

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA
EQUIPOS E INSTRUMENTACIÓN INDUSTRIAL SAS

JUANMANUEL ALEJANDRO CORREDOR DÍAZ

C.C. 1.074.186.064 de El Rosal

Código: 2128454

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
DECANATURA DE DIVISIÓN DE EDUCACIÓN ABIERTA Y A DISTANCIA
FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS
BOGOTÁ D.C.

2019

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA
EQUIPOS E INSTRUMENTACIÓN INDUSTRIAL SAS

JUANMANUEL ALEJANDRO CORREDOR DÍAZ

TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL
TÍTULO DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS AGROPECUARIAS

DIRECTOR

ING. JOSÉ IGNACIO GÓMEZ RAMÍREZ

ING. AGRÓNOMO

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

DECANATURA DE DIVISIÓN DE EDUCACIÓN ABIERTA Y A DISTANCIA

FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍA

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS

BOGOTÁ D.C.

2019

NOTA DE ACEPTACIÓN

DIRECTOR DE CARRERA

JURADO

JURADO

FECHA

AGRADECIMIENTOS

A Mi abuela, por todo su amor y apoyo, a mis tías y tío por el apoyo y paciencia, a mi familia por creer en mí, a mis profesores por entregarnos sus conocimientos y experiencias, junto a mi prima Yennyfer Tenorio Corredor, por su solidaridad y colaboración en este trabajo y a todos aquellos que me apoyaron para la obtención de este título.

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO	5
TABLA DE FIGURAS Y TABLAS.....	6
TABLA DE ANEXOS	8
1. INTRODUCCIÓN.....	9
2. OBJETIVOS	10
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	10
2.2 OBJETIVO ESPECIFICO	10
3. METODOLOGÍA.....	11
4. MARCO TEORICO	14
5. DESCRIPCIÓN EMPRESARIAL.....	17
6. DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS	20
6.1 DESARROLLO PRIMER OBJETIVO.....	20
6.2 DESARROLLO SEGUNDO OBJETIVO.....	24
6.3 DESARROLLO TERCER OBJETIVO	38
7. CONCLUSIONES	42
8. BIBLIOGRAFÍA.....	43
9. ANEXOS	44

TABLA DE FIGURAS Y TABLAS

FIGURA 1. METODOLOGÍA DE REALIZACIÓN PRIMER OBJETIVO ESPECÍFICO.....	11
FIGURA 2. METODOLOGÍA DE REALIZACIÓN SEGUNDO OBJETIVO ESPECÍFICO, PRIMERA PARTE	12
FIGURA 3. METODOLOGÍA DE REALIZACIÓN SEGUNDO OBJETIVO ESPECÍFICO, SEGURA PARTE	12
FIGURA 4. METODOLOGÍA DE REALIZACIÓN TERCER OBJETIVO ESPECÍFICO, PRIMERA PARTE.....	13
FIGURA 5. ORGANIGRAMA	19
FIGURA 6. PROVEEDORES	22
FIGURA 7. INFORME DE FACTURACIÓN 2018	23
FIGURA 8. IDEAS PARA LOGO	24
FIGURA 9. LOGO CORTO	24
FIGURA 10. LOGO LARGO	25
FIGURA 11. ASESORAMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO DIRECTO CON CLIENTE.....	25
FIGURA 12. PÁGINA WEB	26
FIGURA 13. MUESTRA COMERCIAL	26
FIGURA 14. BROCHURE.....	27
FIGURA 15. FLAYER PROMOCIONAL	28
FIGURA 16. MASCOTA EEII SAS	29
FIGURA 17. ESLOGAN EEII SAS	29
FIGURA 18. RESPUESTAS PRIMERA PREGUNTA	30
FIGURA 19. RESPUESTAS SEGUNDA PREGUNTA	30
FIGURA 20. RESPUESTAS TERCERA PREGUNTA	31

FIGURA 21. RESPUESTAS CUARTA PREGUNTA	32
FIGURA 22. RESPUESTAS QUINTA PREGUNTA	32
FIGURA 23. RESPUESTAS SEXTA PREGUNTA	33
FIGURA 24. RESPUESTAS SEPTIMA PREGUNTA	34
FIGURA 25. RESPUESTAS OCTAVA PREGUNTA	34
FIGURA 26. RESPUESTAS NOVENA PREGUNTA	35
FIGURA 27. RESPUESTAS DECIMA PREGUNTA	36
FIGURA 28. RESPUESTAS UNDECIMA PREGUNTA	37
TABLA 1. MARGEN DE UTILIDAD EN PRODUCTOS	20
TABLA 2. MATRIZ D.O.F.A.	38
TABLA 3. PLAN DE ACTIVIDADES.....	40

TABLA DE ANEXOS

ANEXO NO. 1 RUT	44
ANEXO NO. 2 CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL.....	46
ANEXO NO. 3 BALANCES FINANCIEROS Y ESTADOS DE RESULTADOS.....	50
ANEXO NO. 4 ENCUESTAS REALIZADAS	53

1. INTRODUCCIÓN

La búsqueda de la mejora continua ha impulsado a la compañía Equipos e Instrumentación Industrial S.A.S. a realizar una planeación estratégica que le permita establecer el nivel crecimiento que ha tenido la organización en éstos cuatro años de funcionamiento. Aspectos como el mercado, la organización interna, la calidad de los productos al igual que el nivel de satisfacción del cliente y su perspectiva hacia el servicio ofrecido, juegan un papel importante para el análisis y el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Los puntos establecidos para éste diagnóstico se encaminan hacia dos áreas de gran relevancia como lo son la gestión financiera y administrativa, el servicio al cliente y estrategias de mercadeo que se ha ejecutado la organización ejecutado para potenciar el posicionamiento de Equipos e Instrumentación Industrial S.A.S. en el segmento de mercado; aspectos que buscan identificar las fortalezas que tiene la compañía frente a la competencia y así mismo potenciarlas aprovechando las oportunidades que se presenten diariamente. De hecho, se determina que la compañía tiene las facultades necesarias para incrementar su nivel de participación en el mercado.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Efectuar una Evaluación de la gestión administrativa, financiera y de mercadeo de Equipos e Instrumentación Industrial S.A.S. de la cual se pueda realizar una planeación estratégica de la compañía, estableciendo el desarrollo y evolución que ha tenido desde su estructuración en el año 2015 hasta su nivel de participación en el mercado actual proyectándola a un periodo cinco años.

2.2 OBJETIVO ESPECIFICO

- 2.2.1 Analizar la gestión financiera y administrativa de la compañía.
- 2.2.2 Verificar la gestión realizada en el área de mercadeo y analizar la percepción de los clientes sobre los productos y servicios ofrecidos.
- 2.2.3 Realizar matriz DOFA, con base a ella realizar una planeación estratégica para Equipos e Instrumentación Industrial S.A.S.

3. METODOLOGÍA

3.1 Se realizará una descripción empresarial con el fin de contextualizar a la persona interesada, cómo se encuentra la compañía actualmente en el departamento administrativo y comercial, realizando un breve recuento de cuál es su estructura organizacional, misión, visión entre otras, así mismo observando indicadores de ventas, margen de utilidad, productos y demás.

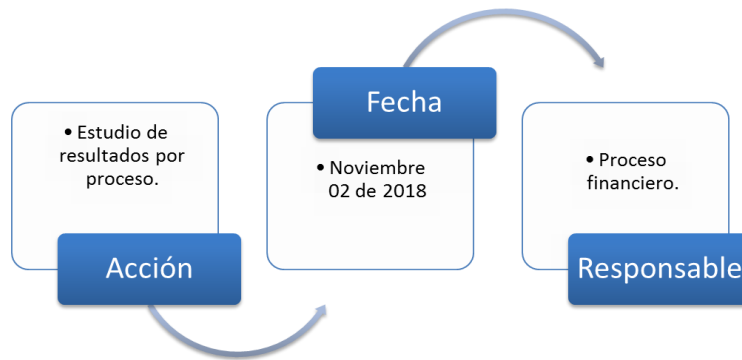


FIGURA 1. METODOLOGÍA DE REALIZACIÓN PRIMER OBJETIVO ESPECÍFICO.

3.2 Realizar y enviar encuestas de satisfacción por correo electrónico, realizando un aforo al 80% de los clientes, para los cuales se tomaron correos de los clientes con compra superior a los Dos Millones de Pesos (\$2.000.000,00), de la cual surgen setenta (70) correos electrónicos; para que esta encuesta sea relevante, al menos debe tener una participación del diez por ciento (10%) de los correos enviados.



FIGURA 2. METODOLOGÍA DE REALIZACIÓN SEGUNDO OBJETIVO ESPECÍFICO, PRIMERA PARTE

3.3 Teniendo en cuenta los resultados de ventas, se revisarán los indicadores de facturación, buscando debilidades o fortalezas, comparando con los resultados obtenidos en la encuesta, viendo si lo que opinan sus clientes influyen en la facturación, de ello realizar un plan de mercadeo y ventas.



FIGURA 3. METODOLOGÍA DE REALIZACIÓN SEGUNDO OBJETIVO ESPECÍFICO, SEGUNDA PARTE

3.4 En base al resultado de los anteriores puntos, se realizará una matriz DOFA, con el fin de analizar los aspectos internos y externos que rodean la compañía y así poder realizar una Planeación Estratégica de mejora.

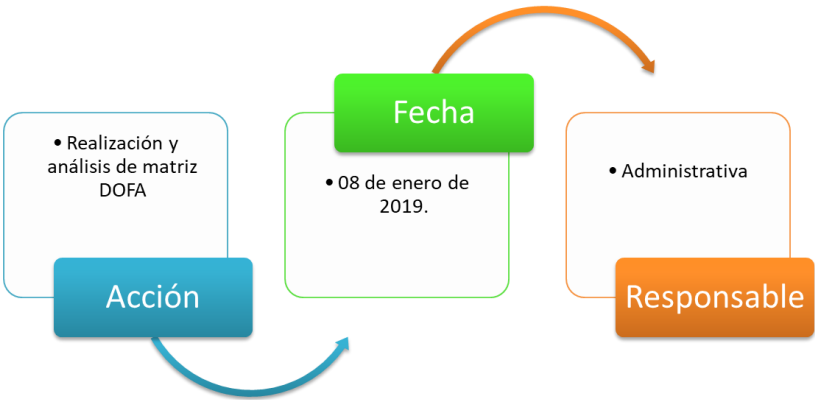


FIGURA 4. METODOLOGÍA DE REALIZACIÓN TERCE OBJETIVO ESPECÍFICO

4. MARCO TEORICO

Siendo Colombia el segundo país productor de flores a nivel mundial por atrás de Holanda, con una participación en las exportaciones en el mercado internacional del 14%, el sector floricultor representa una parte importante del PIB de Colombia, razón por lo cual la producción a nivel nacional se ha venido transformando, todo con el principal objetivo de implementar técnicas de producción más eficientes y que garanticen un alto nivel de calidad en producto final. De las trescientas veinte (320) empresas vinculadas al sector, el 45% han modificado sus técnicas de producción, cambios que han transformado el mercado y ha convertido a éstas organizaciones en precursoras de innovación en el sector; incrementando así sus niveles de productividad y permitiendo estar al nivel de las exigencias del mercado mundial (Noticias Caracol, 2019).

