizar los procesos de inventario mediante un control más organizado de entradas y salidas, establecer indicadores de seguimiento mensual y fortalecer la estrategia de ventas virtuales para recuperar la competitividad en el mercado tecnológico local.

Estrategia

Área Administrativa

El área administrativa de **Virtual Mix S.A.** requiere fortalecer su organización interna y mejorar los procesos de control y registro, especialmente en el manejo de inventarios y la documentación contable. Implementar estrategias claras permitirá un funcionamiento más ordenado, prevenir pérdidas y tomar decisiones con base en información confiable.

Área Administrativa (Gestión de Inventario)	
Estrategia 1	Crear un sistema de control de inventarios que permita registrar correctamente la entrada y salida de los productos.
Estrategia 2	Designar un encargado que supervise el inventario y realice revisiones periódicas.
Estrategia 3	Implementar una herramienta digital simple que ayude a mejorar el seguimiento del inventario.

En conjunto, estas estrategias permiten el cumplimiento progresivo de los objetivos del plan de mejoramiento, fortaleciendo la gestión administrativa de Virtual Mix S.A. y sentando las bases para un manejo de inventarios más eficiente, organizado y acorde con las necesidades reales de la empresa.

Plan de acción

El plan de acción propuesto para Virtual Mix S.A. se enfoca principalmente en mejorar la gestión de inventarios, buscando optimizar los procesos internos y fortalecer el control de los productos. A través de estrategias prácticas y adaptadas a la realidad de la empresa, se pretende lograr una mayor organización, eficiencia y aprovechamiento de los recursos, permitiendo que la

empresa mejore su desempeño operativo y mantenga una participación estable en el mercado tecnológico de la ciudad de Cali.

Área	Estrategia	Objetivo	Actividades	Tiempo	Responsable	Costo
Administrativa	Implementar un sistema básico de control de inventarios digital	Mejorar el control de entrada y salida de productos para evitar pérdidas y errores	Definir datos a registrar: elegir columnas (código, nombre, descripción, fecha entrada, cantidad, proveedor, costo, número de factura, fecha salida, cliente).	1 día	Dueño	\$0
			Crear plantilla en Excel/Google Sheets: montar la hoja con columnas, fórmulas para stock inicial/entradas/salidas/stock final y alertas simples (condicionales).	2 días	Dueño	\$30.000
			Prueba en campo (2 semanas de movimientos reales): usar la plantilla con ventas/entradas reales para detectar errores y ajustar fórmulas.	10 días	Dueño	\$0
			Capacitación práctica (2 horas): sesión corta para enseñar a registrar, generar reporte y hacer respaldo.	2 horas (1 sesión)	Dueño	\$0
			Procedimiento escrito y respaldo semanal: redactar 1 página con el paso a paso (cuándo y cómo registrar) y programar copia semanal a Google Drive.	1 día	Dueño	\$10.000 Impresión
			Suscripción/app básica o ajustes técnicos: probar una app gratuita/ de bajo costo o pagar 1 mes de servicio si conviene migrar (opcional).	3 días	Asesor técnico	\$80.000

	Asignar un encargado del manejo de inventarios	Mantener un registro actualizado de existencias y productos vendidos	Identificar necesidades: se identifica la problemática del área.	1 día	Dueño	\$0
			Seleccionar o contratar a la persona: contratar por contrato breve (nombramiento escrito).	2 días	Dueño	\$10.000 Imprimir Documentación
			Definir funciones y calendario: escribir las tareas diarias, semanales y mensuales (registro diario, conciliación semanal, conteo mensual).	1 día	Dueño	\$0
			Capacitación práctica (2 horas): entrenamiento en la plantilla, cómo hacer conteos, y qué hacer frente a diferencias.	2 horas	Dueño	\$20.000 Ayuda didáctica
			Definir indicador simple: diferencia máxima permitida (%) entre registro y conteo físico.		Dueño	\$100.000
Mercadeo y Ventas	Publicar constantemente en redes los productos disponibles	Aumentar la rotación de inventario mediante promociones de productos en stock	Listar productos de baja rotación (10–20 ítems): generar lista con fotos y precios.	2 días	Encargado de ventas	\$0
			Crear ofertas y reglas de descuento: decidir descuentos (5%–10%), combos y condiciones (envío gratis desde \$X).	1 días	Encargado de ventas	\$0
			Diseño de 8 piezas gráficas simples: tomar fotos, editar y armar 8 imágenes con texto (pueden ser hechas con Canva o mano propia).	4 días	Encargado de ventas	\$0
			Crear calendario de publicaciones de 4 semanas: plan diario/semanal (qué publicar, horarios y canales).	1 día	Encargado de ventas	\$0

