

Plan estratégico para una empresa del sector de autopartes en la ciudad de Bogotá D.C.

Richard Daniel Barón Cetina y Juan Camilo González Gamba

Trabajo de grado para optar por el título de Administrador de Empresas

Director

Juan Camilo Gutiérrez

Doctor en Ciencias Administrativas

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables Facultad de Administración de

Empresas

2022

Contenido

Introducción.....	8
1. Plan estratégico para una empresa del sector de autopartes en la ciudad de Bogotá	9
1.1 Planteamiento del problema.....	9
1.2 Objetivos	11
1.2.1 Objetivo general	11
1.2.2 Objetivos específicos	11
1.3 Justificación	11
2. Identificación de la empresa.....	12
2.1 Nombre.....	12
2.2 Misión	12
2.3 Visión	12
2.4 Productos y servicios.....	12
2.5 Localización.....	13
3. Análisis PESTEL	13
4. Antecedentes	14
5. Marco teórico	16
6. Diseño metodológico	17
6.1 Tipo de investigación y diseño.....	17
6.2 Población y Muestra.....	17
6.3 Fuentes	17
6.3.1 Primaria.....	17

6.3.2 Secundaria.....	17
6.4 Instrumentos de recolección.....	17
7. Diagnóstico Interno.....	18
7.1 Análisis EFI	18
8. Diagnóstico Externo.....	18
8.1 Análisis EFE	18
9. Matriz DOFA	19
11. Propuestas de indicadores estratégicos.....	21
12. Conclusión.....	22
Referencias	24

Lista de tablas

Tabla 1. *Análisis PESTEL de la empresa Grupo Guerrero González* 12

Tabla 2. *Cuadro de estrategias y metas para la empresa Grupo Guerrero González* 20

Lista de figuras

Figura 1. <i>Matriz EFI de la empresa Grupo Guerrero González</i>	17
Figura 2. <i>Matriz EFE de la empresa Grupo Guerrero González</i>	18
Figura 3. <i>Matriz DOFA de la empresa Grupo Guerrero González.....</i>	18
Figura 4. <i>Matriz PEYEA para la empresa Grupo Guerrero González.....</i>	19

Resumen

La implementación de herramientas administrativas, tal como la gerencia estratégica permitió establecer directrices dando nos a conocer la situación actual en la que la empresa se encuentra, como también se identificaron problemáticas, se fijaron metas a largo y corto plazo. La empresa ha tenido que adaptarse a nuevos cambios, donde las reglas para negociar y las barreras impuestas para pasar a un mundo más competitivo en el que hay que ser flexibles y adoptarse a los cambios con el objetivo de mantener la organización. En este sentido, autores como Peiró (2020) precisa que “Las habilidades gerenciales son aquellas capacidades que un individuo posee para llevar a cabo tareas de liderazgo en una empresa de manera eficaz” (párr. 1), por tal se infiere que deberán ser consideradas en el marco de la productividad de los procesos de la empresa, contemplando la necesidad de cumplir metas y objetivos conforme a su uso.

Palabras clave: herramientas administrativas, gerencia estratégica, habilidades gerenciales

Abstract

The implementation of administrative tools, such as strategic management, allowed establishing guidelines, letting us know the current situation in which the company finds itself, as well as identifying problems, long and short-term goals were set. The company has had to adapt to new changes, where the rules to negotiate and the barriers imposed to move to a more competitive world in which it is necessary to be flexible and adapt to changes in order to maintain the organization. In this sense, authors such as Peiró (2020) specify that "Management skills are those capabilities that an individual possesses to carry out leadership tasks in a company effectively" (párr. 1), therefore it is inferred that they should be considered within the framework of the productivity of the company's processes, considering the need to meet goals and objectives according to their use.

Keywords: administrative tools, strategic management, management skills

Introducción

El sector transportador es de los sectores más importantes de Colombia, puesto que este es el encargado de movilizar productos que luego serán comercializados en los diferentes partes del país enfocándonos en la ciudad de Bogotá D.C, empresas dedicadas a lo que es el reencauche de las llantas buscan día a día optimizar y dar alternativas tanto sostenibles ambientalmente, como monetarias y estas se ven reflejadas en el precio final de los productos del día a día.