Factores como los costos y la mano de obra exigen a los productores de las grandes fincas pensar en una alternativa que permita automatizar muchos de los procesos de la cadena de valor; y así mismo minimizar los riesgos que pueden generar los altos costos de producción, teniendo en cuenta que la mano de obra representa el 70% de la producción. Es en éste aspecto donde los proveedores de nuevas tecnologías e innovación han venido tomando mayor impulso, pues cumplen con uno de los propósitos automatización, innovación y productividad (Dinero, 2017), (Clúster Flor, 2017).

Debido al incremento en los últimos años de producción en países de África y hasta Asia a menores precios, esto ha generado que los productores colombianos busquen incrementar su nivel de participación y preferencia en el mercado manteniendo una flor de alta calidad a un precio competitivo (MARÍN, RANGEL, 2000).

El mundo globalizado en el que las compañías se desarrollan actualmente ha cambiado la perspectiva que inicialmente tenían con respecto a sus clientes,

actualmente una marca nos sólo busca la venta de un producto, también se pretende crear un posicionamiento en la mente del consumidor que se traduce en fidelización a la marca o a un producto determinado. Ahora bien, el ciclo de venta no solo llega hasta la adquisición que haga un determinado cliente por el bien o servicio para satisfacer una necesidad, en la actualidad las expectativas son superiores, al momento de comprar un producto el servicio de posventa se convierte en un aspecto fundamental, sólo así se garantiza que el usuario o consumidor prefiera un marca o producto en comparación con lo ofrecido por la competencia (Mankiw, 2011).

En el sector floricultor las compañías colombianas que son el principal proveedor para el sector estadounidense buscan no condicionar su participación en el mercado solo con las ventas en las grandes temporadas del año en éste país como lo son San Valentín (que corresponde al 12% de las ventas) y el día de las madres, de hecho se busca incursionar en otros países incrementando su influencia en la producción mundial, como Japón que ha mostrado una fuerte tendencia por el clavel y el crisantemo Colombiano (Dinero, 2017).

Por ésta misma razón las compañías de flores deben estar en una mejora continua, siempre preparados a los cambios constantes del mercado.

Es en éste segmento de mercado donde la compañía Equipos e Instrumentación Industrial S.A.S. halló una oportunidad de negocio, una compañía enfocada al asesoramiento, suministro, instalación y mantenimiento de todo tipo de equipos e instrumentación para la industria de la floricultura. Con el ánimo de ser una compañía innovadora al servicio de sus clientes, EEIISAS ha enfocado sus esfuerzos en potenciar sus habilidades como proveedor, superando las expectativas de sus clientes y usuarios con una amplia oferta de productos en más de 21 categorías. Desde la constitución de la organización en el año 2016 se han venido gestionando actividades comerciales que le permitan a Equipos e Instrumentación Industrial S.A.S. Incursionar con mayor rapidez en el mercado,

durante los últimos años se ha potenciado la actividad comercial desde sus inicios un cliente a la fecha superando los 15 clientes ya fidelizados.

En busca de una mejora continua en la organización se ha venido trabajando para potenciar las habilidades y las oportunidades del mercado y así mismo, por o interior, se realiza un diagnóstico de las condiciones de la organización, identificando los riesgos que se están presentando actualmente y planteando la mejora manera de mitigarlos, permitiendo un crecimiento continuo y la garantizando la satisfacción del cliente (Gascón y Mantagut, 2010).

5. DESCRIPCIÓN EMPRESARIAL

EQUIPOS E INSTRUMENTACIÓN INDUSTRIAL S.A.S. Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), sigla EEII SAS, es una compañía dedicada al asesoramiento, suministro, instalación y mantenimiento de todo tipo equipos e instrumentación para la industria en general, además ésta organización brinda a los clientes asesorías en todo lo relacionado al área contable, financiera y administrativa (Corredor Díaz, Entrevista para obtención de información para trabajo de grado., 2018).

La sociedad puede llevar a cabo todas las operaciones, de cualquier naturaleza, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

De acuerdo con el certificado de existencia y representación legal la sociedad fue fundada el día 17 de diciembre de 2015, teniendo como socios en participaciones iguales al 50%, a los señores Juanmanuel Alejandro Corredor Díaz y José Ferney Cáceres Morales, teniendo domicilio en la Carrera 9 No. 10-22 oficina. 206 en el municipio de El Rosal Cundinamarca, cuya actividad comercial está enfocada a:

- Actividad principal: 4659 - comercio al por mayor de otros tipos de maquinaria y equipo n.c.p.
- Actividad secundaria: 3312 - mantenimiento y reparación especializado de maquinaria y equipo.
- Otras actividades: 6920 - actividades de contabilidad, teneduría de libros, auditoría financiera y asesoría Tributaria.
- Otras actividades: 4922 - transporte mixto.

Esta compañía contó con un capital inicial de seis millones de pesos (\$6.000.000,00) divididos en seis mil (6.000,00) acciones con un valor nominal cada

una de mil pesos (\$1.000,00), así mismo se nombró como representante legal al señor Juanmanuel Alejandro Corredor Díaz.

Lo anterior se puede evidenciar en el RUT (anexo No. 1) junto al Certificado de Existencia y representación legal emitido por la cámara de comercio de Facatativá (anexo No. 2).

5.1 RAZÓN SOCIAL

Equipos e Instrumentación Industrial S.A.S.

5.2 Administración Estratégica

5.2.1 Misión

EQUIPOS E INSTRUMENTACIÓN INDUSTRIAL S.A.S. nace en el año 2015 como una compañía comprometida a brindar soluciones integrales a sus clientes, mediante el asesoramiento, capacitación y suministro de equipos, con personal calificado y comprometido con el cumplimiento de los estándares de calidad (Corredor Díaz, EEII SAS, 2015).

5.2.2 Visión

EQUIPOS E INSTRUMENTACIÓN INDUSTRIAL S.A.S. para el año 2024 será reconocida a nivel nacional como una compañía seria y responsable, basándose en la eficiencia y eficacia, junto al compromiso de respaldo y seriedad hacia los clientes, contando con un respaldo directo en las principales ciudades del país, tales como Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga (Corredor Díaz, EEII SAS, 2015).

5.2.3 Valores

EQUIPOS E INSTRUMENTACIÓN INDUSTRIAL S.A.S. ha demostrado hasta la fecha que es una organización comprometida por solucionar las necesidades de los clientes con dedicación, compromiso, honestidad, lealtad y pasión (Corredor Díaz, EEII SAS, 2015).

5.2.4 Política de calidad

La compañía está comprometida a mejorar continuamente los procesos con el fin de incrementar el nivel de satisfacción de los clientes; enfocar sus esfuerzos en el cumplimiento de los requisitos exigidos, la oferta de productos y servicios de óptima calidad, una organización apoyada en un equipo de trabajo capacitado y orientado a la excelencia (Corredor Díaz, EEII SAS, 2015).

5.2.5 HISTORIA

EQUIPOS E INSTRUMENTACIÓN INDUSTRIAL S.A.S., nace como el fruto de un sueño de dos amigos Juanmanuel Corredor y José Cáceres, que vieron en el sector agropecuario una idea de negocio y un segmento de mercado con oportunidades. Es de ésta manera que el sueño se constituye formalmente el día 12 de enero de 2016 en la compañía EQUIPOS E INSTRUMENTACIÓN INDUSTRIAL S.A.S, una organización que busca abrirse campo en el mercado, convirtiéndose para sus clientes en un aliado incondicional en sus procesos productivos y contribuyendo al desarrollo integral de la región (Corredor Díaz, EEII SAS, 2015).

5.2.6 ORGANIGRAMA



FIGURA 5. ORGANIGRAMA

6. DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS

6.1 DESARROLLO PRIMER OBJETIVO

Analizar la gestión financiera y administrativa de la compañía.

6.1.1 PRODUCTOS Y SERVICIOS

La compañía posee una oferta de productos que abarcan 23 categorías:

1. Agitadores
2. Analizadores
3. Balanzas
4. Bombas
5. Dataloggers
6. Densímetros
7. Fotómetros
8. Generadores
9. Humidificadores
10. Incubadoras
11. Instrumentación
12. Licitaciones
13. Luxómetros
14. Multiparamétricos
15. Neveras
16. Obras
17. Pesaje
18. Proyectos
19. Reactivos
20. Repuestos
21. Servicio Técnico
22. Termohigrómetros
23. Termómetros

6.1.2 MARGEN DE UTILIDAD DE LOS PRODUCTOS

En la siguiente tabla se puede observar dos valores, uno en pesos y otro en porcentaje, con lo cual se puede deducir que para la compañía no siempre el equipo con mayor utilidad en pesos, es el que le hace obtener una mayor ganancia, por lo cual se recomienda hacer un balance entre el margen de utilidad en pesos y en porcentaje.

