

Formulación de un plan de acción para la optimización de la gestión de inventarios de la empresa  
Decotextil

Paola Andrea Cepeda Bohórquez  
Facultad de Ciencias y Tecnologías – Universidad Santo Tomás  
Administración de Empresas  
Director: Gabriel Francisco Rodríguez López  
Marzo 2023

Formulación de un plan de acción para la optimización de la Gestión de Inventarios de la  
empresa Decotextil

Paola Andrea Cepeda Bohórquez  
Trabajo de Grado

Universidad Santo Tomás  
Facultad de Ciencias y Tecnologías  
Administración de Empresas  
Marzo 2023

Para mis Padres y mentores, por confiar en mí.  
Y a toda mi familia, por acompañarme en este proceso.

## **Agradecimientos**

Agradezco a Dios por las capacidades que me ha brindado para realizar este proyecto, todo lo que me ha entregado en las manos lo pondré a disposición de su obra. A la Universidad Santo Tomás, por brindarme la oportunidad de participar en este espacio académico y aprender herramientas para el desarrollo de mi carrera como profesional. Mi gratitud al docente Miguel Ángel Cortes, por brindar apoyo y asesoramiento para la elaboración y comprensión de cada uno de los aspectos de este trabajo, al docente Gabriel Rodríguez López por su acompañamiento y asesoría. A mis compañeros de carrera que me brindaron una respuesta amable cuando necesitaba ayuda. Un agradecimiento especial a mi familia, quienes me brindaron su apoyo durante la elaboración de este trabajo y con paciencia me acompañaron en momentos de estrés y mi falta de tiempo para compartir con ellos. Y gracias a ti, querido lector, por pasarte por este espacio a conocer más de la investigación del mundo empresarial de una joven futura Administradora de Empresas.

## Tabla de contenido

1 Agradecimientos.....	1
2 Resumen.....	1
3 Summary .....	1
4 Introducción .....	2
5 Justificación.....	4
6 Objetivos .....	7
6.1 Objetivo General .....	7
6.2 Objetivos Específicos .....	7
7 Diagnóstico Empresarial:.....	8
7.1 Reseña histórica.....	8
7.2 Información legal.....	9
7.3 Portafolio de productos.....	9
7.4 Direccionamiento estratégico.....	11
8 Análisis Estratégico de la empresa: .....	12
8.1 Análisis macro entorno MATRIZ PEST.....	12
8.2 Análisis microentorno 5 FUERZAS DE PORTER .....	17
9 Diagnóstico .....	23
9.1 Área contable y financiera .....	26
9.2 Talento Humano .....	28
9.3 Gerencia .....	29
9.4 Mercadeo.....	31
9.5 Inventarios.....	33
9.6 Análisis General .....	35
9.7 Elección del área a mejorar .....	37
10 Principales causas del problema.....	38
10.1 Objetivo General .....	39
10.2 Objetivos específicos .....	40
10.3 Selección de Acciones .....	40
10.4 Planificación.....	42

10.5 Marco Referencial .....	52
11 Plan de Acción.....	54
12 Lecciones Aprendidas.....	61
13 Conclusiones .....	62
14 Recomendaciones .....	65
15 Referencias .....	65
16 Anexo 1 .....	67

### Tabla de Gráficos

Gráfico 1 . Análisis de diagnóstico área financiera. ....	27
Gráfico 2 . Análisis de área de talento humano. ....	29
Gráfico 3 . Análisis del área de gerencia. ....	30
Gráfico 4 . Análisis del área de mercadeo. ....	32
Gráfico 5 . Análisis de área de inventarios. ....	34
Gráfico 6 . Análisis general. ....	36
Gráfico 7 . Diagrama causa-efecto respecto a la incorrecta gestión de los inventarios.....	41
Gráfico 8 . Analisis ABC con Diagrama de Pareto. ....	50

### Lista de Tablas

Tabla 1 . Información legal de la empresa Decotextil.....	9
Tabla 2 . Análisis del macro entorno por medio de la matriz PEST .....	16
Tabla 3 . Análisis del micro entorno con las 5 fuerzas de Porter. ....	23
Tabla 4 . Elementos de la herramienta de diagnóstico .....	24
Tabla 5 . Diagnóstico de área contable y financiera.....	26
Tabla 6 . Diagnóstico del área talento humano .....	29
Tabla 7 . Diagnóstico de área de gerencia .....	30
Tabla 8 . Diagnóstico de área de mercadeo .....	31
Tabla 9 . Diagnóstico de área de inventarios.....	34
Tabla 10 . Planificación general del plan de acción. ....	43
Tabla 11 . Formato para la presentación de Inventario Anual de productos .....	45
Tabla 12 . Propuesta para categorización de productos mediante Análisis ABC.....	47
Tabla 13 . Tabla tabulacion Formato Analisis ABC .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

Tabla 14 . Nivel de Inversion Analisis ABC.....	49
Tabla 15 . Plan de Accion Actividad 1.....	54
Tabla 16 . Plan de Acción Actividad 2 .....	55
Tabla 17 . Plan de Acción Actividad 3.....	55
Tabla 18 . Plan de Acción Actividad 4.....	56
Tabla 19 . Plan de Acción Actividad 5.....	56
Tabla 20 . Plan de Acción Actividad 6.....	57
Tabla 21 . Plan de Acción Actividad 7.....	57
Tabla 22 . Plan de Acción Actividad 8.....	58
Tabla 23 . Plan de Acción Actividad 9.....	58
Tabla 24 . Plan de Acción Actividad 10.....	59
Tabla 25 . Formato de recoleccion de datos de inventario frecuente. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

### **Lista de Imágenes**

Imagen 1 . Logo Decotextil. Fuente propia .....	8
Imagen 2 . Productos decotextil. Fuente propia.....	10
Imagen 3 . Productos Decotextil. Fuente propia .....	10
Imagen 4 . Productos Decotextil. Fuente propia .....	11

## Resumen

En el marco de este trabajo de investigación, se examina minuciosamente el caso de Decotextil, una empresa especializada en la comercialización de insumos esenciales para la tapicería, como textiles y espumas. El propósito fundamental de esta indagación radica en la identificación de oportunidades para optimizar los procesos operativos de la empresa.

En el entorno empresarial actual, la búsqueda constante de eficiencia es un objetivo primordial. En este contexto, se centra la atención en Decotextil, evaluando cómo puede elevar su rendimiento. El análisis se inicia con un repaso exhaustivo de la trayectoria de la compañía y su identidad corporativa, incluyendo su misión, visión, objetivos y metas trazados.

En paralelo, se realiza un análisis exhaustivo de los factores internos y externos que influyen en Decotextil. Este análisis abarca desde la revisión de la operatividad interna y la posición en el mercado, hasta el estudio de las tendencias de la industria y el panorama económico más amplio.

En base a este análisis integral, se detectan áreas con potencial de mejora. En este estudio, se ha resaltado la gestión de inventarios como un componente clave para optimizar. Este aspecto abarca la revisión de los métodos de almacenamiento, seguimiento y distribución de materiales, con el objetivo de potenciar la eficiencia de la empresa en estos aspectos críticos.

La culminación del análisis desemboca en la formulación de un plan de acción concreto. Enfocado en la mejora de la gestión de inventarios, este plan podría incluir la implementación de sistemas de seguimiento avanzados, la re-estructuración de los niveles de inventario para prevenir tanto la escasez como el exceso, y la adopción de prácticas logísticas más ágiles y dinámicas.

En resumen, este estudio se erige como un instrumento para comprender en profundidad el funcionamiento interno de Decotextil, y a partir de esta comprensión, proponer mejoras tangibles en su gestión de inventarios. Al lograr este propósito, no solo se potenciará la eficiencia operativa de la empresa, sino que también se contribuirá al cumplimiento de sus objetivos estratégicos y su posición sostenible en el mercado de la tapicería.

**Palabras clave:** *Diagnóstico, Productos, Inventarios, Logística, Organización.*

## Summary

Within the scope of this research work, the case of Decotextil, a company specializing in the commercialization of essential upholstery supplies such as textiles and foam, is examined in



meticulous detail. The fundamental purpose of this inquiry lies in identifying opportunities to optimize the company's operational processes.

In today's business environment, the constant pursuit of efficiency is a paramount objective. In this context, the focus is on Decotextil, evaluating how it can enhance its performance. The analysis commences with a comprehensive review of the company's history and corporate identity, including its stated mission, vision, objectives, and established goals.

Concurrently, a thorough analysis is conducted of both internal and external factors influencing Decotextil. This analysis encompasses everything from an examination of internal operations and market positioning, to the study of industry trends and the broader economic landscape.

Based on this holistic analysis, areas with potential for improvement are identified. In this study, inventory management has been highlighted as a critical component for enhancement. This facet encompasses a review of storage methods, tracking mechanisms, and materials distribution, with the aim of boosting the company's efficiency in these pivotal aspects.

The culmination of the analysis results in the formulation of a concrete action plan. Focused on enhancing inventory management, this plan could encompass the implementation of advanced tracking systems, the restructuring of inventory levels to prevent shortages as well as excess, and the adoption of more agile and dynamic logistical practices.

In summation, this study serves as a tool to thoroughly comprehend the internal workings of Decotextil and, based on this comprehension, propose tangible improvements in its inventory management. By achieving this purpose, not only will the company's operational efficiency be amplified, but it will also contribute to the fulfillment of its strategic objectives and its sustainable stance in the upholstery market.

***Keywords:*** *Diagnosis, Products, Stocktaking, Logistics, Organization.*

## **Introducción**

En la era actual de la globalización y la competitividad empresarial, la evaluación del entorno organizacional ha adquirido un papel fundamental para el éxito y la supervivencia de las empresas. Este análisis minucioso, conocido como diagnóstico empresarial, se centra en maximizar la eficiencia de los procesos internos, proporcionando así un enfoque crítico para lograr mejoras significativas en diversas áreas funcionales. Entre estas áreas, destacan la

financiera, la gestión de mercados, el talento humano, la gerencia y, de manera específica en este estudio, el área de inventarios.

La empresa moderna no solo se enfrenta a los retos de un mercado altamente competitivo, sino que también se ve en la obligación de generar estrategias para perfeccionar cada aspecto que la compone. En este sentido, el área de operaciones, y en particular la gestión de inventarios emerge como un factor crítico para optimizar la eficiencia de la cadena de suministro y reducir costos innecesarios. La administración inteligente de inventarios no solo garantiza un flujo constante de productos y materias primas, sino que también tiene un impacto directo en la satisfacción del cliente, la rentabilidad y la posición competitiva de la empresa en el mercado.

Para abordar este desafío, el presente trabajo se propone llevar a cabo un exhaustivo diagnóstico en la empresa Decotextil, la cual se dedica a la comercialización de insumos para tapicería, incluyendo textiles, espumas y otros materiales. Este diagnóstico se llevará a cabo mediante la implementación de un cuestionario diseñado específicamente para analizar cada una de las áreas clave de la empresa. Cada área será evaluada con encuestas dirigidas a los subgrupos correspondientes, lo que permitirá una comprensión detallada de las variables específicas relacionadas con cada aspecto operativo. Además, cada pregunta en la encuesta será asignada un valor numérico que facilitará el análisis de la información recopilada.