Empresas dedicadas al reencauche brindan un servicio implementando diferentes estrategias y planes tales como la implementación de diferentes filtros de calidad y cumpliendo a cabalidad con la norma NTC5334 que rige para un adecuado funcionamiento de la llanura reencauchada, con el fin que los transportadores se sientan respaldos y generar mayor confianza en los productos y servicios que comercializan.

1. Plan estratégico para una empresa del sector de autopartes en la ciudad de Bogotá

D.C.

1.1 Planteamiento del problema

El reencauche en la actualidad, es una industria que utiliza tecnología de punta, desarrollo de producto, seguridad, asesoría y servicio posventa, con el fin de promover en una actividad que desde cualquier punto de vista motiva el ahorro en grandes proporciones, contribuye a la economía de sus usuarios, pues ya está visto que después del combustible, las llantas son los elementos que mayor gasto generan a los bolsillos de los conductores. Es la opción más racional y económica posible: Una llanta que mantenga su carcasa en buen estado puede ser sometida a este proceso que costará la tercera parte del precio de una nueva. Y si el propietario lleva a cabo los cuidados necesarios en mantenimiento como limpieza y presión de aire, puede alargar la vida de cada una hasta cuatro veces. Eso si se lleva a cabo el proceso con las más estrictas normas de calidad y bajo la tecnología avanzada de reencauche.

Según la Resolución 0481 de 4 de marzo de 2009 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo el sector de reencauchado de llantas, obliga al cumplimiento de cinco requisitos que son: resistencia a la velocidad (la llanta debe soportar el máximo de velocidad para la cual fueron diseñadas), resistencia a la penetración (esta no deberá ser menor a las consideradas en laboratorio), aguante (no deben mostrar separación de sus lonas, ni la pestaña al ser sometidas a diferentes pruebas), resistencia del desatentamiento de la pestaña (la llanta debe soportar una mínima presión para prevenir que se salga el aire), rotulado y etiquetado (empresa productora del reencauche, fecha de reencauche, cinturones eliminados, sí o no, reparaciones mayores, sí o no, numero de reencauches), Folleto al usuario y Certificado de proceso conforme a la norma técnica

NTC 5384 expedida por un organismo acreditado (Ministerio De Comercio, Industria y Turismo, 2009).

El reencauche en la actualidad, es una industria que utiliza tecnología de punta, desarrollo de producto, seguridad, asesoría y servicio posventa, con el fin de promover en una actividad que desde cualquier punto de vista motiva el ahorro en grandes proporciones, contribuye a la economía de sus usuarios, pues ya está visto que después del combustible, las llantas son los elementos que mayor gasto generan a los bolsillos de los conductores. Es la opción más racional y económica posible: una llanta que mantenga su carcasa en buen estado puede ser sometida a este proceso que costará la tercera parte del precio de una nueva. Y si el propietario lleva a cabo los cuidados necesarios en mantenimiento como limpieza y presión de aire, puede alargar la vida de cada una hasta cuatro veces. Eso si se lleva a cabo el proceso con las más estrictas normas de calidad y bajo la tecnología avanzada de reencauche (Paredes y Mayor, 2007, p.15).

La empresa del sector de autopartes, Reencauchadora de Llantas, es una empresa dedicada a reencauchar llantas en todas las medidas, facilitando de esta forma la vida de las personas y en especial de las empresas que poseen camiones de transporte, tratando de satisfacer sus necesidades mediante el abaratamiento de costos. Por esta razón se realiza un Plan de Marketing como objeto de estudio.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Elaborar la planeación estratégica para una empresa del sector de autopartes ubicada en la ciudad de Bogotá D.C.

1.2.2 Objetivos específicos

- Realizar un análisis interno y externo a la empresa.
- Definir procesos para la explotación y priorización de los aspectos internos y externos.
- Definir las estrategias que brinden el mejor aprovechamiento y mejora de los indicadores resultantes.