			Pauta / impulso de publicaciones: invertir en anuncios pequeños para ampliar alcance local (Facebook/Instagram).	1 mes	Encargado de ventas	\$70.000 Pautas flexibles
			Medir resultados semanales: ventas por campaña y ajustar la siguiente semana.	Diario	Encargado de ventas	\$0
TOTAL DE LA OPERACIÓN						\$320.000

Plan de mejoramiento general

El plan de mejoramiento para Virtual Mix S.A. busca fortalecer los procesos internos, especialmente en la gestión de inventarios, con el fin de mejorar el control de los productos, reducir pérdidas y optimizar las ventas en línea.

El plan tendrá una duración de 2 meses, 2 semanas y un costo aproximado de \$320.000 COP, que incluye capacitación básica, ajustes en el sistema de registro y asesoría contable.

Este plan pretende que la empresa logre una mejor organización interna, una gestión eficiente de sus productos y una atención más rápida a sus clientes virtuales.

Estrategia 1: Implementar un sistema básico de control de inventarios digital

Objetivo: Mejorar el control de entrada y salida de productos para evitar pérdidas, errores y demoras.

Actividad 1: Definir qué datos se van a registrar

Aquí se determinarán los datos que se incluirán en la hoja de control, como el código del producto, descripción, cantidad, fecha de entrada o salida, proveedor y cliente.

Esto permitirá que la información esté ordenada y que cada movimiento quede claramente registrado. Es el primer paso para tener un control real de lo que entra y sale del inventario.

Actividad 2: Crear la plantilla digital (Excel o Google Sheets)

Se diseñará una plantilla sencilla en Excel o Google Sheets donde se ingresen todos los datos definidos antes.

Se incluirán fórmulas automáticas que calculen el stock final y alertas que indiquen cuándo un producto está por agotarse.

Esto reemplazará el registro manual y evitará confusiones o pérdida de información.

Actividad 3: Probar la plantilla con movimientos reales

Durante dos semanas, la plantilla se usará con las ventas y compras reales de la empresa para revisar si las fórmulas y los campos funcionan bien.

Con esta prueba se ajustarán errores o se agregarán columnas necesarias antes de implementarla por completo.

Actividad 4: Capacitar al encargado en el uso del sistema

El encargado de inventarios recibirá una capacitación práctica de unas dos horas donde aprenderá a registrar productos, generar reportes y hacer respaldos.

El propósito es que domine el manejo del archivo y pueda resolver pequeñas fallas por sí mismo.

Actividad 5: Elaborar un procedimiento escrito y copias de respaldo

Se redactará un documento corto donde se especifique cómo debe llevarse el control: cuándo registrar, quién lo hace y cómo guardar los archivos.

Además, se dejará establecido que cada semana se hará una copia de seguridad en Google Drive para evitar pérdida de información.

Actividad 6: Evaluar una posible app o mejora futura

Después de usar la plantilla durante un tiempo, se analizará si es conveniente invertir en una aplicación sencilla de control de inventario que automatice el proceso.

Este paso será opcional, pero se dejará planteado como una mejora futura para modernizar el manejo del inventario.