Decotextil, fundada en febrero de 2020 durante un período de emergencia sanitaria debido a la pandemia de COVID-19, ha logrado mantenerse en el mercado y consolidarse legalmente como empresa en abril de 2021, gracias a su agilidad estratégica. La empresa ha diversificado su oferta y se ha convertido en proveedora de 35 almacenes, fábricas y tapicerías en el municipio de Acacías, en el departamento del Meta. La cartera de productos incluye una amplia variedad de textiles para muebles y oficinas, junto con otros insumos como espumas, accesorios de madera, plástico y metal, herrajes y productos de mercería.

En un mercado donde la competencia se hace presente, Decotextil ha logrado establecerse como un actor único en su oferta de productos en el municipio de Acacías, lo que le brinda un dominio sustancial en su área geográfica. Aunque existe competencia en ciudades cercanas como Villavicencio, esta situación se ve atenuada por la complementariedad de los productos ofrecidos, lo que reduce la amenaza directa.

El propósito de este estudio consiste en realizar un diagnóstico integral de la empresa a través del análisis de las cinco áreas previamente mencionadas. Este enfoque permitirá obtener una panorámica precisa del estado actual de Decotextil, identificando oportunidades de mejora y áreas de posible riesgo. Dado su tamaño y su reciente entrada en el mercado, la empresa se encuentra en un constante proceso de aprendizaje y mejora. Sin embargo, este diagnóstico profundo revelará las áreas de mayor debilidad y proporcionará la base para la formulación de un plan de acción estratégico destinado a optimizar las operaciones y potenciar el rendimiento general de la empresa.

### **Justificación**

En un mundo empresarial en constante transformación, la necesidad de adaptación y mejora continua se ha vuelto más apremiante que nunca. El diagnóstico empresarial, como una herramienta analítica integral, ha surgido como un recurso valioso para las organizaciones que buscan entender a fondo su estructura interna, identificar áreas de oportunidad y fortaleza, y desarrollar estrategias precisas que conduzcan a un crecimiento sostenible. En este ensayo, exploraremos la relevancia del diagnóstico empresarial a través de un caso de estudio centrado en la empresa Decotextil, dedicada a la comercialización de textiles e insumos de tapicería.

En un entorno empresarial altamente competitivo y dinámico, las organizaciones se enfrentan a desafíos que evolucionan rápidamente. Fluctuaciones en el mercado, avances tecnológicos y cambios económicos pueden tener un impacto drástico en la operación y la rentabilidad de una empresa. Para ilustrar este punto, consideremos el caso de Blockbuster, una vez un gigante de la industria de alquiler de películas. A medida que las tecnologías digitales emergieron y la demanda del consumidor cambió hacia el streaming en línea, Blockbuster no pudo adaptarse a tiempo y finalmente cayó en la obsolescencia. Esta situación destaca cómo la falta de adaptación a los cambios puede llevar incluso a las empresas más establecidas al declive.

El diagnóstico empresarial se presenta como una herramienta poderosa para ayudar a las empresas a navegar estos desafíos cambiantes. Al emplear métodos cualitativos y cuantitativos, el diagnóstico permite a las organizaciones analizar sus operaciones internas, identificar áreas de debilidad y fortaleza, y tomar decisiones informadas para la planificación estratégica. Esto no solo es relevante para las grandes empresas; incluso las pequeñas y medianas empresas (PYMES) pueden beneficiarse enormemente del diagnóstico. Por ejemplo, una PYME del sector

alimentario podría utilizar un diagnóstico para analizar sus procesos de producción y distribución y, a partir de ahí, implementar cambios que optimicen la eficiencia y reduzcan los costos.

Sin embargo, es importante destacar que no existe un enfoque único que se ajuste a todas las empresas. La dimensión de la empresa juega un papel crucial en la aplicación del diagnóstico.

Las PYMES, al tener recursos limitados en comparación con las corporaciones multinacionales, podrían requerir un enfoque más ágil y centrado en áreas específicas. Por otro lado, las grandes empresas podrían necesitar un diagnóstico más exhaustivo que abarque múltiples departamentos y divisiones.

En el contexto de este ensayo, abordamos el caso de Decotextil, una empresa con dos años de presencia en el mercado de textiles e insumos de tapicería. Al implementar un diagnóstico empresarial específico para Decotextil, podemos ilustrar cómo esta herramienta puede influir en decisiones estratégicas. Mediante un análisis profundo de sus operaciones, desde la adquisición de materias primas hasta la distribución, Decotextil podría identificar ineficiencias y áreas que requieran optimización. Por ejemplo, si el diagnóstico revela que los procesos de distribución no son óptimos, la empresa podría re-configurar su cadena de suministro para reducir costos y mejorar la entrega de productos.

Las áreas objeto de estudio son cruciales, se requieren para una atención estratégica y asegurar el crecimiento sostenible de la empresa. Es esencial abordar el área financiera, la gestión de mercados, el talento humano, la gerencia y los inventarios. Cada una de estas esferas contribuye de manera única al funcionamiento holístico de la organización y, por lo tanto, deben ser consideradas en el plan de acción organizacional.

La gestión financiera es un pilar fundamental para cualquier empresa. Una adecuada gestión financiera puede optimizar el flujo de efectivo, maximizar la inversión y garantizar la solidez financiera a largo plazo. Por ejemplo, el gigante tecnológico Apple es conocido por su sólida gestión financiera, que incluye estrategias de inversión y manejo de riesgos que han contribuido a su éxito constante en el mercado.

La gestión de mercados, por su parte, es esencial para comprender las dinámicas del mercado, las preferencias del cliente y las tendencias de la industria. Un ejemplo relevante es Amazon, que ha utilizado la gestión de mercados para diversificarse de una tienda en línea a una plataforma multifuncional que incluye servicios de transmisión y entrega de alimentos.

El talento humano también desempeña un papel esencial en la ecuación empresarial. Una fuerza laboral motivada y comprometida puede impulsar la innovación y el rendimiento. Empresas como Google han demostrado cómo una cultura de trabajo positiva y políticas de recursos humanos innovadoras pueden atraer y retener el mejor talento.

La gerencia estratégica es el pegamento que une todas estas áreas. La gerencia debe ser capaz de integrar las estrategias financieras, de mercado y de recursos humanos en una visión coherente. Un ejemplo inspirador es el de Microsoft, que bajo el liderazgo de Satya Nadella transformó su enfoque y cultura, revitalizando la empresa y colocándola en una posición de liderazgo en la industria tecnológica.

Los inventarios son un componente esencial en la cadena de suministro de cualquier empresa y pueden tener un impacto significativo en la rentabilidad y la eficiencia operativa. Un análisis profundo de los procesos de inventario en Decotextil revelaría no solo los posibles cuellos de botella e ineficiencias, sino también las oportunidades latentes para optimizar el flujo de productos y minimizar costos.

La creación de un plan de acción específico para mejorar el área de inventarios en Decotextil no solo es una medida pro activa, sino también una inversión que se traducirá en beneficios tangibles. Un plan detallado podría abordar aspectos como la optimización de los niveles de inventario, la implementación de sistemas de seguimiento más precisos y la reducción de productos obsoletos o de lento movimiento. Por ende, el diseño y ejecución de un plan de acción para el área de inventarios en Decotextil no solo repercutirá en la rentabilidad interna, sino también en la percepción y lealtad del cliente, solidificando la posición de la empresa en el mercado.

En conclusión, el diagnóstico empresarial emerge como una herramienta esencial en un entorno empresarial en constante cambio. El estudio de casos como Decotextil demuestra cómo esta herramienta puede influir en la toma de decisiones estratégicas y la optimización de procesos, independientemente del tamaño de la empresa. Para que las organizaciones prosperen en un mundo competitivo y en constante evolución, el diagnóstico empresarial se presenta como un recurso indispensable que guía la adaptación y la innovación. Al tener en cuenta las lecciones aprendidas de empresas que no pudieron adaptarse a tiempo, queda claro que el diagnóstico empresarial no es solo una opción, sino una necesidad para garantizar un crecimiento sostenible y el éxito a largo plazo.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Formular el plan de acción para la optimización en la gestión de inventarios de la empresa Decotextil a partir de un modelo de diagnóstico personalizado para la optimización de los procesos en torno a las necesidades y objetivos planteados en el área de Inventarios.

### **Objetivos Específicos**

Analizar detalladamente el contexto actual de Decotextil, abarcando aspectos económicos, sociales, políticos y culturales que impactan su funcionamiento. Esto proporcionará una visión completa para fundamentar estrategias de optimización informadas;

Examinar el macro entorno y el micro entorno de la empresa Decotextil utilizando herramientas como el análisis PEST y las 5 fuerzas de Porter. Este análisis permitirá describir con precisión el contexto general en el que opera la organización y determinar los desafíos más relevantes que enfrenta, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones estratégicas.;

Elaborar un modelo de encuesta personalizada para realizar un diagnóstico exhaustivo en cinco áreas de estudio críticas de la empresa. Esta encuesta será diseñada de manera específica para reflejar las capacidades y necesidades únicas de Decotextil;

Evaluar los resultados obtenidos del diagnóstico empresarial, analizando de manera rigurosa los datos recopilados en las cinco áreas de estudio. Este análisis proporcionará información cuantitativa y cualitativa para identificar patrones, tendencias y oportunidades de mejora específicas, sentando las bases para la toma de decisiones informadas.;

Diseñar un sistema de seguimiento y monitoreo continuo para evaluar el progreso de las estrategias de optimización implementadas en Decotextil en relación con la gestión de inventarios.

## Diagnóstico Empresarial



Imagen 1. Logo Decotextil. Fuente propia

### **Reseña histórica.**

DECOTEXTIL nace en febrero del año 2020, a partir de la identificación de una necesidad. Debido al punto central de comercio en la ciudad de Villavicencio-Meta, las poblaciones de Acacías, Guamal, Cubarral, El Dorado, San Martín, Granada, entre otros debían realizar un desplazamiento mayor para realizar compra de material de insumos para tapicería y textiles. La empresa se proyectó para cubrir dichas zonas y mejorar la economía de este segmento a nivel departamental.

Actualmente son proveedores directos de aproximadamente 35 Tapicerías, Fábricas y Almacenes en el Meta, estos clientes registrados manejan precios y ofertas especiales. Los productos también están disponibles para venta al detal. La matrícula oficial de la empresa se realizó el 16 de abril de 2021 debido a las problemáticas derivadas por el covid-19. Decotextil se considera una empresa familiar, ya que es derivada de la empresa Distribuciones Confort (venta y fabricación de muebles para el hogar), sin embargo es completamente independiente y cuenta con un convenio con la misma para proveer material de insumos para la fabricación de sus productos.

El principal objetivo está en competir con materiales de calidad, por esta razón es punto de venta directo de empresas como Safra y Arthometextil. El atractivo más directo en Decotextil es su capacidad de stock, que suple a las tapicerías de Acacías y otros municipios del Meta,

ofreciendo productos de calidad y precios satisfactorios que permiten competir con el mercado de Villavicencio y Bogotá.