GRUPO DE ELEMENTO	UTILIDAD EN PESOS	GRUPO DE ELEMENTO	UTILIDAD EN PORCENTAJE
Agitador	\$ 10.778.688	Balanzas	61,9%
Pesaje	\$ 7.601.113	Luxómetros	58,3%
Multiparametricos	\$ 5.222.266	Densímetros	56,7%
Datalogger	\$ 4.772.657	Servicio Técnico	56,4%
Servicio Técnico	\$ 4.631.417	Pesaje	53,8%
Licitacion	\$ 4.008.403	Repuestos	50,1%
Proyectos	\$ 3.954.361	Termómetros	48,5%
Instrumentación	\$ 3.054.901	Termohigómetros	45,1%
Incubadoras	\$ 2.809.800	Agitador	39,2%
Termómetros	\$ 2.527.430	Datalogger	35,6%
Repuestos	\$ 2.017.597	Neveras	34,6%
Obras	\$ 1.504.748	Incubadoras	34,5%
Reactivos	\$ 1.495.579	Instrumentación	34,4%
Densímetros	\$ 1.212.600	Analizadores	31,0%
Bombas	\$ 1.088.000	Bombas	25,4%
Luxómetros	\$ 960.000	Humidificadores	19,8%
Analizadores	\$ 900.000	Licitacion	19,1%
Balanzas	\$ 660.000	Multiparametricos	18,8%
Termohigómetros	\$ 655.000	Proyectos	18,0%
Neveras	\$ 623.530	Fotómetros	15,7%
Fotómetros	\$ 547.550	Reactivos	10,9%
Humidificadores	\$ 148.800	Generador	7,3%
Generador	\$ 59.664	Obras	7,2%

TABLA 1. MARGEN DE UTILIDAD EN PRODUCTOS

6.1.3 PROVEEDORES



FIGURA 6. PROVEEDORES

6.1.4 VENTAJA COMPETITIVA

Equipos e Instrumentación Industrial S.A.S., se ha caracterizado por ser una compañía que distribuye productos de calidad a precios asequibles, enfocada en cumplir con los tiempos de entrega a sus clientes, brindar acompañamiento y asesoría constante, un servicio postventa que no sólo busca satisfacer las necesidades de sus clientes sino superar sus expectativas.

6.1.5 INFORME DE FACTURACIÓN AÑO 2018

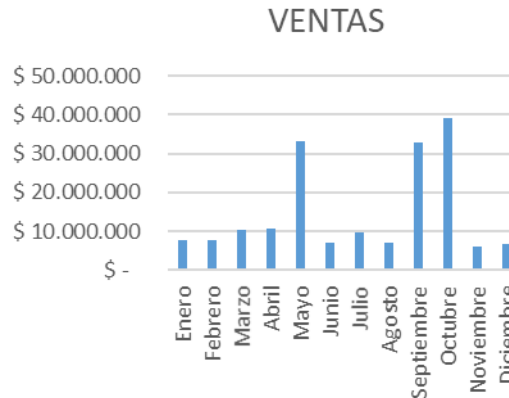


FIGURA 7. INFORME DE FACTURACIÓN 2018

En base al informe del año 2018, se pudo evidenciar que la facturación de éste periodo disminuyó en un 7% correspondiente a \$14.433.257 con relación al año 2017. Los factores identificados que influyeron en éste resultado fueron la decisión de la organización de enfocar sus esfuerzos en el desarrollo de las marcas y no priorizar las ventas hacia en el sector público mediante licitaciones, otro factor que influyó en gran medida fue la incertidumbre en torno al cambio de gobierno que limitó en su momento a algunas compañías para la adquisición de nuestros productos y servicios (Rodas, 2011), (Aguilar, 2016).

6.2 DESARROLLO SEGUNDO OBJETIVO

Verificar la gestión realizada en el área de mercadeo y analizar la percepción de los clientes sobre los productos y servicios ofrecidos (KOTLER, 2008), (Correa, 2003).

6.2.1 MERCADEO Y PUBLIDAD

Al momento de considerar la creación del logotipo, la compañía buscó una imagen que generará fácil recordación, que el color fuera amigable y agrada al cliente y a su vez fuera alusivo al segmento de comercialización, obteniendo las siguientes ideas:



FIGURA 8. IDEAS PARA LOGO

Finalmente, en conjunto con socios y clientes se optó en la organización por la siguiente imagen:



FIGURA 9. LOGO CORTO



FIGURA 10. LOGO LARGO

6.2.2 ESTRATEGIA DE PRODUCTO

Dentro de la estrategia de productos se encuentra ofertar equipos de excelente calidad, tales como balanzas, termómetros, pH metros, evaporímetros, Datalogers, Termohidrómetros, productos innovadores dentro del campo de acción y que a su vez que generen una recordación mediante su funcionalidad, empaque y características técnicas.

6.2.3 ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO

La compañía maneja los siguientes canales de comercialización:

- **Directo:** La compañía comercializa sus productos mediante visita y acompañamiento directo con el usuario final.



FIGURA 11. ASESORAMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO DIRECTO CON CLIENTE

6.2.6.1.1 Virtual: la compañía tiene diseñada una plataforma virtual llamada www.eeiisas.com en la cual permite que los clientes pueden solicitar presupuestos y mayor información concernientes al producto que desean:



FIGURA 12. PÁGINA WEB

6.2.6.1.2 Ferias y eventos: Se ha evidenciado con buenos resultados que el asistir a estos tipos de eventos genera recordación y a su vez un contacto directo con posibles nuevos clientes.



FIGURA 13. MUESTRA COMERCIAL

6.2.4 PUBLICIDAD IMPRESA

Una vez la compañía se encontró posicionada, se procedió a realizar la elaboración de propaga impresa, la cual constó de un brochures, esferos, calendarios, vasos, agendas y demás.



FIGURA 14. BROCHURE

6.2.5 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN:

Al inicio de la actividad comercial se promocionaban nuevos productos y con ello una pieza publicitaria, la cual reducía considerablemente el precio y a su vez contenía información del mismo.



FIGURA 15. FLAYER PROMOCIONAL

6.2.6.1.3 Así mismo para con el fin de generar una mayor confianza con los clientes, se decide crear una mascota que ayudara a la humanización de la marca EEII SAS



FIGURA 16. MASCOTA EEII SAS

6.2.6.1.4 Tiempo después de ver la recordación que se obtuvo con la mascota, la compañía decide crear un Eslogan el cual resumiera lo que representamos “un apoyo incondicional día a día” por lo cual quedo de la siguiente manera:



FIGURA 17. ESLOGAN EEII SAS

6.2.6 RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

6.2.6.1 PREGUNTAS (Encuesta Facil, 2018):

6.2.6.1.1 ¿Cuánto tiempo lleva utilizando nuestros productos y servicios?

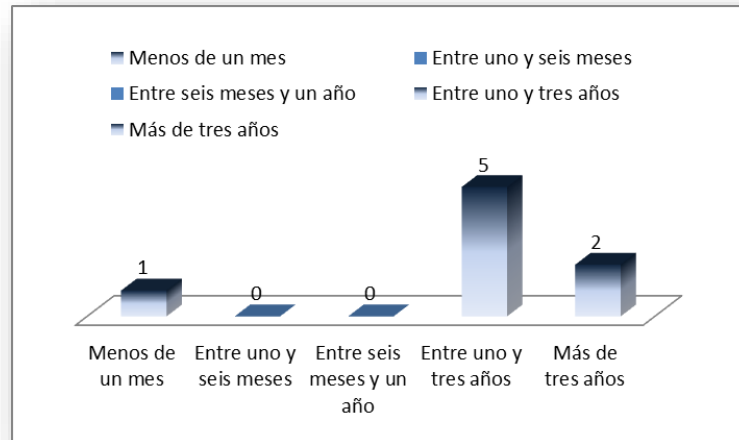


FIGURA 18. RESPUESTAS PRIMERA PREGUNTA

Análisis: del total de clientes encuestados, se evidencia que 5 de ellos han adquirido los productos de la compañía entre uno y tres años, considerando esta cifra como una oportunidad para potenciar a los clientes y fidelizarlos hacia la marca.

6.2.6.1.2 ¿Con qué frecuencia utiliza nuestros productos y servicios?



FIGURA 19. RESPUESTAS SEGUNDA PREGUNTA

Análisis: en éste aspecto se puede identificar que los clientes de la compañía Equipos e Instrumentación Industrial S.A.S., hacen uso de los productos adquiridos con una frecuencia que no supera la de una vez al mes, situación que se considera como una oportunidad para ofrecer a éstos clientes productos de otra categoría e incluso servicios postventa ampliando la oferta de productos a otras áreas.

6.2.6.1.3 ¿Cuál es su grado de satisfacción general con nuestros productos y servicios?

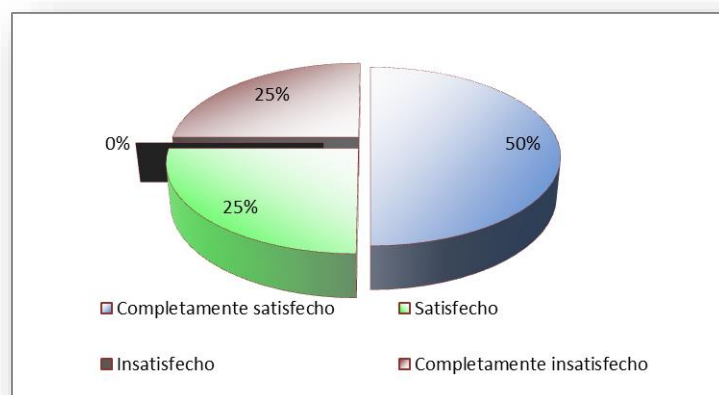


FIGURA 20. RESPUESTAS TERCERA PREGUNTA

Análisis: se identifica que el 50% de los clientes encuestados indican encontrarse completamente satisfechos con respecto a los productos y servicios adquiridos con EEII, y el 25% expresa encontrarse completamente insatisfecho, por lo tanto, es necesario que la compañía evalúe y controle cada una de las etapas del proceso de venta, identificando falencias que estén afectando el servicio y el nivel de satisfacción del cliente.

6.2.6.1.4 En comparación con otras alternativas de asesoramiento, suministro y capacitación su impresión de nosotros es....



FIGURA 21. RESPUESTAS CUARTA PREGUNTA

Análisis: es necesario que la organización enfoque sus esfuerzos en fortalecer su ventaja competitiva ante los clientes, manteniendo productos de calidad, cumpliendo con los tiempos de entrega, un servicio de excelencia y así mismos precios asequibles, que permitan convertirse en la primera opción en el segmento del mercado.

6.2.6.1.5 ¿Desea seguir contando con nuestros servicios de nuevo?