1.3 Justificación

El propósito de esta investigación es desarrollar un direccionamiento diferente para una empresa del sector de autopartes ubicada en Bogotá D.C. mediante el diseño de un plan estratégico que proporcionará una dirección general basada en las estrategias internas y externas, de desarrollo y marketing, que se convertirán en objetivos estratégicos importantes y fundamentales al cumplimiento de la visión, direccionados al incremento del mercado de neumáticos de la empresa.

A su vez se tendrá un control de objetivos estratégicos planteados. El desarrollo e implementación de unos objetivos estratégicos permitirá que la empresa aproveche de forma eficiente el uso de recursos y esfuerzos disponibles permitiendo elaborar un plan de reglas en función de los clientes a través de planes de acción.

Los principales beneficiarios de este estudio serán los propietarios de la empresa y sus proveedores ya que se evidencia la falta de planeación estratégica, lo que no deja generar una ventaja competitiva en el mercado, igualmente los clientes serán el objetivo principal de beneficio ya que ellos son los que adquieren el producto.

2. Identificación de la empresa

2.1 Nombre

Grupo Guerrero González

2.2 Misión

Nuestra misión es brindar sostenibilidad financiera y ecológica a las empresas de nuestros clientes construyendo a través de soluciones integrales y efectivas para la movilidad de sus equipos de transporte.

2.3 Visión

En el 2023, Grupo Guerrero González estará posicionado como una empresa líder en el mercado nacional con gran reconocimiento, gracias a sus altos estándares de calidad en los servicios y productos ofrecidos al consumidor.

2.4 Productos y servicios

La empresa Grupo Guerrero González dispone de una variedad de llantas para todo tipo de automotor, desde un automóvil pequeño hasta un tractocamión de dieciséis llantas, para maquinaria agrícolas, etc.

Además de esto, se ofrecen servicios de taller mecánico, con instalaciones propias, grúas y el principal servicio el reencauche de llantas certificadas por la norma NTC5384.

2.5 Localización

Se cuenta con una sede principal en la capital del país, la ciudad de Bogotá D.C. en la Av. Calle 17 # 87- 45. A su vez, se cuentan con diferentes aliados y puntos de venta autorizados en las diferentes ciudades del país, dándole una mayor cobertura a los servicios y fortaleciendo los mismos.

3. Análisis PESTEL

Tabla 1. Análisis PESTEL de la empresa Grupo Guerrero González

Político	Económico	Socio-cultural
En Colombia, como en el mundo se están presentando situaciones complicadas que hacen que el desarrollo y crecimiento de cualquier tipo de empresa sea complejo. Además de esto se le suma las elecciones para presidente que están próximas en Colombia, las cuales juegan un papel imprescindible entro del desarrollo económico del país y como los candidatos con sus propuestas planean el crecimiento de la economía colombiana.	La producción de bienes y servicios en el país han sido bastante bajas por el momento, sin embargo, la escasez de productos en el extranjero hace que nuevas empresas surjan. Las empresas que anteriormente ya estaban, se genera un espacio de competitividad, mejorando sus métodos.	Los factores sociales son positivos porque las personas quieren mejorar sus emprendimientos, lo cual ayuda al crecimiento de empresas, generando mayor competitividad en el mercado, lo que aumenta la economía y cada vez más las empresas buscan tecnificarse para así brindar un mejor servicio de calidad al cliente.

Tecnológico	Ecológico	Legal
Nos encontramos en la época de la tecnología, las personas están mucho más inmersas en este nuevo mundo virtual, abriendo así la brecha para el mejoramiento e implementación de diferentes plataformas digitales.	Al igual que al resto de las empresas y la sociedad en su conjunto, nos enfrentamos a nuevos retos ambientales, entre ellos el cambio climático, identificado como uno de los mayores factores de riesgo a nivel mundial. Se trata de un elemento primordial, por lo tanto, para nuestros principales grupos de interés, para la sostenibilidad económica de la compañía y en la que además creemos que tenemos soluciones que aportar a través de la digitalización y <u>nuestros servicios.</u>	• Seguridad en el trabajo. • Protección al empleado. • Protección de datos. • Buen ambiente laboral. Cumplimiento con el pago de salarios.