Esto permitirá que haya una figura clara y responsable de cada registro.

Actividad 2: Definir funciones y calendario de tareas

Se establecerán las responsabilidades del encargado: registrar las entradas y salidas diarias, hacer conteos semanales y un inventario físico mensual.

También se elaborará un pequeño calendario para garantizar que las tareas se cumplan sin retrasos.

Actividad 3: Capacitación en el uso de la herramienta digital

El encargado recibirá una capacitación específica en el uso de la plantilla creada.

Aprenderá cómo registrar correctamente la información, cómo validar los datos y cómo generar reportes mensuales.

Esto permitirá mantener el control sin depender directamente del dueño en cada movimiento.

Actividad 4: Definir indicador simple

Cada mes se revisará el nivel de precisión del inventario, comparando los registros con el conteo físico.

Si los resultados son positivos, se considerará un pequeño incentivo económico o reconocimiento para motivar al encargado.

Esta práctica busca fomentar la responsabilidad y el compromiso con la tarea.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Encargado de Inventarios
DEPENDENCIA:	Área Administrativa
NÚMERO DE CARGOS:	Uno (1)
CARGO DEL JEFE INMEDIATO:	Gerente (Dueño)
SOLICITA REPORTES A:	Área de Mercadeo y Ventas
REPORTA A:	Gerente (Dueño)
OBJETIVO PRINCIPAL	
Responsable de llevar el control, registro y seguimiento del inventario de Virtual Mix S.A., garantizando que los productos disponibles, las entradas y salidas de mercancía se encuentren debidamente organizadas y actualizadas, con el fin de evitar pérdidas, errores y desabastecimientos.	
FUNCIONES ESENCIALES	
a) Registrar diariamente las entradas y salidas de productos en el sistema de control de inventarios establecido por la empresa. b) Verificar que la información registrada coincida con los productos físicos disponibles. c) Realizar conteos periódicos de inventario para detectar diferencias entre el stock real y el registrado. d) Elaborar reportes mensuales de inventario para la gerencia, indicando productos disponibles, agotados o de baja rotación. e) Apoyar al área de ventas suministrando información actualizada sobre disponibilidad de productos. f) Custodiar los archivos y registros digitales del inventario, asegurando su correcta organización y respaldo. g) Informar oportunamente a la gerencia sobre faltantes, sobrantes o productos próximos a agotarse. h) Cumplir con los procedimientos establecidos en el manual de control de inventarios de la empresa.	

		FORMATO DE CAPACITACIÓN Virtual Mix S.A		Versión: xxxx	
				FECHA: XX/XX/XXXX	
				Código: FR-xx	
				Numero de Página 1 de 3	
IDENTIFICIÓN					
	Acción C/P/M		Introducción		Accidente e Incidente
	Nuevas líneas de servicio		Desempeño de personal		Programas
	Proceso critico		Nuevas tecnologías		Otro
	Encuesta		Solicitud propia		
ACCIÓN A IMPLEMENTAR:					
	ENTRENAMIENTO		CAPACITACIÓN		ASIGNACIÓN DE RECURSOS
	Interno		Interna		Otro
	Externo (Adjuntar certificado)		Externa (Adjuntar certificado)		
TEMA A TRABAJAR:					
OBJETIVO:					
DIRIGIDO A:					
HORAS:					
QUIEN LO REALIZA:					
FECHA:					
EJECUCIÓN:					
Este campo debe ser diligenciado solo para: Inducciones, Entrenamiento y/o Capacitaciones Internas.					
TEMAS TRATADOS:					

Actividad 1: Identificar productos con poca rotación

Se realizará un pequeño inventario de los productos que más tiempo llevan almacenados.

Estos artículos serán prioridad para las promociones y descuentos, ayudando a liberar espacio y recuperar la inversión.

Actividad 2: Diseñar ofertas y promociones

Con base en los productos identificados, se crearán promociones sencillas como “combo de accesorios”, “envío gratis” o descuentos del 5% al 10%.