### Información legal

Información Jurídica	
Representante Legal	PAOLA ANDREA CEPEDA BOHORQUEZ
Identificación	CC. 1006778338
Nombre	DECOTEXTILES
Nit	1006778338-6
Dirección	Avenida 23 N 09-53
Municipio	Acacías
Departamento	Meta
País	Colombia
Actividad principal	Código CIU G4751
Actividad secundaria	Código CIU G4755
Grupo NIIF	Grupo III - Microempresas

Tabla 1. Información legal de la empresa Decotextil. Fuente propia

### Portafolio de productos.

Decotextil ofrece una gran variedad de productos, catalogados en Espuma, Textiles y Otros Productos (pegante, patas, grapas, herrajes, tornillos, entre otros).





Imagen 2. Productos decotextil. Fuente propia

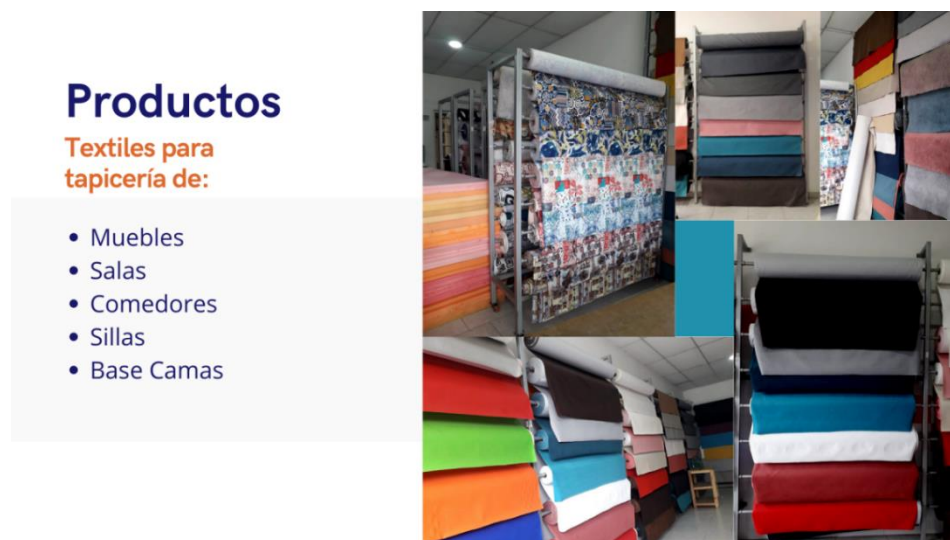


Imagen 3. Productos Decotextil. Fuente propia



Imagen 4. Productos Decotextil. Fuente propia

### **Direccionamiento estratégico**

El direccionamiento estratégico de la empresa, delineado en sus elementos fundamentales como la misión, visión y políticas, está intrínsecamente inspirado en la visión y liderazgo de su fundadora, Paola Andrea Cepeda (2021).

**Misión:** Somos una empresa que trabaja para proveer material de insumos y productos textiles para la tapicería del hogar. Conocemos las necesidades del cliente y ofrecemos variedad, calidad y valor de productos.

**Visión:** Crear una marca de proyección internacional, orientada a la importación y exportación de productos textiles e insumos para tapicería que beneficien el desarrollo de la economía en Colombia. Ejerciendo mayor énfasis en productos que generen un menor impacto ambiental.

### **Políticas:**

Fomentación de un espíritu laboral positivo que integre a todos los colaboradores para el buen funcionamiento empresarial;

Cumplir con las necesidades de nuestros clientes de manera eficiente, responsable y familiar;

Brindar un amplio catálogo de productos para satisfacción del cliente;

Competir con calidad;

Proporcionar precios accesibles al público objetivo;

Crear una cadena de valor frente a nuestros productos;

Rechazar todo tipo de acto ilícito o corrupto que comprometa a la organización y a sus colaboradores;

Brindar bienestar a cada uno de los actores que participan en el diario vivir de la empresa (colaboradores y clientes) por medio de ambientes seguros, agradables, divertidos y cómodos, para promover la correcta ejecución de las actividades.

### **Objetivos:**

Llegar a ser importador directo de los productos.

Exportar productos de elaboración colombiana a otros países.

Maximizar las utilidades de la organización.

Generar un posicionamiento de marca.

Ampliar la oferta de productos.

Ampliar la oferta de trabajo para generar mayores empleos.

### **Metas:**

Incursionar en la digitalización empresarial por medio de página web y redes sociales.

Crear estrategias innovadoras para incrementar los ingresos totales de la empresa.

Abrir nuevas sedes en el departamento del Meta.

Innovar en la variedad de productos.

Desarrollar métodos más eficientes para la recolección de información (Ventas, Inventario, Cartera de Clientes)

## **Análisis Estratégico de la empresa:**

### **Análisis macro entorno MATRIZ PEST**

---

Factores Políticos	<p><b>Ley 2069 del 31 de diciembre de 2020: Impulso al Emprendimiento y Apoyo a Microempresas</b></p> <p>La Ley 2069 es una legislación promulgada por el Gobierno colombiano con el objetivo de fomentar el emprendimiento y proporcionar ayudas específicas a las microempresas. Esta ley podría tener un impacto significativo en Decotextil, ya que la empresa se encuadra en la categoría de microempresa debido a su tamaño y enfoque comercial. La ley puede brindar ventajas como incentivos fiscales, acceso a financiamiento y programas de capacitación para fortalecer la operación y competitividad de la empresa.</p>
--------------------	---

---

---

### **Tendencias Electorales y Cambios de Gobierno**

Las tendencias electorales y los cambios en el gobierno pueden tener un impacto directo en el entorno operativo de Decotextil. Las políticas y prioridades gubernamentales pueden cambiar con cada nuevo gobierno, lo que podría afectar aspectos como regulaciones comerciales, aranceles, políticas laborales y ambientales. Por ejemplo, un gobierno enfocado en promover la industria local podría implementar medidas que beneficien la producción nacional y aumenten la demanda de insumos textiles y de tapicería, lo cual sería una oportunidad para Decotextil.

### **Legislación Actual en el Mercado Local**

Las leyes y regulaciones actuales en el mercado local también pueden afectar a Decotextil. Esto incluye normativas relacionadas con la calidad y seguridad de los productos textiles, regulaciones ambientales, derechos laborales y normas de importación y exportación. La empresa debe asegurarse de cumplir con todas las regulaciones vigentes para evitar sanciones y mantener la confianza de los consumidores.

### **Políticas de Cambio de Productos y Sostenibilidad**

Las políticas gubernamentales relacionadas con la sostenibilidad y el consumo responsable también pueden influir en las operaciones de Decotextil. Si el gobierno implementa políticas de incentivo a la producción y consumo de productos sostenibles, la empresa podría ajustar su enfoque hacia productos más ecológicos y éticos para cumplir con estas políticas y satisfacer las demandas del mercado.

Factores Económicos	En el contexto de su comercio de insumos para tapicería y textiles, se ve influenciado por varios factores económicos relevantes. Estos incluyen el aumento del empleo informal, la desigualdad y la pobreza en Colombia, generados por la pandemia del COVID-19, así como las cifras económicas clave proporcionadas por el Dane (Departamento Administrativo Nacional de Estadística). A continuación, se proporciona una ampliación de esta información:
---------------------	---

---

---

## **Aumento del Empleo Informal, Desigualdad y Pobreza en Colombia debido al COVID-19**

La pandemia del COVID-19 ha tenido un impacto significativo en la economía colombiana, llevando a un aumento del empleo informal, la desigualdad y la pobreza. Las restricciones y cierres impuestos para contener la propagación del virus afectaron a numerosos sectores, incluido el comercio de insumos textiles, ya que muchas empresas enfrentaron dificultades para operar con normalidad. La caída en la actividad económica condujo a la pérdida de empleos formales y a un aumento en el empleo informal, donde las personas pueden estar más vulnerables debido a la falta de protección laboral y beneficios sociales.

### **Cifras Económicas Relevantes según el Dane (2021)**

Las cifras proporcionadas por el Dane reflejan el impacto económico de la pandemia en Colombia:

**Tasa de Desempleo del 14.3%:** La alta tasa de desempleo indica la dificultad que enfrentan muchas personas para encontrar empleo formal. Esto podría influir en el poder adquisitivo de los consumidores y, en última instancia, en la demanda de productos como los insumos para tapicería y textiles ofrecidos por Decotextil.

**Crecimiento del PIB del 10.6%:** Aunque el PIB experimentó un crecimiento, es importante considerar que este crecimiento se calcula en relación con el año anterior, cuando la economía estaba profundamente afectada por la pandemia. El crecimiento puede ser una señal de recuperación, pero la comparación con años previos a la pandemia también es relevante para evaluar la situación económica.

**Inflación Aumentada del 5.6%:** El aumento de la inflación puede afectar los costos de producción y, en última instancia, los precios de los productos ofrecidos por Decotextil. Esto podría tener un impacto en la competitividad y rentabilidad de la empresa.

**Impacto en el Sector Comercio por Cierres y Aumento de Precios de Materias**

---

---

Primas: Los cierres viales y de puertos, junto con el aumento de los precios de las materias primas, pueden afectar la cadena de suministro de Decotextil. Los cierres pueden retrasar la entrega de productos y aumentar los costos logísticos, mientras que los precios más altos de las materias primas pueden presionar los márgenes de ganancia.

Factores	<b>Hábitos de Consumo y Creación de Identidad de Marca</b>
Socioculturales	<p>Los hábitos de consumo de los productos comercializados por Decotextil que continúan en vigencia indican que la empresa ha logrado mantener la preferencia de sus clientes en un contexto sociocultural en constante evolución. La empresa ha logrado comprender y adaptarse a las preferencias y necesidades cambiantes de sus clientes, lo que es esencial para mantener su competitividad en el mercado.</p> <p>La creación de una imagen corporativa y una identidad de marca sólida es un enfoque estratégico importante. Esto no solo ayuda a que Decotextil se destaque entre la competencia, sino que también permite a los clientes identificarse con la marca y establecer una conexión emocional. La identidad de marca puede influir en las decisiones de compra de los consumidores y contribuir a la lealtad a largo plazo.</p> <p><b>Restricciones de Acceso y Abastecimiento de Producto</b></p> <p>El constante cierre de la vía al llano representa un desafío importante para Decotextil en términos de abastecimiento de productos y satisfacción de la demanda de los clientes. Las restricciones en el acceso a las rutas de transporte pueden provocar retrasos en la entrega de insumos y productos terminados, lo que a su vez afecta la capacidad de cumplir con los plazos de entrega y mantener la satisfacción del cliente.</p> <p>La disponibilidad oportuna de materias primas y productos es esencial para garantizar la eficiencia de las operaciones y la continuidad del negocio. Decotextil podría considerar diversificar sus fuentes de suministro, establecer acuerdos con proveedores en áreas menos afectadas por cierres viales o implementar estrategias logísticas que mitiguen los efectos de las restricciones</p>