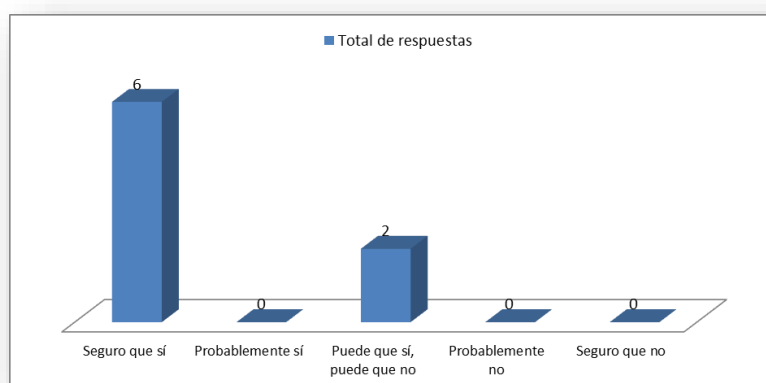


FIGURA 22. RESPUESTAS QUINTA PREGUNTA

Análisis: el 75% de los encuestados afirma que con seguridad desean seguir haciendo uso de los servicios de la compañía, una cifra que indica Equipos e Instrumentación S.A.S tiene una aceptación positiva en el mercado al cual está dirigido.

6.2.6.1.6 ¿Qué grado de importancia le da usted a los siguientes aspectos a la hora de comprar?

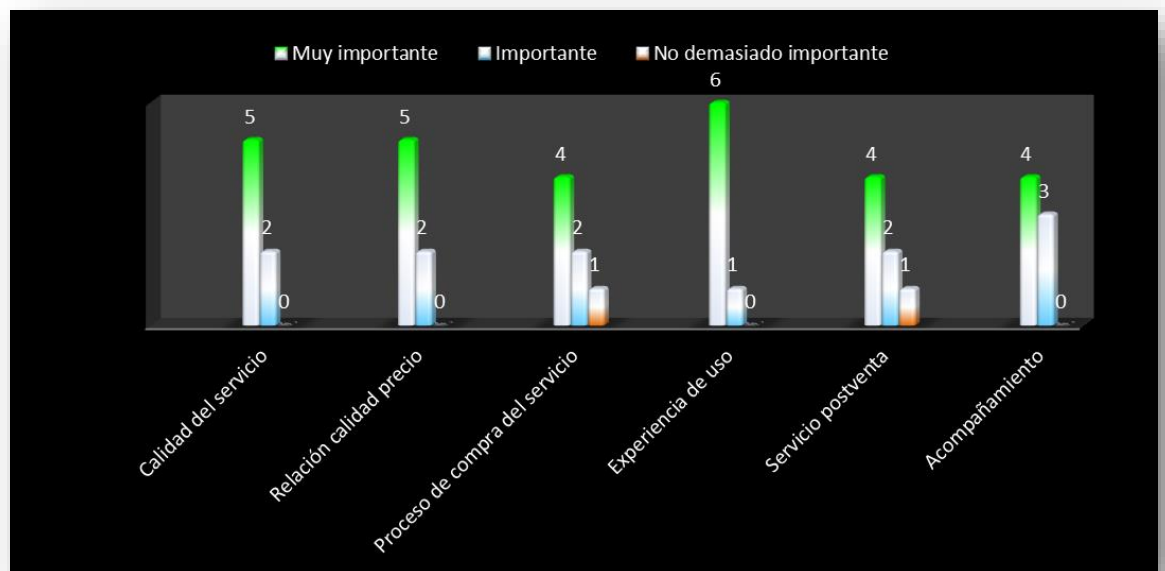


FIGURA 23. RESPUESTAS SEXTA PREGUNTA

Análisis: el aspecto más importante para los clientes al momento de la adquisición de los productos definitivamente es la experiencia de uso, acompañado de la calidad del producto y su precio, por ello es importante que la compañía enfoque sus esfuerzos en comercializar bienes y servicios de calidad, que permitan afianzar el vínculo entre marca y usuario.

6.2.6.1.7 ¿Y cuál es su grado de satisfacción en esos mismos aspectos con nuestro servicio?

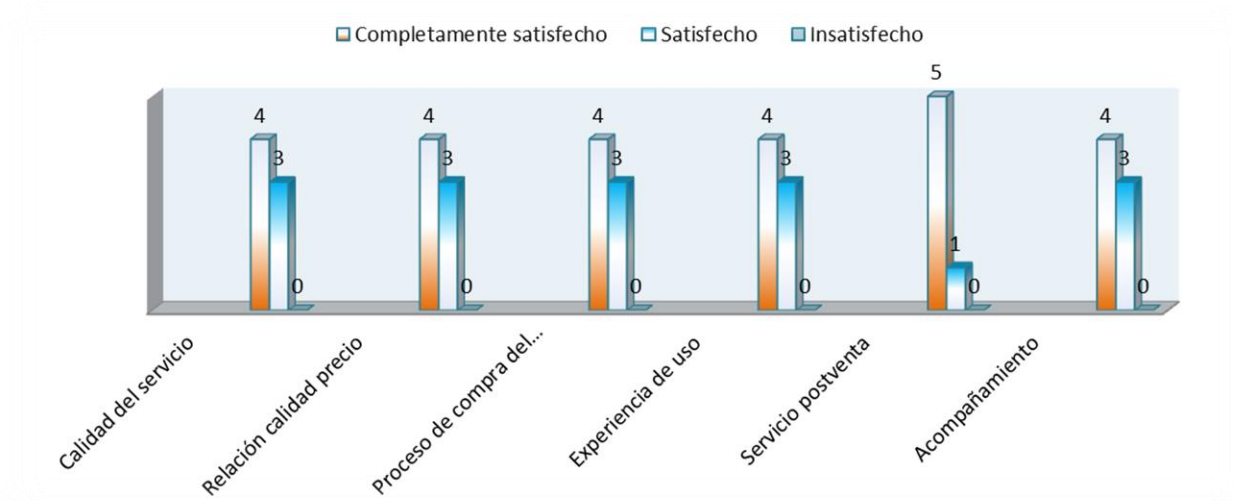


FIGURA 24. RESPUESTAS SEPTIMA PREGUNTA

Análisis: Se evidencia que los productos comercializados por parte de la organización Equipos e Instrumentación Industrial S.A.S han presentado una buena acogida por parte de los compradores, y se establece que la mejor calificación seleccionada en la encuesta corresponde al servicio postventa, uno de los aspectos involucrados en la ventaja competitiva.

6.2.6.1.8 ¿Equipos e Instrumentación me ofreció un servicio que valía lo que pague por él?

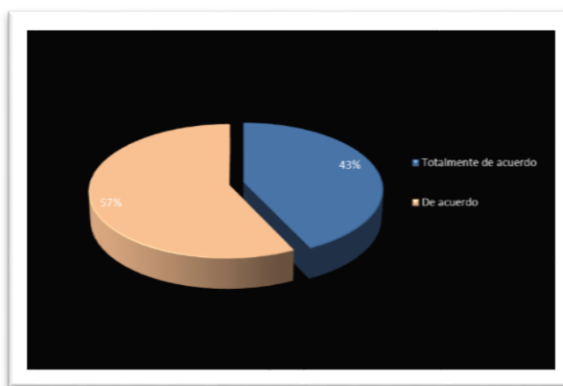


FIGURA 25. RESPUESTAS OCTAVA PREGUNTA

Análisis: de acuerdo a las respuestas generadas por los encuestados, se establece que el 57% está de acuerdo con el precio que canceló para la compra del producto. Un indicador de que para el cliente el valor de los productos y servicios se encuentra entre su rango promedio de precios.

6.2.6.1.9 Equipos e Instrumentación ofrece servicios competitivos, diversificados y funcionales.

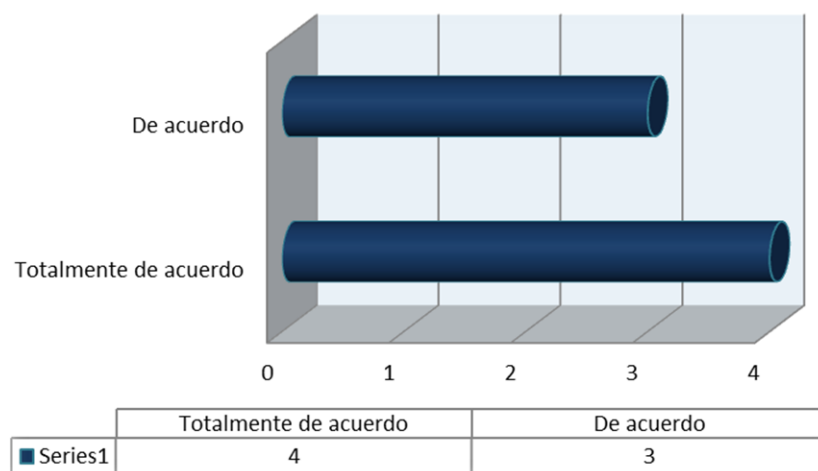


FIGURA 26. RESPUESTAS NOVENA PREGUNTA

Análisis: sobre éste aspecto se establece que para el 57,14% de los encuestados Equipos e Instrumentación Industrial SAS considera que la compañía ofrece productos competitivos y diversificados.

6.2.6.1.10 El servicio al cliente de Equipos e Instrumentación atiende bien sus necesidades.

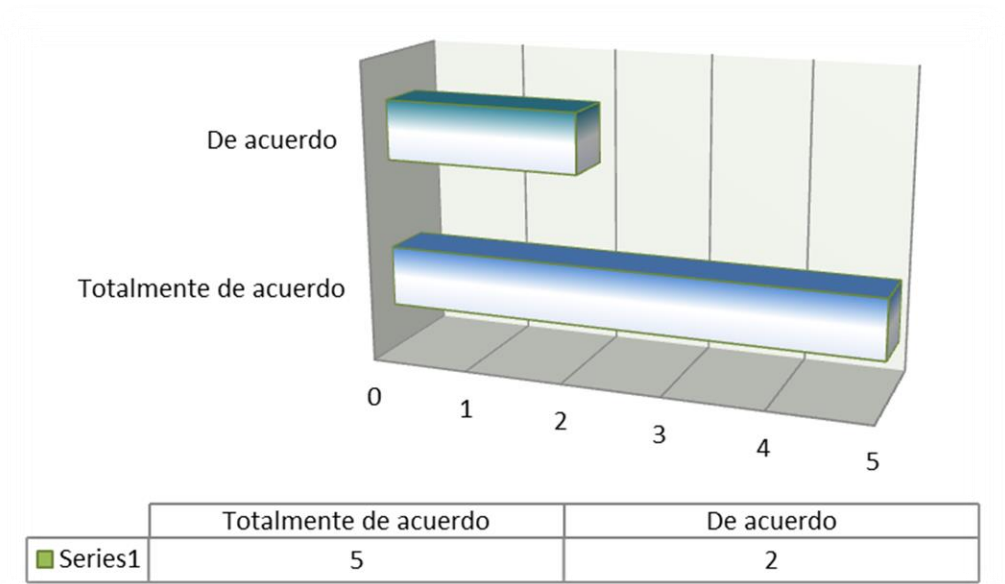


FIGURA 27. RESPUESTAS DECIMA PREGUNTA

Análisis: se define que para el 71,43% de los encuestados el servicio al cliente ofrecido por la compañía ha sido efectivo al momento de atender sus necesidades.