Estas estrategias están pensadas para atraer a nuevos clientes y aumentar las ventas de los productos que menos se mueven.

Actividad 3: Crear contenido para redes sociales

Se elaborarán alrededor de ocho publicaciones visuales con fotos de los productos, descripciones cortas y precios.

El contenido será atractivo, con colores llamativos y lenguaje claro, para captar la atención del público de Cali.

Actividad 4: Establecer un calendario de publicaciones

Se planificará un calendario semanal para mantener actividad constante en redes como Facebook, Instagram, WhatsApp Business y TikTok.

Esto permitirá mantener la marca visible y que los clientes recuerden los productos disponibles.

Actividad 5: Impulsar publicaciones con pequeña pauta

Se invertirá una cantidad baja de dinero (alrededor de \$70.000 COP) en anuncios pagados en redes sociales para ampliar el alcance local.

El objetivo es llegar a más personas en Cali que busquen productos tecnológicos similares.

Actividad 6: Medir resultados y ajustar estrategias

Cada semana se revisarán los resultados de las publicaciones: cantidad de visitas, mensajes y ventas generadas.

Según los datos obtenidos, se harán cambios en los textos, horarios o tipos de promociones para mejorar los resultados en el siguiente mes.



Redes sociales: Facebook, Instagram, WhatsApp Business y TikTok.

8.5 Costos y Beneficios

El plan de mejoramiento para Virtual Mix S.A. no requiere una gran inversión, ya que se enfoca principalmente en la organización interna y en el uso de herramientas gratuitas.

Los principales costos se relacionan con la capacitación del personal y el tiempo destinado para implementar las estrategias.

Costos aproximados:

Concepto	Descripción	Valor estimado
Creación y configuración del sistema digital de inventarios	Incluye diseño de plantilla en Excel/Google Sheets y prueba inicial	\$120.000
Capacitación del encargado de inventarios	Sesión práctica de uso y manejo de registros	\$50.000
Publicidad digital en redes sociales	Publicaciones, fotos y promoción de productos con bajo movimiento	\$100.000
Material de oficina y respaldo en nube	Carpetas, papelería, almacenamiento digital y copias de seguridad	\$50.000
Total estimado		\$320.000

Beneficios esperados:

1. Mayor control del inventario:

La implementación del sistema digital permitirá llevar un registro actualizado de entradas y salidas de productos, reduciendo pérdidas, errores y confusiones en los pedidos.

2. Ahorro de tiempo y mejor organización:

Con la plantilla digital y la capacitación del encargado, las tareas se realizarán más rápido y con menos esfuerzo, permitiendo dedicar más tiempo a las ventas y atención al cliente.

3. Reducción de pérdidas económicas:

Tener control sobre el inventario evitará compras innecesarias, productos dañados o vencidos, y pérdidas por registros incorrectos.

4. Incremento de ventas:

Al publicar con frecuencia los productos en redes sociales y aplicar promociones, se espera aumentar la rotación del inventario y atraer nuevos clientes en la ciudad de Cali.

5. Fortalecimiento de la imagen de la empresa:

El mejor manejo del inventario, sumado a una presencia más activa en redes, dará a la empresa una imagen más profesional, confiable y moderna.

6. Base para futuras mejoras:

Este plan sienta las bases para que en el futuro Virtual Mix S.A. pueda implementar un software de inventarios más completo, mejorar la atención al cliente y ampliar su mercado.

8.6 Conclusiones

El análisis del mercado permitió entender mejor el entorno en el que opera Virtual Mix S.A., mostrando que la empresa compite con varios negocios digitales similares dentro de la ciudad de Cali. Se identificó que los clientes buscan precios accesibles, disponibilidad inmediata y una buena atención. También quedó claro que la falta de presencia constante en redes sociales ha limitado el crecimiento de la empresa y ha afectado su participación en el mercado. Este estudio dejó en evidencia que existe una oportunidad importante para mejorar la visibilidad de la marca y conectar más con los clientes a través de estrategias digitales sencillas.