4. Antecedentes

La planeación estratégica se constituye en una herramienta de decisión para los empresarios, permite a una organización aprovechar oportunidades claves en el mercado y minimizar el impacto de las amenazas externas como también utilizar las fortalezas y poder vencer las debilidades internas. Por otra parte, se han desarrollado diversos estudios de gran relevancia en las organizaciones entre los cuales encontramos que la empresa a nivel nacional ha presentado un gran crecimiento en las últimas décadas, esto conlleva a que cada vez sea necesario una mayor cantidad de neumático, repuestos, y todo lo relacionado con el mantenimiento y cuidado de un vehículo.

Aunque la balanza comercial de las llantas en Colombia es negativa, existen también empresas que las fabrican. En lo que se refiere a la fabricación de productos de caucho (principal componente de las llantas), si se compara el comportamiento del periodo entre

enero y mayo de 2020 y el de 2021, es posible identificar una variación positiva en diferentes aspectos; el incremento en la producción nominal fue de 19,4 % en ventas nominales de 13 % y en lo que se refiere al empleo fue de 7,4 %.

De igual manera, la fabricación de partes, piezas y accesorios para vehículos tuvo una recuperación importante en este periodo, tanto en sus producciones (39,2 %) y ventas (32,6 %), como en el empleo (3,8%).

El sector de llantas en Colombia es altamente importador, en 2020 y hasta junio de 2021, 33 empresas del país exportaron llantas y 397 importaron.

En los últimos meses, al sector se ha visto afectado por el alza del precio de la TRM y por el aumento que se ha dado en los fletes marítimos. El país desde dónde se han importado más llantas en 2020 y 2021 es desde China, seguido de Brasil y Ecuador (Panama GrupoBancolombia, 2021, párr. 2-5).

Frente a este gran crecimiento se busca que la empresa del sector de autopartes, mediante la creación e implantación de un Plan Estratégico desarrolle un proceso más técnico y que mediante el conocimiento y la aplicación de algunas técnicas la empresa sea más competitiva, que le permita surgir, incrementando sus ventas, y de hecho sus ingresos, permitiéndole cumplir con sus objetivos trazados.

En el proceso de Planeación Estratégica, se observa como etapa inicial la planeación, la cual consiste en tomar decisiones anticipadas que llevan a hechos futuros esperados por una organización y con base en este proyectar objetivos no solo específicos sino también alternativos de acción, y así definir y concretar con los mecanismos que sean más adecuados no solo para la empresa sino para el cliente, alcanzar los objetivos propuestos de una manera más eficaz y

prácticos, también ayudar a determinar las asignaciones de los recursos humanos, físicos y económicos.

5. Marco teórico

La Planificación Estratégica es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen. Consiste en un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos de carácter prioritario, cuya característica principal es el establecimiento de los cursos de acción (estrategias) para alcanzar dichos objetivos. Desde esta perspectiva, la Planificación Estratégica es una herramienta clave para la toma de decisiones de las instituciones públicas (Umanzor Vargas, 2014, p.1).

Para Steiner (2007) citado por (Bojórquez y Pérez, 2013), la estrategia se refiere a aquella acción que la alta dirección de una empresa realiza como respuesta la acción o posible acción de un competidor. De acuerdo con Mintzberg y Quinn (1998), la estrategia es un patrón o modelo de decisiones que determina y revela los objetivos, propósitos o metas de una compañía; asimismo, dicho patrón produce las principales políticas y planes para lograr tales metas; define la esfera de negocios a que aspira una compañía, establece la clase de organización económica y humana que es o pretende ser y, también precisa la naturaleza de las contribuciones, económicas y no económicas, que intenta aportar a sus accionistas, empleados, clientes y comunidades (p.7).