6.2.6.1.11 Basándose en su propia experiencia con nuestro servicio, ¿buscaría nuevamente a nuestra compañía para adquirir productos o servicios similares?

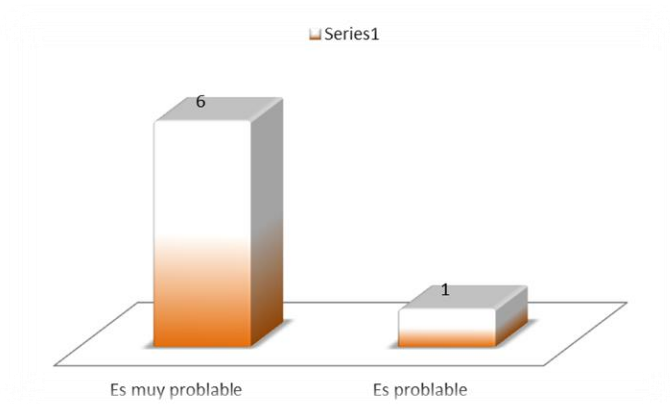


FIGURA 28. RESPUESTAS UNDECIMA PREGUNTA

Análisis: la compañía Equipos e Instrumentación Industrial SAS debe enfocar sus esfuerzos en posicionar sus productos y servicios afianzando así el vínculo comercial entre los clientes y la marca.

6.3 DESARROLLO TERCER OBJETIVO

Realizar matriz DOFA, con base a ella realizar una planeación estratégica para Equipos e Instrumentación Industrial S.A.S.

Teniendo en cuenta el punto No. 5, Descripción empresarial se realiza la siguiente matriz:

6.3.1 MATRIZ D.O.F.A.

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
FACTORES EXTERNOS	1. Conocimiento del mercado	1. Empresa Nueva en el mercado.
	2. Trayectoria en el sector	2. No contar con una distribución directa.
	3. Información de proveedores	3. Capital reducido.
	4. Amplia gama de productos	4. Falta de financiación bancaria.
	5. Fácil acceso a lugares requeridos.	5. Poco capital para mercadeo y publicidad.
	6. Amplio Conocimiento en la parte técnica y contable.	
	7. Apoyo familiar	
OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
1. Generación de una buena imagen corporativa desde el principio.	• Sectorizar los nichos de mercado estratégicos que deseamos atacar, realizando una evaluación de posibles clientes potenciales.	• Generación de excelente servicio y atención, con el fin de que la compañía sea reconocida en el segmento de mercado como una organización comprometida y con un alto nivel de servicio postventa.
2. Mercado libre para atacar.		
3. Atención oportuna en la zona.	• Revisar que debilidades presentan nuestros competidores con el fin de marcar una diferencia y generar un valor agregado de nuestra marca.	• Encontrar compañías desatendidas y con grandes necesidades que no compren por precio, si no por soluciones y cumplimiento de necesidades.
4. Introducción de nuevos productos.		
5. Buenas posibilidades de expansión	• Demostrar que la compañía tiene manejo y conocimiento de los productos que asesora y ofrece.	• Asistir a todas aquellas ferias y exposiciones que generen un valor de posicionamiento a la compañía
	• Aprovechar el apoyo que nos presta nuestra familia para temas de amortización y flujo de caja, junto a la infraestructura que no es prestada para iniciar este proyecto	

AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS FA
1. Empresas con más de 20 años en el mercado. 2. Problemas de calidad y soporte por parte de los proveedores. 3. Poca aceptación en el mercado. 4. Limitaciones para entrar a una compañía. 5. Falta de flujo económico. 6. La compañía no cuenta con el número de personal suficiente para suplir sus necesidades, se evidencia que el 90% de las actividades las realiza una sola persona.	• Aprovechar que muchas compañías no se han modernizado, para que la organización ofrezca sus productos y servicio y servicios. • Realizar una evaluación de marcas y proveedores, escuchando lo comentarios por parte de los usuarios y a su vez realizando pruebas exhaustivas con el fin de garantizar la calidad del producto. • Crear una imagen profesional y confiable que permita ganar la confianza de los clientes. • Apoyarse en allegados con el fin de poder delegar tareas sencillas en dado caso que no se tenga la disponibilidad necesaria, junto al préstamo de dinero para inversión.	• Consolidar un esquema de trabajo en el cual se cuenten con las personas suficientes para garantizar la operatividad y auto sostenimiento de la compañía. • Realizar un plan de evaluación trimestral de proveedores en dado caso de que estos sean más de diez y no sea posible evaluarlos en cada compra. • Encontrar un aliado estratégico para poder amortizar negocios en los cuales la inyección de capital sea considerable. • Realizar un plan de capitalización y sostenimiento que permita a la compañía garantizar su operatividad y cumplimiento de obligaciones.

TABLA 2. MATRIZ D.O.F.A.

6.3.2 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Item	MATRIZ DOFA	OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACCIÓN	RESPONSABLE
1	Sectorizar los nichos de mercado estratégicos que se desea atacar, con el fin de que la compañía se posicione como una de las mejores en dicho nicho.	Revisar el historial comercial de la compañía, con el fin de evidenciar e identificar los sectores más fuertes y así enfocar todos los planes de acción así este, con el fin de ser reconocidos dentro de dicho sector como uno de los mejores.	Se busca orientar a la compañía bajo en el Principio de Pareto, el cual nos dice que debemos mantener un equilibrio de 20/80, según la cual el 20% de clientes nos dará el 80% de las ventas, con esto se optimiza el tiempo y calidad de servicio a clientes de compras significativas, constantes, con buen comportamiento de pago entre otras variables que a su vez le permita a la compañía garantizar su flujo y crecimiento constante priorizando recursos e ingresos.	Esta estrategia es diseñada a seis meses, a partir del segundo semestre del año, con el fin de poder estudiar, analizar y sectorizar de manera acertada los nichos de mercado que se van atacar, teniendo en cuenta los resultados obtenidos históricamente y en el primer semestre del presente año	Dirección comercial
2	Asistir a todas aquellas ferias y exposiciones que generen un valor de posicionamiento a la compañía.	Revisar y evaluar ferias o exposiciones que garanticen el posicionamiento del nombre y marca EEII SAS, las cuales cumplan con los siguientes criterios: • Afinidad con el objeto social y experiencia de la compañía. • Renombre y reconocimiento por los clientes de la compañía. • Alto flujo de personas (nuevos clientes) • La inversión debe ser coherente con el retorno de la misma. • Margen de venta directa. • Ubicación • Costo • Sostenibilidad • Publicidad	Con esta estrategia se busca incrementar el número de clientes y ventas de la compañía mediante la participación de eventos como Proflora, Agroexpofuturo, Agroexpo y similares que permitan generar un reconocimiento de la compañía y a su vez el contacto directo con nuevos clientes potenciales.	Esta estrategia es diseñada a seis meses, a partir del segundo semestre del año, con el fin de poder estudiar, analizar de manera acertada los eventos que hay para el próximo año	Dirección Comercial, Dirección Financiera

3	Realizar una evaluación de marcas y proveedores, mediante encuestas a usuarios y clientes, a su vez realizando pruebas exhaustivas con el fin de garantizar la calidad del producto.	Con esta estrategia se busca evaluar a los proveedores de la compañía, con el fin de identificar posibles amenazas a futuro, de igual manera realizar una encuesta de satisfacción a los clientes para revisar su percepción de la compañía y posibles necesidades a satisfacer, teniendo en cuenta variables como las siguientes: • Confiabilidad en productos • Confiabilidad en la compañía • Servicio posventa • Calidad • Necesidades • Atención • Cadenas de distribución • Costo	Se revisará y evaluará a cada uno de los proveedores de la compañía en parámetros como calidad, cumplimiento, apoyo y servicio entre otras variables, buscando contar siempre con las mejores alternativas en alianzas comerciales; a su vez se elaborará y enviará una encuesta por Google a clientes y proveedores con el fin de que evalúen a la compañía y esta a su vez pueda realizar una mejora continua, junto a una retroalimentación donde se puedan ver nuevas necesidades a solucionar.	Esta estrategia es diseñada a cinco meses, a partir del segundo semestre del año, con el fin de poder estudiar, analizar a los proveedores y clientes de la compañía	Dirección General, Dirección Comercial
4	Consolidar un esquema de trabajo en el cual se cuenten con las personas suficientes para garantizar la operatividad y autosostenimiento de la compañía.	Con esta estrategia se busca encontrar un punto de equilibrio en la cual la compañía sea autónoma, evitando depender de una sola persona, encontrando una estabilidad económica y de sostenibilidad, que a su vez esta se encuentre enfocada al crecimiento de la compañía, junto a los planes de expansión.	En el comité de junta directiva, con ayuda de un asesor externo, se evaluarán las falencias de personal que tiene la compañía mediante un estudio de tiempos y movimientos, así mismo se hará una proyección de crecimiento junto al presupuesto que se requiere para el sostenimiento de nuevos cargos, evitando que la empresa en vez de generar utilidades genere pérdidas por dichas contrataciones, estipulando inicialmente las necesidades de mayor urgencia, actividades y funciones a desempeñar.	Esta estrategia es diseñada a un plazo de dos años, a partir del presente mes con el fin de poder estudiar, analizar de manera acertada las contrataciones a realizar	Dirección Comercial, Dirección Financiera
5	Realizar un plan de capitalización y sostenimiento que permita a la compañía garantizar su operatividad y cumplimiento de obligaciones.	Con esta estrategia se busca tener un constante sostenimiento financiero, en el cual la compañía sea autónoma y sostenible, que a su vez permita generar amortización propia de negocios y pedidos sin tener que verse obligado a solicitar financiación a terceros, lo cual disminuye su crecimiento y capital de trabajo.	Realizar una evaluación financiera que permita estudiar cómo se están destinando los recursos de la compañía, evidenciando el destino y retorno de los mismos, así mismo estudiar el cumplimiento en la meta de ventas, con el fin de que se cuente con un músculo de ingreso estable, que genere utilidades. Evidenciando lo anterior se realizará un plan de gastos austero que permita priorizar los recursos y garantizar el uso de los mismos, con el fin de que esto mejore el músculo financiero y estabilidad de la compañía.	Esta estrategia es diseñada a un plazo de tres años, a partir del presente mes con el fin de poder estudiar, analizar de manera acertada los movimientos financieros y de gestión de la compañía	Dirección Financiera