En este capítulo se confirmó que uno de los mayores problemas de la empresa es el manejo del inventario. Durante el diagnóstico se comprobó que la falta de registros claros ha generado pérdidas, retrasos y confusiones con los pedidos. Además, se identificó que no existe un procedimiento definido para organizar la entrada y salida de productos, lo que afecta directamente el servicio al cliente. Este análisis permitió concluir que la empresa necesita un sistema básico y práctico que unifique toda la información del inventario para evitar errores y mantener un control más ordenado.

En el estudio administrativo se observó que **Virtual Mix S.A.** tiene una estructura sencilla que depende directamente del dueño, lo cual hace que muchas tareas se acumulen y no se realicen a tiempo. También se encontró que no existen roles definidos y que la empresa no cuenta con documentación interna que guíe los procesos. Desde la parte legal, se evidenció que, al estar registrada como S.A., la empresa debe llevar una documentación clara y ordenada para

cumplir con sus obligaciones. Se concluye que la organización administrativa necesita fortalecerse para garantizar un funcionamiento más estable y evitar desorden operativo.

El análisis financiero mostró que los ingresos de la empresa han disminuido en los últimos años debido a la baja operatividad, la falta de control en las ventas y el poco movimiento del inventario. También se comprobó que los errores por falta de registro han generado pérdidas pequeñas pero constantes. Gracias al estudio costo–beneficio se determinó que las inversiones necesarias para mejorar los procesos son accesibles y pueden generar buenos resultados si se aplican correctamente. Se concluye que la empresa tiene la capacidad de recuperarse si organiza sus procesos internos y mantiene un registro claro de sus movimientos.

En este capítulo se identificó que, aunque **Virtual Mix S.A.** es una empresa pequeña, puede adoptar prácticas responsables que mejoren su imagen y aporten al buen trato con los clientes y con su entorno. Las políticas planteadas ayudan a mantener un servicio más ordenado, una atención más humana y el manejo adecuado de los productos y residuos tecnológicos. Se concluye que estas prácticas, aunque sencillas, permiten fortalecer la reputación de la empresa y mostrar compromiso con la comunidad.

8.7 Recomendaciones

Mantener actualizado el registro de inventario, verificando semanalmente los movimientos y realizando un conteo físico mensual.

Capacitar constantemente al encargado de inventarios para que se familiarice con el uso de herramientas digitales y buenas prácticas de control.

Fortalecer la comunicación digital mediante publicaciones regulares en redes sociales, aprovechando los canales donde más se mueven los clientes.

Evaluar los resultados trimestralmente, revisando los indicadores de ventas y stock para tomar decisiones a tiempo.

Considerar a futuro la implementación de un software especializado de inventarios, si el negocio crece y requiere un manejo más automatizado.

8.8 Bibliografía

- Fayol, H. (1916). *Administración industrial y general*. París: Dunod.
- Taylor, F. (1911). *Principios de la administración científica*. Nueva York: Harper & Brothers.
- Deming, W. E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad*. Madrid: Díaz de Santos.
- Marshall, A. (1890). *Principios de economía*. Londres: Macmillan.
- Giraldo-Ospina, A. (2020). *Metodología de la investigación aplicada en administración*. Editorial Universidad Nacional de Colombia.
- Rincón, J. (2012). *Diagnóstico empresarial y planeación estratégica*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Mendoza, C. & Hernández-Sampieri, R. (2018). *Metodología de la investigación: Enfoques mixtos*. McGraw-Hill.
- Sydle (2022). *Análisis de procesos empresariales: Guía práctica para PYMES*. Recuperado de: www.sydle.com
- Fuenmayor, A. & Bittar, A. (2018). *El enfoque multimetódico en las ciencias administrativas*. Universidad de Zulia.