6. Diseño metodológico

6.1 Tipo de investigación y diseño

Se realiza un trabajo de investigación con enfoque cuantitativo de tipo no experimental de alcance exploratorio, en donde se encuentra como estudio de caso una unidad de estudio en una empresa. Se dice que es una investigación cuantitativa, midiendo así por medio del total de la población y la implementación de una lista de chequeo y revisión de diferentes puntos.

6.2 Población y Muestra

Empresa Grupo Guerrero S.A.S de Bogotá.

6.3 Fuentes

6.3.1 Primaria

Matriz de factores internos, externos y DOFA ponderada.

6.3.2 Secundaria

Artículos, información revisada para el análisis de los factores, libros, páginas web relacionadas con el reencauche de llantas.

6.4 Instrumentos de recolección

- Enfoque cuantitativo
- Matriz de factores internos y externos

7. Diagnóstico Interno

7.1 Análisis EFI

Figura 1. Matriz EFI de la empresa Grupo Guerrero González

FACTORES INTERNOS CLAVE		IMPORTANCIA PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN EVALUACIÓN	VALOR
FORTALEZAS				
1	Amplio portafolio de productos y servicios	20%	4	0,8
2	Reconocimiento en el mercado	20%	4	0,8
3	Alianza con marcas reconocidas	15%	4	0,6
DEBILIDADES				
1	Ventas cruzadas	10%	1	0,1
2	Aumento rotación del personal	20%	1	0,2
3	Programa formal de capacitación	15%	1	0,15
TOTAL		100%		2,65

Al finalizar la matriz EFI se puede observar un resultado de 2.65 en el promedio ponderado el cual se encuentra por encima de 2.5 dando a comprender que la empresa saca provecho de sus fortalezas para contrarrestar sus debilidades.

8. Diagnóstico Externo

8.1 Análisis EFE

Figura 2. Matriz EFE de la empresa Grupo Guerrero González

FACTORES EXTERNOS CLAVE	IMPORTANCIA PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN EVALUACIÓN	VALOR
OPORTUNIDADES			
1 Innovación páginas virtuales	20%	3	0,6
2 Cobertura geográfica	20%	4	0,8
3 Nuevos clientes potenciales	20%	4	0,8
AMENAZAS			
1 Nuevos impuestos	15%	2	0,3
2 Incremento de la inseguridad	10%	2	0,2
3 Cierres temporales preventivos (COVID-19)	15%	1	0,15
TOTAL	100%		2,85

Al finalizar la matriz EFE se puede observar un resultado de 2.85 en el promedio ponderado el cual indica que la empresa Grupo Guerrero González S.A. se desenvuelve en un entorno muy favorable.

9. Matriz DOFA

Figura 3. Matriz DOFA de la empresa Grupo Guerrero González

	Oportunidades	Amenazas
	1 Innovación páginas virtuales	1 Nuevos impuestos
	2 Cobertura geográfica	2 Incremento de la inseguridad
	3 Nuevos clientes potenciales	3 Cierres temporales preventivos (COVID-19)
Fortalezas	FO	FA
1 Amplio portafolio de productos y servicios	F101 Proporcionar información actualizada de los productos y servicios a los usuarios antiguos y nuevos de Guerreros	F1A1 Buscar nuevos proveedores con menor costo para generar utilidades y seguir ofreciendo productos con precios competitivos a los clientes
2 Reconocimiento en el mercado	F202 Crear proyectos de publicidad intensivos con el fin de tener presencia en otras áreas del país	F2A2 Prestar servicios a domicilios (carro & moto taller) en vías para los vehículos automotor varados brindando seguridad y rapidez en el servicio técnico-mecánico aumentando así los ingresos
3 Alianza con marcas reconocidas	F303 Realizar convenios entre las empresas generando reconocimiento y atracción de clientes potenciales	
Debilidades	DO	DA
1 Ventas cruzadas	D101 Implementar estrategias de venta complementarias de forma física y virtual	D1A3 Realizar un análisis profundo de las nuevas necesidades de los clientes para determinar los nuevos servicios y productos
2 Aumento rotación del personal	D203 Motivar al talento humano para disminuir las renuncias y ofrecer un mejor servicio al cliente externo con personal capacitado	
3 Programa formal de capacitación	D302 Desarrollar cronograma de capacitaciones y manuales de funciones fáciles de comprender para el nuevo talento humano	