TABLA 3. PLAN DE ACTIVIDADES

7. CONCLUSIONES

- Se logró efectuar una Evaluación de la gestión administrativa, financiera y de mercadeo de Equipos e Instrumentación Industrial S.A.S. de la cual se pudo realizar una planeación estratégica de la compañía, estableciendo el desarrollo y evolución que ha tenido desde su estructuración en el año 2015 hasta su nivel de participación en el mercado actual proyectándola a un periodo cinco años.
- A su vez se pudo analizar la gestión financiera y administrativa que se ha realizado dentro de la organización, evidenciando que inicialmente que la compañía cuenta con un capital reducido, lo cual tiene que ser corregido para el mismo sostenimiento y cumplimiento de la visión.
- De otra manera se logró verificar la gestión realizada en el área de mercadeo, analizando la percepción de los clientes sobre los productos y servicios ofrecidos.
- Ya para terminar se pudo realizar una matriz DOFA, con base a ella se construyó una planeación estratégica para Equipos e Instrumentación Industrial S.A.S. a la cual se le incluyo responsable, con el fin de poderla ejecutar en el menor tiempo posible.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar. (2016). *TRATADO PARA ADMINISTRAR LOS AGRONEGOCIOS*. México: Limusa S.A.
- Clúster Flor. (16 de 09 de 2017). *Automatización y robótica en la floricultura*. Obtenido de Ebizor: <http://flor.ebizor.com/automatizacion-y-robotica-en-la-floricultura/>
- Correa, C. (2003). *Metodología y práctica del desarrollo de la Comunidad*. Bogotá D.C.: Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.
- Corredor Díaz, J. A. (20 de 12 de 2015). *EEII SAS*. Obtenido de EQUIPOS E INSTRUMENTACIÓN INDUSTRIAL SAS: www.eeiiisas.com
- Corredor Díaz, J. A. (12 de 2018). Entrevista para obtención de información para trabajo de grado. (Y. Tenorio, Entrevistador)
- Dinero. (25 de Mayo de 2017). *Dinero.com*. Obtenido de Flores colombianas retoman liderazgo en mercados extranjeros: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/sector-floricultor-de-colombia-en-mercados-extranjeros/245744>
- Dinero. (16 de 08 de 2017). *Dinero.com*. Obtenido de Colombia exportó US\$785 millones en flores al mundo en el primer semestre: <https://www.dinero.com/economia/articulo/exportaciones-de-flores-primer-semester-de-2017-en-colombia/248676>
- Encuesta Facil. (26 de 11 de 2018). *Encuestafacil.com*. Obtenido de www.encuestafacil.com
- Gascón y Mantagut, J. X. (2010). *¿Cambio de rumbo en las políticas agrarias latinoamericanas?* Barcelona: Icaria Antrazyt.
- KOTLER, P. y. (2008). *FUNDAMENTOS DE MARKETING*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Mankiw, N. G. (2011). *Principios de Economía*. México: Cengage Learning.
- MARÍN, RANGEL, A. A. (23 de Noviembre de 2000). <http://www.bdigital.unal.edu.co>. Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/2163/1/43751623.2000.pdf>
- Noticias Caracol. (2019 de Febrero de 2019). Colombia exporta miles de flores: detrás está el trabajo dedicado de estas personas. Bogotá D.C., Bogotá D.C., Colombia.
- Rodas, A. (2011). *ADMINISTRACIÓN BASICA con casos prácticos*. México: Limusa S.A.

9. ANEXOS

Anexo No. 1 RUT

	Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal		001
2. Concepto: 1 3 Actualización de oficio Espacio reservado para la DIAN 		4. Número de formulario: 14448258919 	
5. Número de Identificación Tributaria (NIT): 9 0 0 9 1 9 1 7 5 - 0		6. DV: 0	
12. Dirección seccional: Impuestos de Bogotá		14. Buzón electrónico: (3 2)	
IDENTIFICACION			
24. Tipo de contribuyente: Persona jurídica		25. Tipo de documento: 1	
26. Número de identificación: 1 6 9		27. Fecha expedición: 2 0 1 7 1 2 2 1	
Lugar de expedición: 28. País: COLOMBIA		29. Departamento: Cundinamarca	
30. Ciudad/Municipio: El Rosal		31. Primer apellido: 32. Segundo apellido:	
33. Primer nombre: 34. Otros nombres:		35. Razón social: EQUIPOS E INSTRUMENTACION INDUSTRIAL S A S	
36. Nombre comercial: EEII SAS		37. Sigla: EEII SAS	
UBICACION			
38. País: COLOMBIA		39. Departamento: Cundinamarca	
40. Ciudad/Municipio: El Rosal		41. Dirección principal: CR 9 10 22 OF 206	
42. Correo electrónico: info@eeiisas.com		43. Código postal: 3 1 4 2 9 1 2 1 2 1	
44. Teléfono 1: 3 1 0 3 1 4 4 6 5 9		45. Teléfono 2: 3 1 0 3 1 4 4 6 5 9	
CLASIFICACION			
Actividad económica		Ocupación	
46. Código: 4 6 5 9	47. Fecha inicio actividad: 2 0 1 5 1 2 1 5	48. Código: 3 3 1 2	49. Fecha inicio actividad: 2 0 1 5 1 2 1 5
50. Código: 6 9 2 0 4 9 2 2		51. Código: 52. Número establecimientos:	
Responsabilidades, Calidades y Atributos			
53. Código: 5 7 9 1 1 1 4 4 2 1 0			
05- Impto. renta y compl. régimen ordinario 07- Retención en la fuente a título de renta 09- Retención en la fuente en el impuesto 11- Ventas régimen común 14- Informante de exogena 42- Obligado a llevar contabilidad 10- Obligado aduanero			
Obligados aduaneros		Exportadores	
54. Código: 2 2 2 3		55. Forma: 3	
56. Tipo: 3		57. Modo: 1	
58. CPC: 9 7		59. Anexos: SI ☐ NO ☒	
60. No. de Folios: 0		61. Fecha: 2 0 1 7 1 2 2 1	
La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz; en caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso. Parágrafo del artículo 1.6.1.2.20 del Decreto 1625 de 2016 Firma del solicitante:			
Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada: 984. Nombre: ACTUACIÓN DE OFICIO AUTOMÁTICA 985. Cargo:			

Anexo No. 2 CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL



CAMARA DE COMERCIO DE FACATATIVA
EQUIPOS E INSTRUMENTACION INDUSTRIAL S.A.S.
 Fecha expedición: 2019/02/04 - 19:35:58 **** Recibo No. S000247751 **** Num. Operación. 99-USUPUBXX-20190204-0544
 LA MATRÍCULA MERCANTIL PROPORCIONA SEGURIDAD Y CONFIANZA EN LOS NEGOCIOS
 RENEVE SU MATRÍCULA A MÁS TARDAR EL 31 DE MARZO Y EVITE SANCIONES DE HASTA 17 S.M.L.M.V
CODIGO DE VERIFICACIÓN sFpZJpqwj1

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL O DE INSCRIPCIÓN DE DOCUMENTOS.

Con fundamento en las matrículas e inscripciones del Registro Mercantil,

CERTIFICA

NOMBRE, SIGLA, IDENTIFICACIÓN Y DOMICILIO

NOMBRE o RAZÓN SOCIAL: EQUIPOS E INSTRUMENTACION INDUSTRIAL S.A.S.
ORGANIZACIÓN JURÍDICA: SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA
CATEGORÍA : PERSONA JURÍDICA PRINCIPAL
NIT : 900919175-0
ADMINISTRACIÓN DIAN : BOGOTA PERSONAS NATURALES
DOMICILIO : EL ROSAL

MATRÍCULA - INSCRIPCIÓN

MATRÍCULA NO : 98579
FECHA DE MATRÍCULA : DICIEMBRE 17 DE 2015
ULTIMO AÑO RENOVADO : 2018
FECHA DE RENOVACION DE LA MATRÍCULA : MARZO 27 DE 2018
ACTIVO TOTAL : 53,461,007.00
GRUPO NIIF : GRUPO III - MICROEMPRESAS

UBICACIÓN Y DATOS GENERALES

DIRECCIÓN DEL DOMICILIO PRINCIPAL : CR 9 10 22 OFICINA 206
MUNICIPIO / DOMICILIO: 25260 - EL ROSAL
TELÉFONO COMERCIAL 1 : 3142912121
TELÉFONO COMERCIAL 2 : 3103144659
TELÉFONO COMERCIAL 3 : NO REPORTÓ
CORREO ELECTRÓNICO No. 1 : info@eeiisas.com

DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL : CR 9 10 22 OFICINA 206
MUNICIPIO : 25260 - EL ROSAL
TELÉFONO 1 : 3142912121
TELÉFONO 2 : 3103144659
CORREO ELECTRÓNICO : info@eeiisas.com

CERTIFICA - ACTIVIDAD ECONÓMICA

ACTIVIDAD PRINCIPAL : G4659 - COMERCIO AL POR MAYOR DE OTROS TIPOS DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P.
ACTIVIDAD SECUNDARIA : C3312 - MANTENIMIENTO Y REPARACION ESPECIALIZADO DE MAQUINARIA Y EQUIPO
OTRAS ACTIVIDADES : M7110 - ACTIVIDADES DE ARQUITECTURA E INGENIERIA Y OTRAS ACTIVIDADES CONEXAS DE CONSULTORIA TECNICA

CERTIFICA - CONSTITUCIÓN

POR ACTA NÚMERO 1 DEL 15 DE DICIEMBRE DE 2015 DE LA ASAMBLEA CONSTITUTIVA, REGISTRADO EN ESTA CÁMARA DE COMERCIO BAJO EL NÚMERO 32947 DEL LIBRO IX DEL REGISTRO MERCANTIL EL 17 DE DICIEMBRE DE 2015, SE INSCRIBE : LA CONSTITUCIÓN DE PERSONA JURIDICA DENOMINADA EQUIPOS E INSTRUMENTACION INDUSTRIAL S.A.S..