---

---

	de acceso.
Factores	<b>Herramientas Actuales y Limitaciones Tecnológicas</b>
Tecnológicos	<p>La falta de factores tecnológicos desarrollados en Decotextil, junto con el uso de herramientas básicas como Whatsapp e Instagram para la comunicación y el alcance de los clientes, indica que la empresa opera en un nivel tecnológico limitado. El uso de una herramienta como Excel para gestionar las ventas e inventarios sugiere que las operaciones se llevan a cabo manualmente, lo que puede resultar en ineficiencias y falta de escalabilidad a medida que la empresa crece.</p> <p><b>Potencial de las Nuevas Tendencias Digitales y Sistemas Avanzados</b></p> <p>La adopción de nuevas tendencias digitales, como la creación de una página web y una presencia activa en redes sociales, puede tener un impacto positivo en la visibilidad y el alcance de Decotextil. Una página web bien diseñada puede servir como una plataforma de comercio electrónico donde los clientes puedan explorar los productos, hacer pedidos en línea y obtener información detallada sobre los insumos para tapicería y textiles que ofrece la empresa.</p> <p>La implementación de un software administrativo más avanzado en lugar de depender exclusivamente de Excel puede mejorar la eficiencia en la gestión de ventas e inventarios. Un software de este tipo puede automatizar procesos, brindar información en tiempo real y facilitar la toma de decisiones informadas.</p> <p><b>Optimización de Procesos y Competitividad</b></p> <p>La adopción de tecnologías avanzadas puede optimizar los procesos internos de Decotextil, desde la gestión de inventarios y ventas hasta la atención al cliente. Además, permitiría una mayor flexibilidad y capacidad de respuesta ante los cambios en la demanda y el mercado. Al mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia operativa, Decotextil podría aumentar su competitividad en un mercado cada vez más digital.</p>

---

Tabla 2. Análisis del macro entorno por medio de la matriz PEST. Fuente propia

## **Análisis del sector**

El análisis del sector en el que opera Decotextil revela una serie de factores políticos, económicos, socioculturales y tecnológicos que impactan significativamente en su entorno operativo y estrategias comerciales. En el ámbito político, la Ley 2069 del 2020, diseñada para impulsar el emprendimiento y respaldar a las microempresas, ofrece oportunidades en forma de incentivos fiscales y acceso a financiamiento, lo que podría ser beneficioso para Decotextil, clasificada como microempresa.

Las tendencias electorales y los cambios gubernamentales pueden influir en las políticas comerciales y laborales, generando desafíos y oportunidades para la empresa. Además, el cumplimiento de las regulaciones locales es esencial para evitar sanciones y mantener la confianza del consumidor. Las políticas de sostenibilidad también pueden moldear la estrategia de producto de Decotextil, promoviendo productos más ecológicos y éticos.

En el ámbito económico, la pandemia del COVID-19 ha aumentado el empleo informal y la desigualdad, afectando el poder adquisitivo de los consumidores, lo que podría influir en la demanda de productos de Decotextil. Las cifras económicas, como la tasa de desempleo, el crecimiento del PIB y la inflación, ofrecen una visión más completa de la situación económica del país, aunque es fundamental considerar estas cifras en el contexto de la pandemia.

Los factores socioculturales resaltan la importancia de comprender y adaptarse a las preferencias cambiantes de los consumidores y de construir una identidad de marca sólida para mantener la competitividad. Sin embargo, las restricciones en el acceso y abastecimiento de productos debido a cierres viales pueden afectar la cadena de suministro y la satisfacción del cliente.

Finalmente, en términos tecnológicos, Decotextil enfrenta limitaciones tecnológicas con herramientas básicas como Excel, lo que sugiere ineficiencias. La adopción de tecnologías más avanzadas, como una página web y software de gestión, puede mejorar la eficiencia operativa y la visibilidad en el mercado. En resumen, el análisis del sector destaca la importancia de la adaptación estratégica y tecnológica de Decotextil en un entorno empresarial en constante evolución.

## **Análisis micro entorno 5 FUERZAS DE PORTER**



---

Poder de Negociación de clientes	<p data-bbox="456 212 1419 243"><b>Cientes Registrados (Tapiceros y Personas Dedicadas al Mobiliario)</b></p> <p data-bbox="456 264 1419 625">Decotextil tiene una relación sólida con aproximadamente 35 establecimientos en Acacías, Meta, que incluyen trabajadores de tapicerías informales, almacenes y fábricas. Los principales compradores de la empresa son los tapiceros y personas que se dedican a la fabricación, venta o arreglo de muebles para el hogar, como base camas, colchones, salas y sofás. Estos clientes registrados mantienen una relación de compra constante con la empresa y realizan compras diarias, semanales y mensuales.</p> <p data-bbox="456 646 1419 953">Los tapiceros y fabricantes de muebles son actores esenciales en la cadena de valor de Decotextil. Su demanda constante y su necesidad de insumos textiles y de tapicería de calidad hacen que sean clientes valiosos. Sin embargo, su capacidad de adaptación a los precios es importante; cuando los costos aumentan, pueden ajustar sus propios precios o buscar alternativas, lo que puede afectar la rentabilidad y los márgenes de la empresa.</p> <p data-bbox="456 974 1110 1005"><b>Cientes No Registrados (Compras Esporádicas)</b></p> <p data-bbox="456 1026 1419 1333">El segundo tipo de cliente son los compradores no registrados, que tienen un perfil más informal y realizan compras esporádicas. Estos clientes no pertenecen a una entidad específica y pueden incluir personas individuales o pequeñas empresas que ocasionalmente necesitan insumos para tapicería. Su patrón de compra es menos predecible y no está sujeto a compromisos a largo plazo con Decotextil.</p> <p data-bbox="456 1354 1419 1661">Estos clientes pueden ser una oportunidad para la empresa, ya que representan un mercado adicional y pueden incrementar las ventas. Sin embargo, también presentan desafíos, ya que su patrón de compra irregular puede dificultar la planificación y el pronóstico de la demanda. Además, la falta de compromiso a largo plazo podría influir en su sensibilidad a los precios y en su disposición para buscar alternativas si los precios suben.</p> <p data-bbox="456 1682 1419 1831">En general, la combinación de estos dos tipos de clientes representa una diversificación en la base de clientes de Decotextil. La empresa debe considerar estrategias para mantener la satisfacción y retención de los</p>
--	---

---

---

clientes registrados mientras explora formas de atraer y fidelizar a los clientes no registrados, aprovechando su potencial para aumentar los ingresos y la presencia en el mercado.

Poder de negociación de proveedores	<p><b>Diversificación de Proveedores</b></p> <p>La estructura de red de proveedores de Decotextil, que abarca distintos tipos de proveedores para cada categoría de producto (espuma, productos derivados de madera, insumos, textiles y plásticos), es un punto a favor de la empresa en términos de diversificación. Al contar con una gama de proveedores en diferentes áreas geográficas, Decotextil reduce su dependencia de un único proveedor o fuente de suministro. Esto disminuye el riesgo de interrupciones en la cadena de suministro debido a problemas con un solo proveedor y fortalece la capacidad de la empresa para gestionar la demanda y las fluctuaciones del mercado.</p> <p><b>Abastecimiento Óptimo</b></p> <p>La disposición de proveedores en ciudades estratégicas como Bogotá, Medellín y Villavicencio también contribuye a un abastecimiento óptimo. Al estar geográficamente cerca de las ubicaciones de los proveedores, Decotextil puede reducir los costos logísticos y tiempos de entrega, lo que puede resultar en una mayor eficiencia operativa y una respuesta más rápida a las necesidades cambiantes del mercado.</p> <p><b>Mayor Poder de Negociación</b></p> <p>La existencia de múltiples proveedores para cada categoría de productos puede otorgarle a Decotextil un mayor poder de negociación. Cuando una empresa tiene varias opciones de proveedores, tiene la capacidad de comparar precios, condiciones y calidad para asegurarse de obtener las mejores ofertas. Esto puede resultar en acuerdos más favorables y en la capacidad de presionar a los proveedores para que ofrezcan condiciones competitivas.</p> <p><b>Minimización de Riesgos</b></p> <p>El hecho de tener una red de proveedores distribuida geográficamente</p>
-------------------------------------	---

---

también ayuda a minimizar los riesgos asociados con eventos imprevistos, como desastres naturales, huelgas, o problemas de transporte. Si un proveedor en una ubicación se ve afectado, Decotextil puede recurrir a proveedores en otras ubicaciones para asegurarse de que el flujo de insumos no se vea gravemente interrumpido.

En resumen, la estructura de red de proveedores de Decotextil le brinda una posición competitiva más sólida al diversificar los proveedores, permitir un abastecimiento óptimo, aumentar el poder de negociación y reducir los riesgos. Estos factores en conjunto fortalecen la capacidad de la empresa para mantener operaciones estables y atender eficazmente a las demandas cambiantes de sus clientes.

<p>Amenaza de productos sustitutos</p>	<p><b>Crecimiento de Nuevas Industrias y Productos Competidores</b></p> <p>El crecimiento de nuevas industrias y la aparición de productos competidores pueden representar una amenaza para Decotextil. Estos productos sustitutos podrían ofrecer soluciones similares o incluso alternativas más innovadoras para las necesidades de los clientes en cuanto a insumos para tapicería y textiles. La existencia de opciones alternativas puede afectar la demanda de los productos de Decotextil, ya que los clientes pueden optar por productos que ofrezcan características adicionales o un mayor valor percibido.</p> <p><b>Enfoque en la Variedad y las Tendencias del Mercado</b></p> <p>El hecho de que Decotextil busque ofrecer variedad de productos y se adapte a las tendencias del mercado puede ser una estrategia efectiva para mitigar la amenaza de los sustitutos. Al estar atenta a las tendencias emergentes en la industria y brindar productos que estén alineados con las preferencias cambiantes de los consumidores, la empresa puede crear una diferenciación en su oferta.</p> <p><b>Fomento de la Lealtad del Cliente</b></p> <p>La oferta de variedad y productos basados en tendencias no solo puede atraer a nuevos clientes, sino también fomentar la lealtad de los clientes existentes. Si los clientes encuentran en Decotextil una amplia gama de productos que</p>
--	--

---

satisfacen sus necesidades y deseos, es más probable que sigan eligiendo a la empresa como su proveedor preferido. La lealtad del cliente puede actuar como una barrera contra la competencia de los sustitutos, ya que los clientes valorarán la relación establecida con Decotextil.

### **Innovación y Calidad Diferenciada**

Decotextil también puede combatir la amenaza de los sustitutos mediante la innovación y la calidad diferenciada. Al desarrollar productos únicos con características exclusivas o de alta calidad, la empresa puede crear una propuesta de valor única para los clientes. Esto puede hacer que los clientes vean los productos de Decotextil como superiores a los sustitutos, justificando un precio premium y reforzando la preferencia por la marca.

En resumen, el enfoque de Decotextil en ofrecer variedad, adaptarse a las tendencias del mercado, fomentar la lealtad del cliente y mantener altos estándares de innovación y calidad puede ayudar a contrarrestar la amenaza de los sustitutos. Al diferenciarse y mantenerse en sintonía con las necesidades cambiantes de los consumidores, Decotextil puede asegurar su posición competitiva y mantener una base de clientes fiel.