Figura 4. Matriz PEYEA para la empresa Grupo Guerrero González

POSICIÓN ESTRATEGICA INTERNA								POSICIÓN ESTRATEGICA EXTERNA									
VENTAJA COMPETITIVA (VC)		-1	-2	-3	-4	-5	-6	-7	FORTALEZA DE LA INDUSTRIA (FI)		1	2	3	4	5	6	7
1	Calidad en productos y servicios	-1															
2	Participación en el mercado	-3															
3	Cobertura geografica	-4															
4	Precios y condiciones de pago	-1															
PROMEDIO (VC)		-2,25															
FORTALEZA FINANCIERA (FF)		1	2	3	4	5	6	7	EVALUACIÓN AMBIENTE (EA)		-1	-2	-3	-4	-5	-6	-7
1	Utilidad	6															
2	Flujo de caja	6															
3	Capital de trabajo	7															
4	Apalancamiento (endeudamiento)	4															
PROMEDIO (FF)		5,75															

Una vez finalizado el desarrollo de la matriz PEYEA se puede concluir que la empresa Grupo Guerrero González S.A. puede implementar una estrategia de tipo agresiva debido a que el vector direccional se encuentra en el cuadrante No. 1, esto se debe a que la organización lleva 68 años en el Comercio y servicios de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores, generando así un reconocimiento en el área metropolitana de Bogotá y las zonas en las cuales tiene presencia debido a su constante adaptación a los cambios de la sociedad (implementación de tecnología) siendo así más competitivos en el mercado que cada día tiene más competidores.

11. Propuestas de indicadores estratégicos

Tabla 2. Cuadro de estrategias y metas para la empresa Grupo Guerrero González

Nombre de la estrategia	Descripción	Actividad	Indicador	Meta
Mejorar las ventas de la empresa	Buscar mejores estrategias de ventas para así poder llegar y aumentar la economía de la empresa.	Mirar cuatro factores importantes y a que población hacer más énfasis	1. Mirar las competencias que hay en la región y en la nación.	1. Para el 2023 lograr establecer ventas en nuevas regiones
		Mercado disponible: todo el gremio transportador de carga pesada, camiones, tractomulas, buses, busetas, y automóviles.	2. Buscar a manera de ser mejor que las competencias.	2. En el 2023 lograr alcanzar un mercado internacional.
		Mercado objetivo: camiones, Las bandas para camión son más rentables, hay más diseños y este mercado en el valle es más representativo.		
		Mercado potencial: empresas de transporte público como el nuevo servicio de transporte masivo MIO y aerolíneas.		
Mejoramiento interno de la empresa.	Para poder entregar un buen producto y así poder llegar con mejor magnitud a las personas, para poder mejorar en el mercado es más importante mejorar internamente.	Capacitaciones son primordiales ya que con ellas se incentiva al empleado y al mismo tiempo al cliente sintiéndose seguro de que lo atiende una persona capacitada, estas capacitaciones son manejadas de manera excelente por todos los competidores.	1. Llevar un control de la capacitación mensualmente.	1. Para el 2025 tener un personal capacitado e idóneo.

Nombre de la estrategia	Descripción	Actividad	Indicador	Meta
		El manejo de catálogos informativos con la mejor tecnología para difundir su información.	2. Hacer una actualización de información en los catálogos.	2. Para el 2025 hacer un análisis y llegar a la mayor población posible.
Incentivar a la población a utilizar el producto	No solo es capacitar al personal de la empresa si no también es mostrarle a la población las cosas buenas que trae este producto para así crear una fidelidad con la empresa.	Una de las estrategias que utilizaríamos para poder llegar al objetivo mucho más rápido es demostrar lo bueno que es el reencauche con pruebas científicas ya se ha hablado de los porcentajes de petróleo, agua y demás compuestos que se necesitan para la <u>creación de cada llanta.</u>	1. Listado de asistencia por la feria.	1. Contar con una feria grande para así llegar a más poblaciones.
		Incentivar a la población a utilizar más este método por medio de ferias ya sea participando en muchas que se realizan en el país o también creando una, para así poder llegar más rápido a la población y abarcar con más magnitud a las personas.	2. Cuantificar a la población que se le llevo la información.	2. Para el 2024 tener una población conocedora de nuestro producto.