CERTIFICA - VIGENCIA

VIGENCIA: QUE EL TERMINO DE DURACION DE LA PERSONA JURIDICA ES INDEFINIDO

CERTIFICA - OBJETO SOCIAL

OBJETO SOCIAL: LA SOCIEDAD TENDRA COMO OBJETO PRINCIPAL LA VENTA, INSTALACION, SUMINISTRO Y MANTENIMIENTO DE TODO TIPO EQUIPOS E INSTRUMENTACION PARA LA INDUSTRIA EN GENERAL, JUNTO A LA PRESTACION DE


**CAMARA DE COMERCIO DE FACATATIVA
EQUIPOS E INSTRUMENTACION INDUSTRIAL S.A.S.**

Fecha expedición: 2019/02/04 - 19:35:58 **** Recibo No. S000247751 **** Num. Operación. 99-USUPUBXX-20190204-0544
LA MATRÍCULA MERCANTIL PROPORCIONA SEGURIDAD Y CONFIANZA EN LOS NEGOCIOS
RENUOVE SU MATRÍCULA A MÁS TARDAR EL 31 DE MARZO Y EVITE SANCIONES DE HASTA 17 S.M.L.M.V
CODIGO DE VERIFICACIÓN sFpZJpqwj1

TRANSPORTE TANTO DE CARGA TERRESTRE COMO DE PASAJEROS A NIVEL NACIONAL; ADEMÁS TAMBIÉN CONTARÁ CON LA PRESTACIÓN DE ASESORÍAS EN TODO LO RELACIONADO CON LA PARTE CONTABLE, FINANCIERA Y ADMINISTRATIVA EN CUANTO SE REFIERA; ASÍ MISMO, PODRÁ REALIZAR CUALQUIER OTRA ACTIVIDAD ECONÓMICA LÍCITA TANTO EN COLOMBIA COMO EN EL EXTRANJERO. LA SOCIEDAD PODRÁ LLEVAR A CABO, EN GENERAL, TODAS LAS OPERACIONES, DE CUALQUIER NATURALEZA QUE ELAS FUEREN, RELACIONADAS CON EL OBJETO MENCIONADO, ASÍ COMO CUALESQUIERA ACTIVIDADES SIMILARES, CONEXAS O COMPLEMENTARIAS O QUE PERMITAN FACILITAR O DESARROLLAR EL COMERCIO O LA INDUSTRIA DE LA SOCIEDAD.

CERTIFICA - CAPITAL

TIPO DE CAPITAL	VALOR	ACCIONES	VALOR NOMINAL
CAPITAL AUTORIZADO	6.000.000,00	6.000,00	1.000,00
CAPITAL SUSCRITO	6.000.000,00	6.000,00	1.000,00
CAPITAL PAGADO	6.000.000,00	6.000,00	1.000,00

CERTIFICA - REPRESENTACIÓN LEGAL

REPRESENTACION LEGAL: LA REPRESENTACION LEGAL DE LA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA ESTARÁ A CARGO DE UNA PERSONA NATURAL O JURIDICA, ACCIONISTA O NO, QUIEN NO TENDRÁ SUPLENTE, DESIGNADO PARA UN TÉRMINO DE UN AÑO POR LA ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS.

CERTIFICA
REPRESENTANTES LEGALES - PRINCIPALES

POR ACTA NÚMERO 1 DEL 15 DE DICIEMBRE DE 2015 DE ASAMBLEA CONSTITUTIVA, REGISTRADO EN ESTA CÁMARA DE COMERCIO BAJO EL NÚMERO 32947 DEL LIBRO IX DEL REGISTRO MERCANTIL EL 17 DE DICIEMBRE DE 2015, FUERON NOMBRADOS :

CARGO	NOMBRE	IDENTIFICACION
REPRESENTANTE LEGAL	CORREDOR DIAZ JUANMANUEL ALEJANDRO	CC 1,074,186,064

CERTIFICA - FACULTADES Y LIMITACIONES

FACULTADES DEL REPRESENTANTE LEGAL: LA SOCIEDAD SERÁ GERENCIADA, ADMINISTRADA Y REPRESENTADA LEGALMENTE ANTE TERCEROS POR EL REPRESENTANTE LEGAL, QUIEN NO TENDRÁ RESTRICCIONES DE CONTRATACIÓN POR RAZÓN DE LA NATURALEZA NI DE LA CUANTÍA DE LOS ACTOS QUE CELEBRE. POR LO TANTO, SE ENTENDERÁ QUE EL REPRESENTANTE LEGAL PODRÁ CELEBRAR O EJECUTAR TODOS LOS ACTOS Y CONTRATOS COMPRENDIDOS EN EL OBJETO SOCIAL O QUE SE RELACIONEN DIRECTAMENTE CON LA EXISTENCIA Y EL FUNCIONAMIENTO DE LA SOCIEDAD. EL REPRESENTANTE LEGAL SE ENTENDERÁ INVESTITO DE LOS MÁS AMPLIOS PODERES PARA ACTUAR EN TODAS LAS CIRCUNSTANCIAS EN NOMBRE DE LA SOCIEDAD, CON EXCEPCIÓN DE AQUELLAS FACULTADES QUE, DE ACUERDO CON LOS ESTATUTOS, SE HUBIEREN RESERVADO LOS ACCIONISTAS. EN LAS RELACIONES FRENTE A TERCEROS, LA SOCIEDAD QUEDARÁ OBLIGADA POR LOS ACTOS Y CONTRATOS CELEBRADOS POR EL REPRESENTANTE LEGAL. LE ESTÁ PROHIBIDO AL REPRESENTANTE LEGAL Y A LOS DEMÁS ADMINISTRADORES DE LA SOCIEDAD, POR SÍ O POR INTERPUESTA PERSONA, OBTENER BAJO CUALQUIER FORMA O MODALIDAD JURÍDICA PRESTAMOS POR PARTE DE LA SOCIEDAD U OBTENER DE PARTE DE LA SOCIEDAD AVAL, FIANZA O CUALQUIER OTRO TIPO DE GARANTÍA DE SUS OBLIGACIONES PERSONALES.

CERTIFICA - ESTABLECIMIENTOS

QUE ES PROPIETARIO DE LOS SIGUIENTES ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO EN LA JURISDICCIÓN DE ESTA CÁMARA DE COMERCIO:

*** NOMBRE ESTABLECIMIENTO : EQUIPOS E INSTRUMENTACION INDUSTRIAL EL ROSAL
MATRICULA : 85708
FECHA DE MATRICULA : 20151217
FECHA DE RENOVACION : 20180327
ULTIMO AÑO RENOVADO : 2018
DIRECCION : CARRERA 9 10 22 OFICINA 206
MUNICIPIO : 25260 - EL ROSAL
TELEFONO 1 : 3142912121
TELEFONO 2 : 3103144659
CORREO ELECTRONICO : info@eeiisas.com
ACTIVIDAD PRINCIPAL : G4659 - COMERCIO AL POR MAYOR DE OTROS TIPOS DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P.
ACTIVIDAD SECUNDARIA : C3312 - MANTENIMIENTO Y REPARACION ESPECIALIZADO DE MAQUINARIA Y EQUIPO



**CAMARA DE COMERCIO DE FACATATIVA
EQUIPOS E INSTRUMENTACION INDUSTRIAL S.A.S.**
Fecha expedición: 2019/02/04 - 19:35:58 **** Recibo No. S000247751 **** Num. Operación. 99-USUPUBXX-20190204-0544
LA MATRÍCULA MERCANTIL PROPORCIONA SEGURIDAD Y CONFIANZA EN LOS NEGOCIOS
RENUOVE SU MATRÍCULA A MÁS TARDAR EL 31 DE MARZO Y EVITE SANCIONES DE HASTA 17 S.M.L.M.V
CODIGO DE VERIFICACIÓN sFpZJpqwj1

OTRAS ACTIVIDADES : M6920 - ACTIVIDADES DE CONTABILIDAD, TENEDURIA DE LIBROS, AUDITORIA FINANCIERA Y ASESORIA TRIBUTARIA
OTRAS ACTIVIDADES : H4922 - TRANSPORTE MIXTO
VALOR DEL ESTABLECIMIENTO : 53,461,007

CERTIFICA

LA INFORMACIÓN ANTERIOR HA SIDO TOMADA DIRECTAMENTE DEL FORMULARIO DE MATRÍCULA Y RENOVACIÓN DILIGENCIADO POR EL COMERCIANTE

CERTIFICA

DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL CÓDIGO DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO Y DE LO CONTENCIOSO Y DE LA LEY 962 DE 2005, LOS ACTOS ADMINISTRATIVOS DE REGISTRO AQUÍ CERTIFICADOS QUEDAN EN FIRME DIEZ (10) DÍAS HÁBILES DESPUES DE LA FECHA DE INSCRIPCIÓN, SIEMPRE QUE NO SEAN OBJETO DE RECURSOS. EL DÍA SÁBADO NO SE DEBE CONTAR COMO DÍA HÁBIL.

VALOR DEL CERTIFICADO : \$5,800

CERTIFICADO EXPEDIDO A TRAVES DEL PORTAL DE SERVICIOS VIRTUALES (SII)

IMPORTANTE: La firma digital del secretario de la CAMARA DE COMERCIO DE FACATATIVA contenida en este certificado electrónico se encuentra emitida por una entidad de certificación abierta autorizada y vigilada por la Superintendencia de Industria y Comercio, de conformidad con las exigencias establecidas en la Ley 527 de 1999 para validez jurídica y probatoria de los documentos electrónicos.