---

Rivalidad entre  
competidores

### **Competidores a Nivel Nacional y Regional**

La existencia de empresas competidoras a nivel nacional, como Safra, Arthometextil, Caliplásticos y Plásticos La Sabana, y a nivel regional, como La Nutria y El Tapicero, indica que el mercado de insumos para tapicería y textiles es altamente competitivo. La presencia de varios competidores en diferentes niveles geográficos significa que Decotextil debe enfrentar una competencia diversa y desafiante.

### **Adaptación y Diferenciación**

La capacidad de Decotextil para adaptarse al sector y diferenciarse de la competencia a través de la calidad, precio y disponibilidad de productos es una estrategia esencial. La adaptación implica estar al tanto de las tendencias cambiantes en el mercado y ajustar la oferta en consecuencia. La diferenciación basada en la calidad, precio y disponibilidad de productos

---

---

puede ayudar a Decotextil a establecer una propuesta de valor única y atractiva para los clientes.

### **Enfoque en la Calidad**

La calidad de los productos es un factor clave en la diferenciación y la competitividad. Ofrecer productos de alta calidad puede establecer a Decotextil como una opción preferida para los clientes que buscan durabilidad y rendimiento. La consistencia en la calidad puede generar una reputación positiva y la confianza de los clientes en la marca.

### **Estrategias de Precios Competitivos**

La estrategia de precios también puede ser una ventaja competitiva. Si Decotextil puede ofrecer precios competitivos sin comprometer la calidad, puede atraer a un segmento más amplio de clientes y competir eficazmente con otros jugadores en el mercado.

### **Disponibilidad de Producto**

La disponibilidad constante de productos puede ser un diferenciador importante en un mercado donde la demanda puede ser impredecible. Si Decotextil puede mantener un nivel óptimo de inventario y garantizar entregas oportunas, esto puede influir en la decisión de compra de los clientes que necesitan insumos con prontitud.

### **Fomento de la Relación con el Cliente**

Además de los factores anteriores, el fomento de relaciones sólidas con los clientes puede ser una ventaja competitiva. La construcción de relaciones de confianza y la atención personalizada pueden influir en la lealtad del cliente y mantenerlos comprometidos con la marca.

En resumen, la adaptación, diferenciación en calidad, precio y disponibilidad, y el enfoque en el servicio al cliente son componentes clave de cómo Decotextil maneja la competencia en un mercado competitivo. La combinación de estas estrategias puede ayudar a la empresa a mantener su posición competitiva y a atraer y retener a los clientes en un entorno desafiante.

---

Amenaza de nuevos competidores	<p>El sector de comercio de insumos de tapicería se caracteriza por presentar una accesibilidad relativamente alta para la entrada de nuevos competidores. Las barreras de entrada en términos de requisitos regulatorios o de inversión pueden no ser prohibitivas, lo que significa que nuevas empresas pueden ingresar al mercado con cierta facilidad. Esta situación puede llevar a un aumento en la competencia y a la aparición de nuevos actores en el campo. Sin embargo, Decotextil ha establecido un sólido posicionamiento en el mercado gracias a su enfoque en la calidad de los productos y a la accesibilidad de precios. Esta estrategia le ha permitido mantenerse competitiva incluso ante la entrada de nuevos competidores. La reputación construida en torno a la excelencia de sus productos, así como su compromiso con la satisfacción del cliente, actúan como una barrera no tangible para los nuevos participantes.</p> <p>La empresa ha trabajado en la construcción de relaciones sólidas con su base de clientes existente. La lealtad de los clientes y su confianza en la marca de Decotextil pueden dificultar que los nuevos competidores ganen rápidamente cuota de mercado. Los clientes tienden a mantenerse fieles a proveedores en los que confían y que han demostrado consistentemente ofrecer productos de calidad y servicio confiable.</p>
--------------------------------	---

Tabla 3. Análisis del micro entorno con las 5 fuerzas de Porter. Fuente propia

### Diagnóstico

El diagnóstico se realizó por medio de un sistema de preguntas diseñado por el estudiante autor del presente documento, de acuerdo al tamaño y actividades de la empresa, así pues, cada elemento tendrá un sistema de porcentajes de acuerdo a su relevancia y el encuestado debe generar una calificación de 0 a 5 para obtener los resultados.

La información se presentará por medio de una tabla que posee los siguientes elementos:

Preguntas	Ponderación	Calificación	Total	Relación
Cuestionario de	Porcentaje de	Puntaje desde	Relación de	Relación entre el rango

lenguaje sencillo diseñado para determinar el comportamiento de la empresa frente a las 5 áreas de estudio, cada una podrá tener entre 12 a 15 preguntas.	importancia de cada pregunta frente a las otras, la suma de todas las ponderaciones debe ser 100.	0 a 5 otorgado por el Representante Legal. Se tomó en cuenta el 0 para evaluar aspectos que NO posee la empresa.	multiplicación entre ponderación y calificación para determinar el porcentaje de cada pregunta.	de calificación más alto (5) por la ponderación de cada pregunta menos el Total. Esto determinará el porcentaje de relevancia de cada ítem respecto a su ponderación. Así pues, los porcentajes con mayor puntaje son los que tendremos en cuenta para el análisis del diagnóstico.
---	---	--	---	---

Tabla 4. Elementos de la herramienta de diagnóstico. Elaboración propia

La empresa Decotextil es una microempresa con 2 trabajadores y 2 años de presencia en el mercado, por lo tanto, precisa de un diagnóstico específico para la misma, donde las áreas de estudio estén de acuerdo con sus aspectos empresariales y prácticas administrativas.

El representante legal Paola Andrea Cepeda Bohórquez, autora del presente documento, diseñó el instrumento de diagnóstico a partir de una herramienta otorgada por el docente Gabriel Francisco Rodríguez López, el diagnóstico se realizó el 7 de septiembre del año 2021. Para la valoración se tuvo en cuenta los siguientes elementos:

#### ***Área contable y financiera***

Se evalúan los sistemas contables o herramientas que utiliza la empresa para medir los ingresos, egresos, evaluar presupuestos, entre otros. Se desea conocer si la empresa utiliza indicadores financieros (Balance general, estado de resultados, flujo de efectivo, rentabilidad, liquidez, entre otros). Así mismo, se investigará si existen políticas de pago a proveedores, pago de impuestos o política de cartera. Es importante medir estos aspectos para conocer en qué punto se encuentra la empresa Decotextil en términos del área de finanzas, a partir de los resultados se podrán reconocer en qué aspectos se encuentra débil.

#### ***Área de Talento Humano***

Es importante evaluar los términos en procesos de selección, qué herramientas utiliza la empresa al momento de contratar personal y medir la productividad de sus trabajadores. El área de talento humano regula la estructura organizacional de la empresa y establece los reglamentos internos, así como el manual descriptivo de cargos, entre otros. Se desea conocer si la empresa posee un sistema general de riesgos laborales y presenta todas las regulaciones legales vigentes de contratación o utiliza un sistema de trabajo informal.

### ***Área de Gerencia***

La gerencia de la empresa debe contar con cualidades específicas, por esta razón se debe evaluar el nivel de conocimiento del negocio, conocer los factores de éxito de la organización e interactuar constantemente con los autores (clientes, proveedores, trabajadores, entre otros). El gerente debe utilizar información histórica y objetiva para la toma de decisiones empresariales, determinar cuáles son las ventajas competitivas de la empresa y del sector en el que se encuentra y contar con un sistema de formación y actualización gerencial. Se desea evaluar si la empresa está legalmente constituida y si la gerencia realiza planeación estratégica.

### ***Área de Mercadeo***

El área de marketing se encarga de la comercialización, distribución y medición del producto en el mercado, por esta razón es importante medir si la empresa conoce cuál es su mercado objetivo, si realiza investigación de mercado para realizar sus estrategias de marketing, si realiza una estrategia de precio objetiva y conoce sus volúmenes de venta. El área de mercadeo también debe conocer sus servicios pos venta, identificar los canales de distribución de producto y tener establecida una cartera de productos eficiente para los clientes.

### ***Área de Inventarios***

Los Inventarios son el control de ingresos y egresos de los productos que comercializa la empresa, por esta razón poseer una correcta gestión de los mismos permitirá aumentar la productividad, disminuir los costos y tomar decisiones asertivas para la organización. El área se evaluará a partir de: Conocer las herramientas que utiliza la empresa para su control de inventarios, tener establecidos los máximos y mínimos de productos, poseer políticas de gestión de inventarios, elaboración periódica de informes para la toma de decisiones, planeación y programación de compras, verificación de información de todos los productos en temas de cantidad, precio y calidad, entre otros. La empresa debe ser capaz de controlar estas actividades



para una correcta gestión, así mismo, se evaluará si se realiza investigación y desarrollo para optimizar los procesos del área.

### Área contable y financiera

AREA CONTABLE Y FINANCIERA	Ponderación	Calificación	Total	Relación
Existe un sistema de contabilidad al día	12%	3	36%	24%
Se elaboran presupuestos anuales de ingresos y egresos	12%	1	12%	48%
Utiliza indicadores financieros para la toma de decisiones	16%	1	16%	64%
Tiene establecido un flujo de caja acorde con sus ventas	10%	1	10%	40%
Conoce su empresa su punto de equilibrio	10%	3	30%	20%
Tiene un sistema claro para determinar el precio de cada uno de sus productos	8%	3	24%	16%
Calcula índices de rentabilidad en la empresa	8%	3	24%	16%
Se conoce el margen de utilidad de cada uno de los productos (línea)	8%	3	24%	16%
Existen políticas específicas para el pago de impuestos	5%	2	10%	15%
Existe política de cartera	1%	2	2%	3%
Existe política para pago a proveedores	5%	3	15%	10%
Tiene definido a que porcentaje de las ventas equivale su cartera	5%	3	15%	10%
	100%		218%	
		PROMEDIO	21,80	

Tabla 5. Diagnóstico de área contable y financiera. Elaboración propia basada en una herramienta otorgada por el docente