12. Conclusión

Tras realizar el análisis interno y externo de la organización podemos concluir que la empresa Grupo Guerrero Gonzáles es sólida tanto internamente como externamente, como toda empresa tiene sus puntos débiles y fuertes pero esta empresa sabe aprovechar al máximo la tecnología e innovación la cual hace que los puntos débiles no tomen muchas consecuencias a la hora del crecimiento y fortalecimiento de la misma, además de esto.

Una vez conocida la situación tanto interna como externa de la empresa, se recomienda a la empresa la implementación de estrategias agresivas con un buen impacto en redes sociales, además de esto seguir invirtiendo en innovación y tecnología que es uno de sus mayores puntos fuertes.

- Grupo Guerrero González contribuye al fortalecimiento y crecimiento de la economía de la región y el país.
- Grupo Guerrero González activa las diversas cadenas productivas con la generación de empleo directo e indirecto.
- Grupo Guerrero González cuenta con capacidad productiva y laboral para el fortalecimiento y crecimiento del reencauche.
- El desarrollo del plan de mercadeo dio como resultado la viabilidad de lanzar al mercado el servicio de reencauche.

Gracias a este análisis a fondo podemos dar a conocer las falencias obtenidas para así iniciar una toma de decisiones para corregir los errores y minorizar las debilidades encontradas, con el propósito de instaurar cambios en la estructura de planeación estratégica para que su funcionamiento sea eficiente a la par de eficaz, pudiendo así cumplir con lo anteriormente mencionando con las actividades

Referencias

- Bojórquez Zapata, M. I., y Pérez Brito, A. E. (Abril-junio de 2013). Planeación estratégica un pilar en la gestión empresarial. *El Buzón de Pacioli*(81), 4-19. Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/81/pacioli-81.pdf>
- Ministerio De Comercio, Industria y Turismo. (10 de Marzo de 2009). Resolución número 0481. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/temas-interes/reglamentos-tecnicos/rt-conjuntos/resolucion-n%C2%BA-481-del-2009.aspx>
- Panama GrupoBancolombia. (23 de Septiembre de 2021). *Sector automotor: mercado de llantas en Colombia 2021*. Obtenido de Panama GrupoBancolombia: <https://panama.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/comercio-internacional/venta-de-llantas-sector-automotor>
- Paredes Gómez, M. F., y Mayor Hernandez , P. A. (2007). Plan de mercadeo para el servicio de reencauche de SAMECO LTDA. [Pasantia, Mercadeo y Negocios internacionales]. Universidad Autónoma de Occidente. Santiago de Cali, Colombia. Obtenido de <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/7312/T05316.pdf;jsessionid=639389EB671A2914CF15FB2084771372?sequence=1>
- Peiró, R. (08 de Enero de 2020). *Habilidades gerenciales*. Obtenido de Economipedia : <https://economipedia.com/definiciones/habilidades-gerenciales.html#:~:text=Las%20habilidades%20gerenciales%20son%20aquellas,%C3%B3ptima%20una%20empresa%20u%20organizaci%C3%B3n>.
- Umanzor Vargas, M. (19 de Diciembre de 2014). Guía metodológica para la elaboración de la Planificación Estratégica del SFE. Obtenido de <https://sfe.go.cr/QSPlanificacion/PCCI-PF-G->

01%20Gu%C3%ADa%20metodol%C3%B3gica%20para%20la%20elaboraci%C3%B3n
%20de%20la%20Planificaci%C3%B3n%20Estrat%C3%A9gica%20del%20SFE.pdf