La firma digital no es una firma digitalizada o escaneada, por lo tanto, la firma digital que acompaña este documento la podrá verificar a través de su aplicativo visor de documentos pdf.

No obstante, si usted va a imprimir este certificado, lo puede hacer desde su computador, con la certeza de que el mismo fue expedido a través del canal virtual de la cámara de comercio y que la persona o entidad a la que usted le va a entregar el certificado impreso, puede verificar por una sola vez el contenido del mismo, ingresando al enlace <https://siiifacativá.confecamaras.co/cv.php> seleccionando la cámara de comercio e indicando el código de verificación sFpZJpqwj1

Al realizar la verificación podrá visualizar (y descargar) una imagen exacta del certificado que fue entregado al usuario en el momento que se realizó la transacción.

La firma mecánica que se muestra a continuación es la representación gráfica de la firma del secretario jurídico (o de quien haga sus veces) de la Cámara de Comercio quien avala este certificado. La firma mecánica no reemplaza la firma digital en los documentos electrónicos.

**EL SECRETARIO
LUZ MARINA CUERVO ROMERO**

*** FINAL DEL CERTIFICADO ***

Anexo No. 3 BALANCES FINANCIEROS Y ESTADOS DE RESULTADOS

EQUIPOS E INSTRUMENTACION INDUSTRIAL S.A.S
NIT 900.919.175-0
BALANCE GENERAL CON CORTE A 31 DE DICIEMBRE DE 2017
(Expresado en pesos Colombianos)

ACTIVO

COD		2017
	Activo Corriente	
11	Cuenta corriente Bancolombia	\$ 7,930,202
	Cuenta Ahorros Bancolombia	\$ -
13	Cuentas por cobrar clientes	\$ 22,925,660
	Anticipo impuestos	\$ 887,000
	Saldo a favor impuestos	\$ 1,464,000
14	Inventario	\$ 7,018,145
	Total Activo Corriente	\$ 38,761,007
	Activo no Corriente	
15	Escritorios	\$ 1,700,000
	Equipos de comunicación	\$ 300,000
	Equipos de computo	\$ 3,600,000
	Vehiculos	\$ 9,100,000
	Total Activo no corriente	\$ 14,700,000
	Total activo	\$ 53,461,007

PASIVO

COD		2017
	Pasivo Corriente	
21	Deudas socios o accionistas	\$ 33,600,000
	Impuestos por pagar	\$ 57,000
	Cuentas por pagar proveedores	\$ 2,325,046
	Total Pasivo Corriente	\$ 35,986,046
	Total Pasivo	\$ 35,986,046

PATRIMONIO

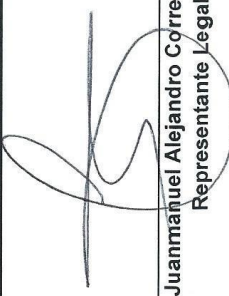
COD		2017
	Patrimonio	
31	Aportes sociales eei	\$ 6,000,000
	Resultado del ejercicio	\$ 2,687,184
	Resultado ejercicios anteriores	\$ 8,787,777
	Total Patrimonio	\$ 17,474,961
	Total pasivo mas patrimonio	\$ 53,461,007

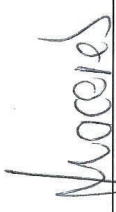

Juanmanuel Alejandro Corredor Diaz
Representante Legal


Jose Ferney Caceres Morales
Contador TP 222865-T

EQUIPOS E INSTRUMENTACION INDUSTRIAL SAS
Estado del Resultado Integral Individual
Periodo contable con corte a 31 de diciembre 2017
(Cifras en pesos colombianos)

DETALLE	31/12/2018
Venta de servicios	222,668,069
Costo de Ventas Servicios	190,818,401
Utilidad Bruta	31,849,668
Gastos de Administración y operación	28,300,000
Utilidad Operacional	3,549,668
Ingresos no operacionales	-
Otros Gastos	862,474
Utilidad No Operacional	2,687,194
Resultado del periodo antes de impuestos	2,687,194
Resultado del periodo	2,687,194


Juanmanuel Alejandro Corredor Diaz
Representante Legal


Jose Ferney Caceres Morales
Contador TP 222855-T

Anexo No. 4 ENCUESTAS REALIZADAS



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN EQUIPOS E INSTRUMENTACIÓN INDUSTRIAL S.A.S.

1.- Ayúdenos a mejorar

Por favor, dedique un momento a completar esta pequeña encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para mejorar nuestro servicio.

Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación llevada a cabo por [NOMBRE DE LA EMPRESA].

Esta encuesta dura aproximadamente 7 minutos.

*1. ¿Cuánto tiempo lleva utilizando nuestros productos y servicios?

- ☐ Menos de un mes
- ☐ Entre uno y seis meses
- ☐ Entre seis meses y un año
- ☐ Entre uno y tres años
- ☐ Más de tres años

2. ¿Con qué frecuencia utiliza nuestros productos y servicios?

- ☐ Una o más veces a la semana
- ☐ Dos o tres veces al mes
- ☐ Una vez al mes
- ☐ Menos de una vez al mes

Siguiente->

17%

Encuestafacil.com no es responsable de ningún contenido enviado y/o incluido en esta encuesta.



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN EQUIPOS E INSTRUMENTACIÓN INDUSTRIAL S.A.S.

2.- Satisfacción general

3. ¿Cuál es su grado de satisfacción general con nuestros productos y servicios?

- ☐ Completamente satisfecho
- ☐ Satisfecho
- ☐ Insatisfecho
- ☐ Completamente insatisfecho

4. En comparación con otras alternativas de asesoramiento, suministro y capacitación su impresión de nosotros es....

- ☐ Mucho mejor
- ☐ Algo Mejor
- ☐ Más o menos igual
- ☐ Algo peor
- ☐ Mucho peor
- ☐ No lo sé

<-Anterior Siguiente->

33%

Encuestafacil.com no es responsable de ningún contenido enviado y/o incluido en esta encuesta.

Crea gratis tus encuestas online encuestafacil.com

¿Necesita tu empresa una red privada corporativa?. Prueba makeanet.com



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN EQUIPOS E INSTRUMENTACIÓN INDUSTRIAL S.A.S.

3.- Intención de uso y recomendación

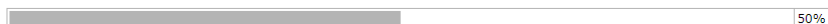
5. ¿Desea seguir contando con nuestros servicios de nuevo?

- ☐ Seguro que sí
- ☐ Probablemente sí
- ☐ Puede que sí, puede que no
- ☐ Probablemente no
- ☐ Seguro que no

6. ¿Ha recomendado usted nuestros servicios a otras personas?

- ☐ Sí
- ☐ No

<-Anterior Siguiente->



Encuestafacil.com no es responsable de ningún contenido enviado y/o incluido en esta encuesta.

Crea gratis tus encuestas online encuestafacil.com

¿Necesita tu empresa una red privada corporativa?. Prueba makeanet.com



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN EQUIPOS E INSTRUMENTACIÓN INDUSTRIAL S.A.S.

4.- Satisfacción atributos

7. ¿Qué grado de importancia le da usted a los siguientes aspectos a la hora de comprar?...

¿Y cuál es su grado de satisfacción en esos mismos aspectos con nuestro servicio?

	Grado de importancia al comprar:	Satisfacción con nuestro servicio:
Calidad del servicio	Elija una	Elija una
Relación calidad precio	Elija una	Elija una
Proceso de compra del servicio	Elija una	Elija una
Experiencia de uso	Elija una	Elija una
Servicio postventa	Elija una	Elija una
Acompañamiento	Elija una	Elija una

<-Anterior Siguiente->



Encuestafacil.com no es responsable de ningún contenido enviado y/o incluido en esta encuesta.

Crea gratis tus encuestas online encuestafacil.com



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN EQUIPOS E INSTRUMENTACIÓN INDUSTRIAL S.A.S.

Abandonar->

5.- Valoración del servicio

Teniendo en cuenta su experiencia más reciente con nuestro servicio, por favor, valore su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones:

8. Equipos e Instrumentación me ofreció un servicio que valía lo que pague por él.

☐ Totalmente de acuerdo ☐ De acuerdo ☐ En desacuerdo ☐ Totalmente en desacuerdo ☐ No aplicable

9. El servicio prestado por cubre mis necesidades.

☐ Totalmente de acuerdo ☐ De acuerdo ☐ En desacuerdo ☐ Totalmente en desacuerdo ☐ No aplicable

10. Los equipos suministrados son fáciles de usar.

☐ Totalmente de acuerdo ☐ De acuerdo ☐ En desacuerdo ☐ Totalmente en desacuerdo ☐ No aplicable

11. Equipos e Instrumentación ofrece servicios competitivos, diversificados y funcionales.

☐ Totalmente de acuerdo ☐ De acuerdo ☐ En desacuerdo ☐ Totalmente en desacuerdo ☐ No aplicable

12. El servicio al cliente de la compañía conoce bien el sus necesidades?

☐ Totalmente de acuerdo ☐ De acuerdo ☐ En desacuerdo ☐ Totalmente en desacuerdo ☐ No aplicable

13. El servicio al cliente de Equipos e Instrumentación atiende bien sus necesidades.

☐ Totalmente de acuerdo ☐ De acuerdo ☐ En desacuerdo ☐ Totalmente en desacuerdo ☐ No aplicable

<-Anterior Siguiente->

83%

Encuestafacil.com no es responsable de ningún contenido enviado y/o incluido en esta encuesta.



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN EQUIPOS E INSTRUMENTACIÓN INDUSTRIAL S.A.S.

6.- Recomendación y sugerencias

14. Basándose en su propia experiencia con nuestro servicio, ¿buscaría nuevamente a nuestra compañía para adquirir productos o servicios similares?

☐ Es muy probable ☐ Es probable ☐ No es probable ☐ Es muy improbable

15. ¿ Ha tenido usted algún problema a la hora de usar nuestros productos y servicios?

☐ Sí ☐ No

16. Por favor déjenos sus comentarios para seguir mejorando por y para usted.

La encuesta ha concluido.

Muchas gracias por su colaboración.

<-Anterior Fin->

100%

Encuestafacil.com no es responsable de ningún contenido enviado y/o incluido en esta encuesta.

Crea gratis tus encuestas online encuestafacil.com

¿Necesita tu empresa una red privada corporativa?. Prueba makeanet.com