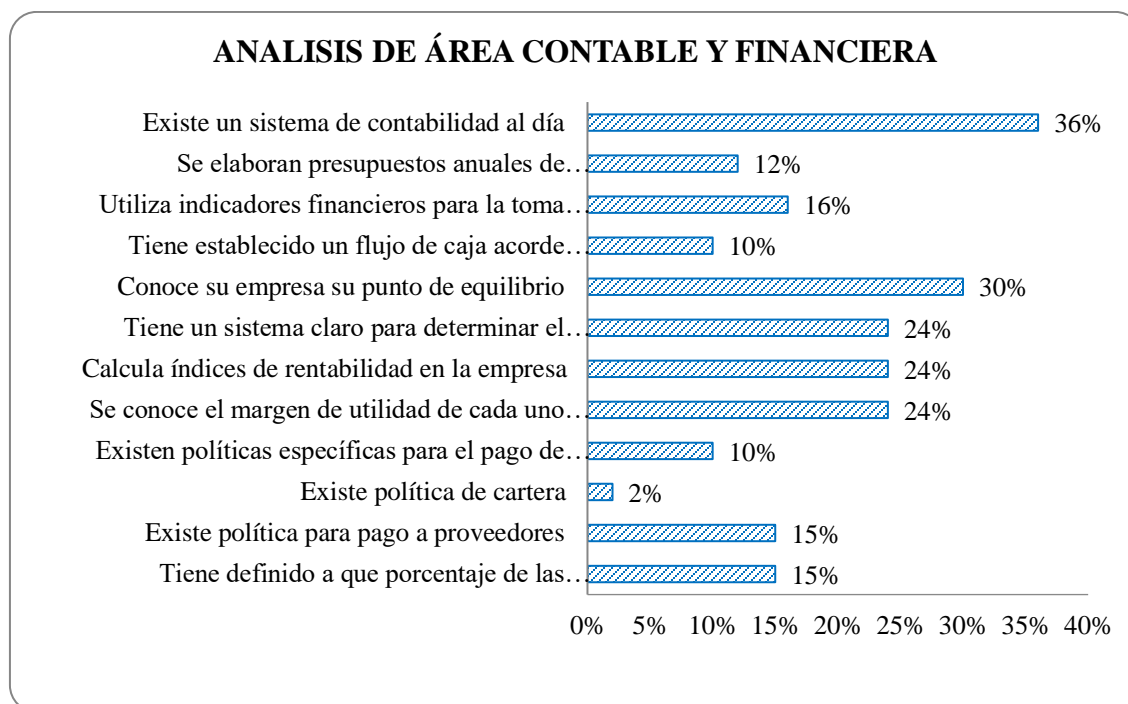


Gráfico 1. Análisis de diagnóstico área financiera. Elaboración propia basada en una herramienta otorgada por el docente

Para comprender las variables que presentan una mayor debilidad para la empresa es necesario observar los porcentajes de Relación, en el área contable se pueden identificar 3 variables que indican una gran necesidad de apoyo; En primer lugar el ítem *Utiliza indicadores financieros para la toma de decisiones* obtuvo un porcentaje de 16% respecto a su rango de ponderación, aunque no se presentó como el de menor valor según el gráfico, sí es el mayor respecto a su relación de importancia, a través de esto se puede concluir que la empresa no emplea sus indicadores financieros de liquidez, rentabilidad, endeudamiento, gestión, entre otros.

Esta situación no favorece la toma de decisiones de una manera responsable en la organización, ya que los indicadores ofrecen un panorama de cómo está la empresa en términos de rentabilidad y pueden funcionar como una herramienta poderosa si se utiliza de la manera adecuada.

El segundo ítem con mayor puntaje es *Se elaboran presupuestos anuales de ingresos y egresos* con un porcentaje de 48% de Relación, esto indica que la organización no está familiarizada con la elaboración de informes que indiquen información empresarial relevante, esto puede ser generado por la falta de experiencia en el mercado e imposibilita que las partes

interesadas conozcan la información financiera de la empresa y con ello, puedan determinar rentabilidad del negocio, generar cambios o tomar decisiones.

El tercer ítem es *Tiene establecido un flujo de caja acorde con sus ventas*, con un porcentaje de 40%, muy relacionado a lo que sucede con las dos variables que citamos con anterioridad, la empresa no está familiarizada con el uso de herramientas financieras para tomar decisiones, por esta razón no utiliza elementos como el flujo de caja. Así pues, si se observa otros ítems del cuadro con porcentajes de relevancia como *Existe un sistema de contabilidad al día* con un porcentaje de 24% se puede inferir que a pesar de la no utilización de indicadores y herramientas para la gestión financiera, la empresa maneja un sistema contable que le permite conocer toda la información que precisa, aunque se ha mantenido en el mercado con esta estrategia, no es suficiente para tomar decisiones en la empresa y debe generar un cambio que optimice sus procesos contables.

Para finalizar, se observa un análisis de otras variables cuyo porcentaje no superan el 16%; como lo son la claridad del sistema de elección de precio, el cálculo de la utilidad por producto, políticas de pago de impuesto, cartera y proveedores. Estas variables son de relevancia para la organización, permiten crear orden en la parte interna y son las que demuestran cómo fluctúa la empresa en cuestión financiera, si es rentable una idea de negocio o si existen áreas de inversión para aumentar las utilidades, entre otros.

## Talento Humano

TALENTO HUMANO	Ponderación	Calificación	Total	Relación
Existen procesos de selección	13%	3	39%	26%
Tiene un programa de capacitación	8%	2	16%	24%
Existe una alta rotación	8%	1	8%	32%
Trabaja con el sistema laboral vigente	8%	2	16%	24%
Están definidos los procesos y funciones de los empleados	8%	3	24%	16%
Derrolla programas de bienestar en la empresa	6%	1	6%	24%
Utiliza totalmente servicios de la EPS, ARP, fondos de cesantías y pensiones	8%	0	0%	40%
Posee la empresa programas de inducción	8%	2	16%	24%
Tiene definida claramente la estructura organizacional y la conocen sus empleados	6%	2	12%	18%
Existe reglamento interno, lo conocen y lo aplican	10%	2	20%	30%
Existe sistema un sistema general de riesgos laborales	8%	0	0%	40%
Evalúa la productividad de los empleados	9%	3	27%	18%
	100%		184%	
		PROMEDIO		18,40

Tabla 6. Diagnóstico del área talento humano. Elaboración propia basada en una herramienta otorgada por el docente

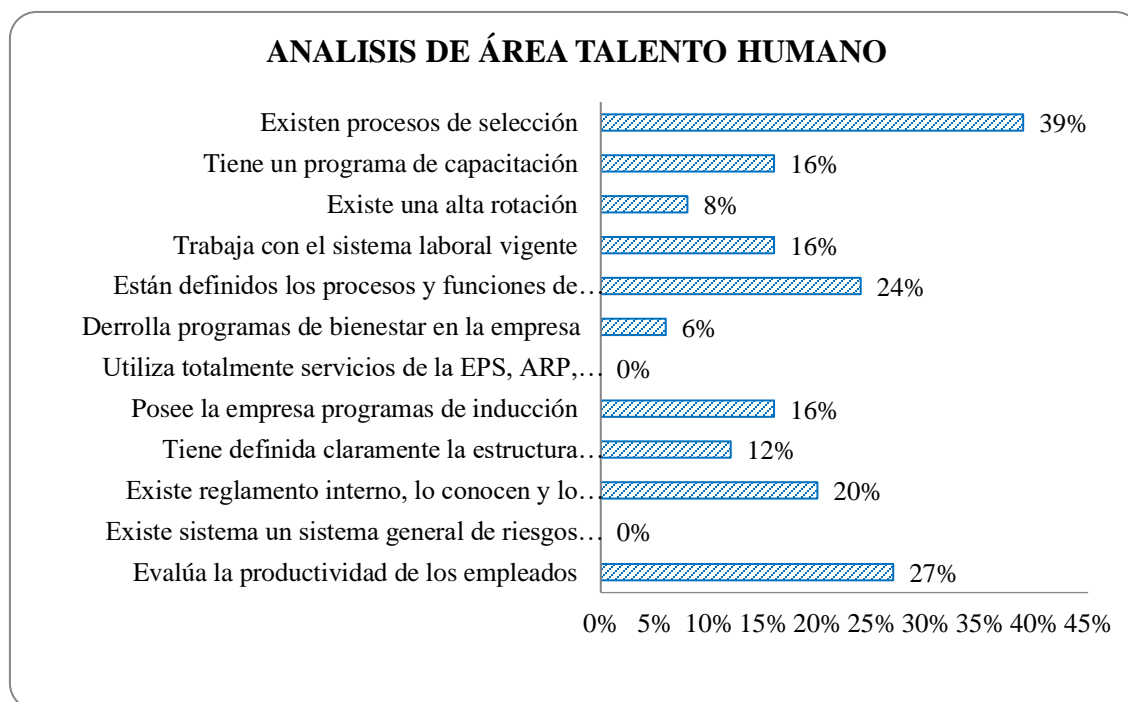


Gráfico 2. Análisis de área de talento humano. Elaboración propia basada en una herramienta otorgada por el docente

El área de talento humano se diagnosticó teniendo en cuenta que la empresa solo cuenta con dos trabajadores en los cargos de administración y ventas lo que evidencia que la estructura es sencilla. Cada trabajador tiene definida las funciones en la empresa y conoce las tareas que debe realizar. La empresa no cuenta con un proceso de reclutamiento riguroso, el ítem de *Procesos de selección* obtuvo un porcentaje de relación de 26%, esto determina que el proceso es sencillo, sin embargo se observa una gran deficiencia en los ítems de *Utiliza totalmente servicios de la EPS, ARP, fondos de cesantías y pensiones* y *Existe un sistema de riesgos laborales*, los dos con un porcentaje de 0%, así como *Trabaja con el sistema laboral vigente* con 24%. Decotextil utiliza un sistema de trabajo informal que puede entenderse como resultado de su corta estancia en el mercado.

Es necesario analizar esta situación para la toma de decisiones, ya que una empresa con trabajadores eficientes y motivados tiene una gran ventaja competitiva, el recurso humano es uno de los factores con mayores áreas de oportunidad y ofrece beneficios a largo plazo.

## Gerencia

<b>GERENCIA</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Calificación</b>	<b>Total</b>	<b>Relación</b>
Tiene claro cual es su negocio	7%	4	28%	7%
Conoce con certeza quienes son sus clientes	7%	4	28%	7%
Están identificadas las debilidades y amenazas de la empresa	7%	3	21%	14%
Posee un plan estrategico	7%	1	7%	28%
Tiene un estilo gerencial definido	7%	3	21%	14%
Maneja información histórica y objetiva para la toma de decisiones	7%	3	21%	14%
Tiene una agenda establecida para un dia normal de trabajo	6%	3	18%	12%
Es miembro activo de alguna organización	3%	0	0%	15%
Conoce los factores claves de éxito de la empresa	7%	2	14%	21%
La comunicación organizacional en su empresa es sistematica	7%	3	21%	14%
Esta constituida legalmente la empresa	7%	5	35%	0%
Posee grupo de Inv. y desarrollo	7%	1	7%	28%
Conoce las politicas de calidad de su empresa	7%	2	14%	21%
Conoce las ventajas competitivas del sector y de su empresa	7%	3	21%	14%
Cuenta con un programa de formacion y actualizacion gerencial	7%	2	14%	21%
	<b>100%</b>		<b>270%</b>	
		<b>PROMEDIO</b>	<b>27,00</b>	

Tabla 7. Diagnóstico de área de gerencia. Elaboración propia basada en una herramienta otorgada por el docente

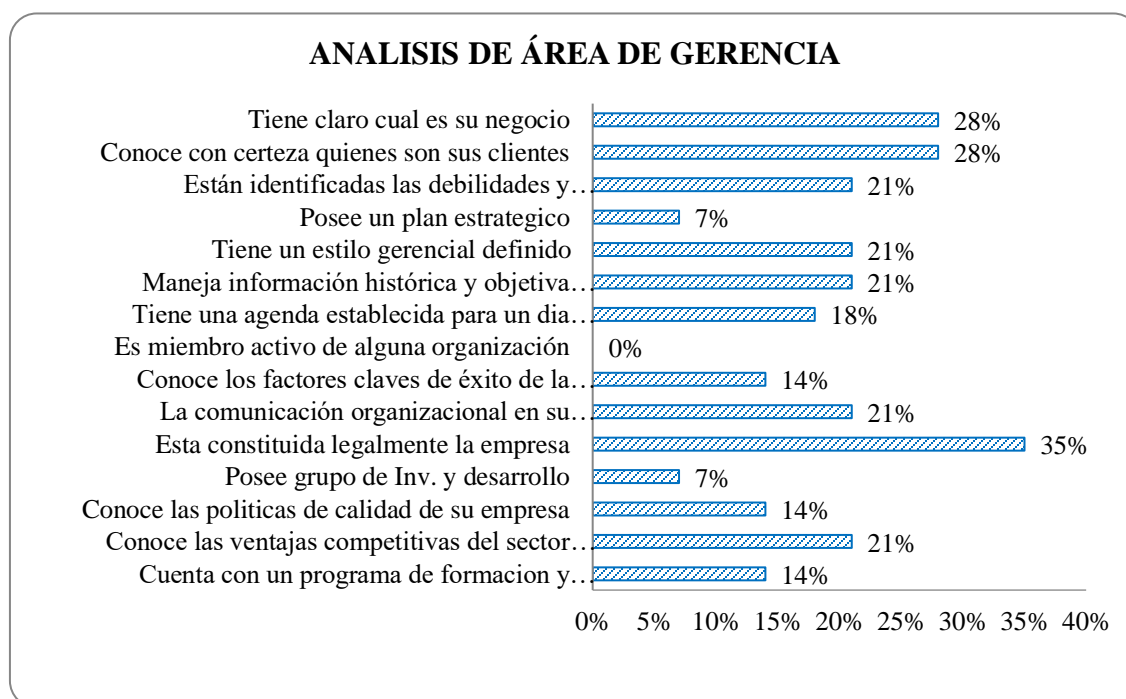


Gráfico 3. Análisis del área de gerencia. Elaboración propia basada en una herramienta otorgada por el docente

El área de gerencia es la encargada de dirigir, orientar y gestionar las decisiones de la empresa, por lo tanto, es indispensable que las partes interesadas conozcan cuál es su modelo de negocio, a partir de ello, el gerente puede determinar ventajas y desventajas del sector que le permiten tomar decisiones favorables para la organización.

La gerencia de la empresa Decotextil presenta los siguientes ítem con mayor porcentaje de relación: *Posee un plan estratégico* con 28% indica que la gerencia no diseña un plan estratégico a medio y largo plazo que le permita conocer el rumbo de la empresa, qué hace actualmente y hacia dónde puede ir. El segundo ítem a evaluar es *Posee un grupo de Investigación y desarrollo* con 28%, la empresa no cuenta con este sistema sin embargo la calificación fue de 1, lo que indica que aunque no posee este equipo, se preocupa por ello de manera personal y realiza algunas actividades para el desarrollo y mejora de nuevos productos.

## Mercadeo

<b>MERCADEO</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Calificación</b>	<b>Total</b>	<b>Relación</b>
Conoce su mercado objetivo	8%	4	32%	8%
Hace investigación de mercado	10%	2	20%	30%
Sabe cual es su participación en el mercado	8%	2	16%	24%
Conoce su competencia	8%	4	32%	8%
Tiene claro su portafolio de productos y servicios	8%	4	32%	8%
Tiene establecidos sus volúmenes de ventas por línea de producto/servicio	8%	2	16%	24%
Posee una estrategia de marca y empaque	8%	2	16%	24%
La fijación de precios se realizó de manera objetiva	8%	3	24%	16%
Tiene identificados sus canales de distribución	10%	3	30%	20%
Utiliza publicidad	8%	1	8%	32%
Considera su empresa el impacto ambiental	8%	1	8%	32%
Tiene establecidos servicios posventa	8%	1	8%	32%
	<b>100%</b>		<b>242%</b>	
		<b>PROMEDIO</b>	<b>24,20</b>	

Tabla 8. Diagnóstico de área de mercadeo. Elaboración propia basada en una herramienta otorgada por el docente

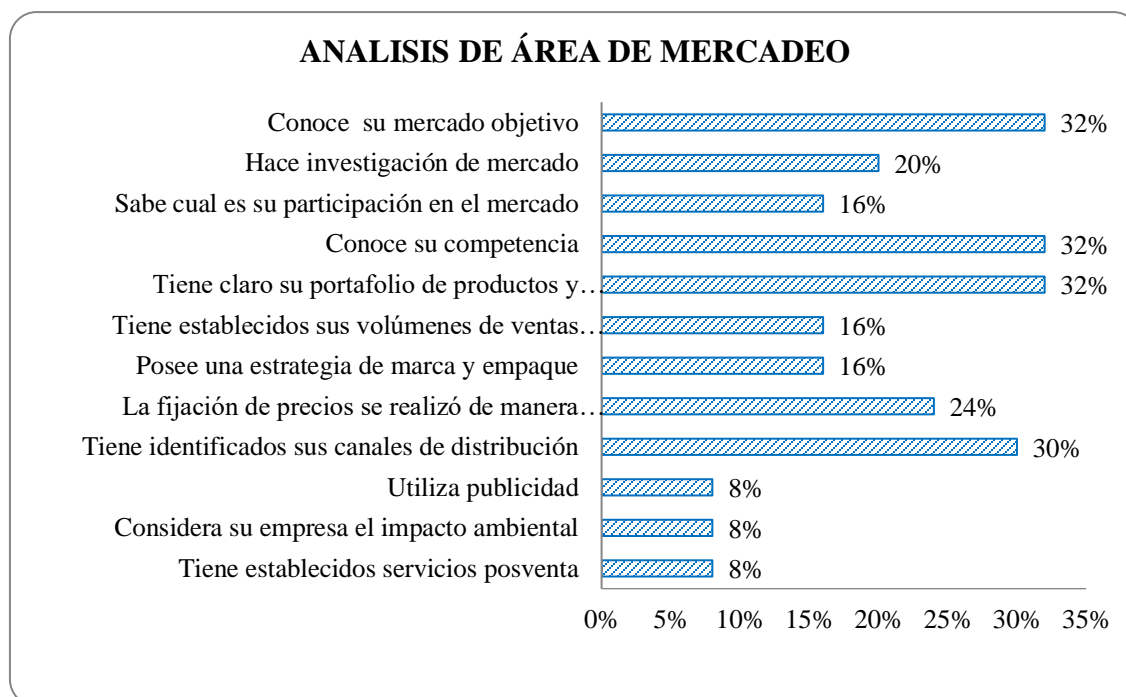


Gráfico 4. Análisis del área de mercadeo. Elaboración propia basada en una herramienta otorgada por el docente

El área de mercadeo es la encargada del proceso de creación de valor para los clientes, buscando satisfacer las necesidades de un público objetivo. A partir de la Gráfica se puede analizar que:

Los porcentajes con mayor valor son los relacionados al uso de publicidad, impacto ambiental y servicios pos venta con una participación de 8% respecto a su nivel de ponderación y 32% de relación como área de oportunidad. La empresa Decotextil utiliza métodos clásicos para el uso del marketing, sin embargo, no realiza estrategias de mercadeo ni herramientas que optimicen sus procesos. La empresa utiliza publicidad básica en redes sociales que se desarrolla de manera empírica y casera, esto debe suponer que el público objetivo no está familiarizado con ver el tipo de productos en publicidad de redes, páginas web o avisos publicitarios.

Los servicios de pos venta carecen de atención y es más un sistema de “amabilidad con el cliente”, sin embargo no se cuenta con este tipo de estrategias que brindan confianza y seguridad al consumidor. Respecto al impacto ambiental, la empresa no toma en cuenta estas variables, pues no posee políticas internas y externas que favorezcan la responsabilidad social empresarial en términos ambientales, es necesario que la empresa realice una evaluación en este aspecto y

genere estrategias que pueda consolidar para estar comprometido con el medio ambiente, ya que es un aspecto importante de las organizaciones actuales.

La empresa tiene un porcentaje de 30% de relación en el ítem de investigación de mercado, a pesar de conocer el mercado objetivo, la empresa no realiza periódicamente una evaluación del sector ni de sus competidores. Esto puede generar una desventaja frente a la competencia ya que se debe conocer estos aspectos para tomar decisiones acertadas respecto a precios, productos, promoción y distribución.

## Inventarios

<b>INVENTARIOS</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Calificación</b>	<b>Total</b>	<b>Relación</b>
Cuenta con una herramienta o software de inventarios	<b>10%</b>	<b>1</b>	<b>10%</b>	<b>40%</b>
Controla las actividades de registro de ingreso y egreso de mercancía	<b>8%</b>	<b>2</b>	<b>16%</b>	<b>24%</b>
Verifica que los bienes que van ingresando coincidan con la cantidad y especificaciones de proveedores	<b>8%</b>	<b>2</b>	<b>16%</b>	<b>24%</b>
Controla los máximos y mínimos de existencias de los bienes	<b>8%</b>	<b>1</b>	<b>8%</b>	<b>32%</b>
Tiene políticas de gestión de los inventarios	<b>8%</b>	<b>1</b>	<b>8%</b>	<b>32%</b>
Posee codificaciones para los productos del inventario	<b>8%</b>	<b>1</b>	<b>8%</b>	<b>32%</b>
Elabora informes de inventarios periódicamente	<b>8%</b>	<b>2</b>	<b>16%</b>	<b>24%</b>
Planea y programa compras con la información de los inventarios	<b>8%</b>	<b>2</b>	<b>16%</b>	<b>24%</b>
Verifica que la información del producto esté actualizada correctamente (cambios en materia, precio, cantidad, etc)	<b>10%</b>	<b>2</b>	<b>20%</b>	<b>30%</b>
Efectúa conciliaciones de los movimientos realizados al Área de contabilidad	<b>8%</b>	<b>2</b>	<b>16%</b>	<b>24%</b>
Hace investigación y desarrollo para el control de los inventarios, buscando optimizar los procesos	<b>8%</b>	<b>2</b>	<b>16%</b>	<b>24%</b>
Realiza anualmente el inventario físico de los bienes en bodega y almacenes	<b>8%</b>	<b>3</b>	<b>24%</b>	<b>16%</b>
	<b>100%</b>		<b>174%</b>	
		<b>PROMEDIO</b>	<b>17,40</b>	



Tabla 9. Diagnóstico de área de inventarios. Elaboración propia basada en una herramienta otorgada por el docente

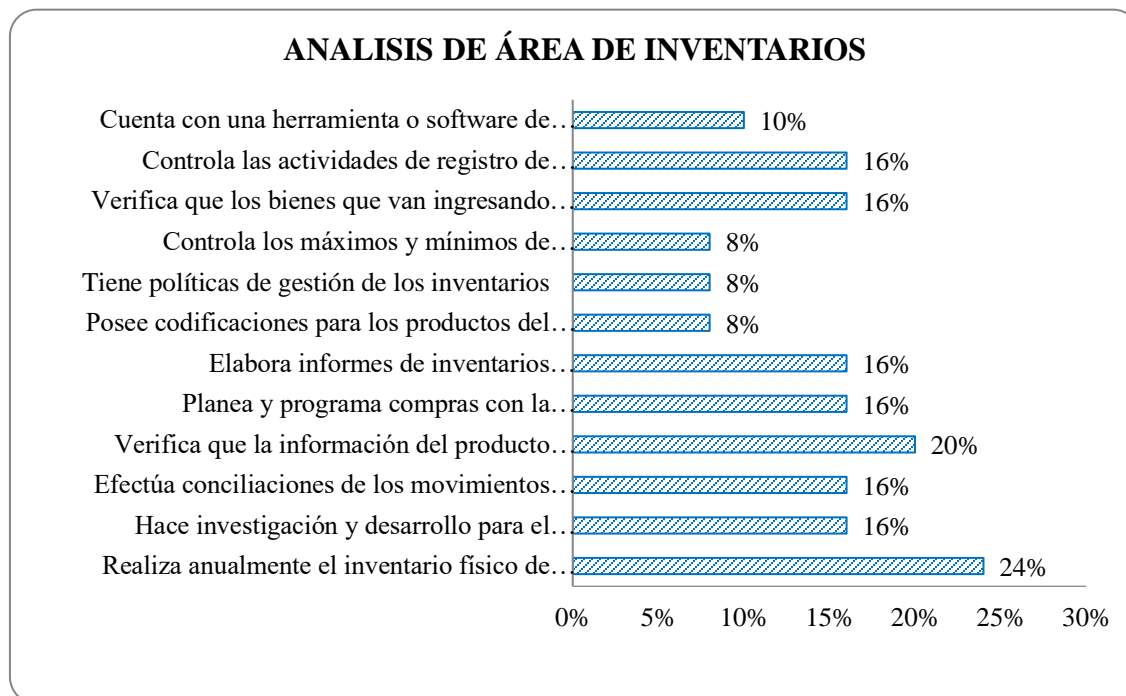


Gráfico 5. Análisis de área de inventarios. Elaboración propia basada en una herramienta otorgada por el docente

El área de inventarios es de vital importancia en cualquier cadena de suministro, ya que influye directamente en la eficiencia operativa y en la capacidad de satisfacer las demandas del mercado. En el caso de Decotextil, la falta de un sistema de inventarios ha sido identificada como una carencia crítica, como se observa en el gráfico que muestra un porcentaje de tan solo el 10% en comparación con su ponderación. Este indicador visualmente demostrativo destaca la magnitud del problema y señala la urgencia de intervenir en esta área.

La tabla, por su parte, revela un porcentaje de relación del 40%, un indicador que claramente señala que el área de inventarios es una de las más necesitadas de atención dentro de la organización. Esta cifra subraya la relevancia de abordar este aspecto en la planificación estratégica, ya que es evidente que una mejora en la gestión de inventarios tendría un impacto significativo en la optimización general de los procesos de Decotextil.

El proceso manual de ingreso y salida de productos, documentado con papel y lápiz, resalta la ineficiencia y la falta de agilidad en los procesos actuales. Esta falta de automatización afecta negativamente la velocidad y precisión de las operaciones, restringiendo la capacidad de la empresa para tomar decisiones informadas en tiempo real. La ausencia de información

actualizada sobre precios, cantidades y estado de los productos puede llevar a compras erróneas, ineficiencias en la producción y oportunidades perdidas.

El análisis del gráfico proporciona una visión aún más detallada. Las áreas con menor valor, como la política de gestión de inventarios, la determinación de máximos y mínimos por producto y las codificaciones, presentan un porcentaje de solo el 8%. Esta cifra subraya la falta de control en la gestión de inventarios y cómo esto afecta directamente los procesos internos y las decisiones comerciales. El bajo nivel de control dificulta la toma de decisiones informadas sobre compras y puede resultar en falta de productos esenciales o exceso de inventario, lo que impacta negativamente la eficiencia y la rentabilidad.

La elección del área de inventarios como foco central para el diseño del plan de acción es una decisión estratégica fundamentada en la urgente necesidad de abordar una situación crítica que impacta profundamente el funcionamiento de Decotextil. A pesar de que otras áreas de la empresa también enfrentan desafíos, la gestión de inventarios emerge como la prioridad inmediata, la urgente necesidad de automatización, agilización y la optimización en esta área crítica es claramente demostrada por los indicadores y los procesos actuales de Decotextil. Abordar la gestión de inventarios no solo mejorará la eficiencia operativa, sino que también establecerá una base sólida para la toma de decisiones estratégicas y la optimización general de la empresa.

### Análisis General

Financiera	Talento humano	Gerencia	Mercadeo	Inventarios
21,80	18,40	27,00	24,20	17,40

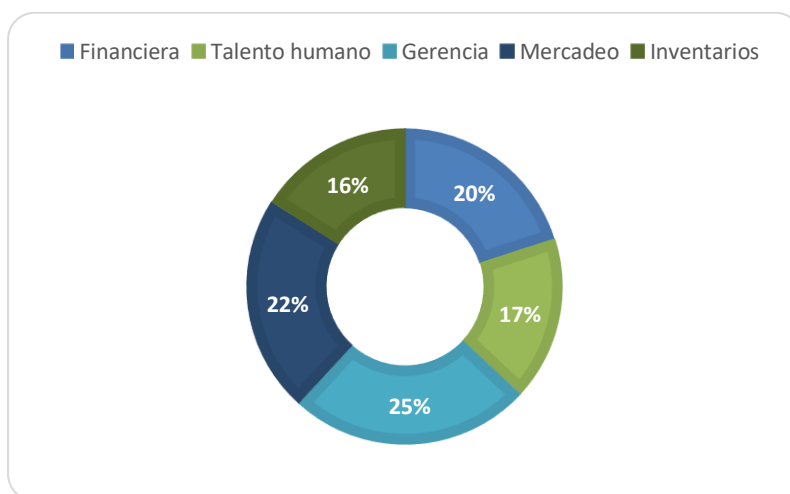


Gráfico 6. Análisis general. Elaboración propia basada en una herramienta otorgada por el docente

Las áreas evaluadas en el análisis abarcan diversos aspectos cruciales de la empresa Decotextil, proporcionando una visión detallada de su funcionamiento interno y de las áreas que necesitan atención estratégica. Al observar los resultados, resalta que las áreas de Gerencia, Mercadeo y Finanzas han obtenido el mayor puntaje. No obstante, es esencial reconocer que existen aspectos internos que requieren modificación y trabajo para lograr mejoras sustanciales.

En particular, los análisis han arrojado que tanto el área de talento humano como la de inventarios presentan valores más bajos en comparación con otras. Este hallazgo sugiere que existe margen para el desarrollo y optimización de estas áreas específicas. Es intrigante notar que el área de inventarios es una de las que obtiene un puntaje más bajo. Este resultado es indicativo de una necesidad urgente de gestionar de manera más efectiva los procesos relacionados con los inventarios.

El área de Gerencia, con un promedio de 27, se erige como una de las más destacadas. Sin embargo, este resultado también señala la importancia de implementar estrategias de planeación estratégica y de calidad. La creación de políticas sólidas y programas de actualización gerencial son componentes vitales para elevar la eficacia de la gerencia, especialmente en momentos de volatilidad empresarial.

Por otro lado, el área de Inventarios, que registra un promedio de 17.4, se posiciona como uno de los desafíos más apremiantes. La carencia de una herramienta o software especializado que optimice la gestión de datos y facilite la generación de informes estratégicos es un asunto crítico. En este sentido, la elección de una solución tecnológica adecuada puede impulsar la rentabilidad y eficiencia en aspectos como rentabilidad por producto, ventas, cantidades mínimas y variaciones de precios.

La gestión de Mercadeo, con un promedio de 24.2, emerge como una necesidad que requiere atención a largo plazo. La ausencia de una estrategia de marketing es un factor que debe ser abordado para asegurar la competitividad de Decotextil en un entorno empresarial en constante evolución. La investigación de mercado y la alineación con los principios de las 7Ps del Marketing son claves para establecer una estrategia efectiva y a la vanguardia.

El área de Finanzas y Contabilidad, con un promedio de 21.8, presenta un riesgo potencial para la toma de decisiones informadas. La necesidad de contar con sistemas

actualizados y eficientes para la observación de indicadores financieros y datos contables es evidente. Estos datos numéricos forman la base para decisiones fundamentales relacionadas con inversión, compras y utilidades, por lo que su accesibilidad y precisión son esenciales.

Finalmente, el área de Talento Humano, con un promedio de 18.4, necesita un enfoque estratégico para maximizar el potencial de los colaboradores. La implementación de estrategias de selección, inducción y bienestar, así como la alineación con el sistema laboral vigente, son pasos necesarios para asegurar un ambiente de trabajo favorable y una gestión de recursos humanos efectiva.

En conclusión, el análisis de las diversas áreas en Decotextil ha revelado una serie de hallazgos significativos. Si bien hay áreas que han obtenido puntuaciones altas, es innegable que existen aspectos clave que requieren atención y mejora. El enfoque particular en el área de inventarios destaca como una necesidad prioritaria, ya que su gestión ineficiente puede tener ramificaciones significativas en la eficiencia general de la empresa. Tomando en cuenta estos resultados, se establece un marco claro para la creación de un plan de acción integral que guiará la transformación y optimización de Decotextil hacia un futuro más sólido y exitoso.

### **Elección del área a mejorar**

Basándonos en la información documentada y los análisis previos, se ha llegado a la conclusión de que el área de inventarios se erige como el foco principal y urgente para la implementación del plan de acción en Decotextil. La justificación de esta elección radica en la gravedad de los problemas identificados en esta área y su impacto directo en la operación y la rentabilidad de la empresa.

Los datos anteriores han revelado una serie de deficiencias críticas en la gestión de inventarios de Decotextil. Se ha constatado que los procesos actuales son insuficientes para ejercer un control adecuado sobre el ingreso y la salida de productos. Esta falta de control conlleva la ausencia de información verídica sobre la cantidad de productos en existencia, lo que ha resultado en agotamientos de inventario y, en consecuencia, en pérdidas significativas en las ventas de la empresa. Este panorama pone en relieve la urgente necesidad de intervenir y transformar esta área para evitar pérdidas innecesarias y maximizar las oportunidades de venta.

Un punto aún más crítico reside en la falta de actualización recurrente de la información. La ausencia de un seguimiento constante de los precios de los productos ha resultado en la falta de conocimiento del costo unitario de los productos, lo que a su vez afecta la rentabilidad. Este

hecho, además de representar pérdidas financieras, pone de manifiesto una falta de visión estratégica y un riesgo para la toma de decisiones informadas en cuanto a precios y márgenes de beneficio.

La literatura especializada respalda la importancia del área de inventarios en la organización. Según Ballou (2007), la gestión de inventarios es un componente crítico en la cadena de suministro y afecta directamente la rentabilidad, la eficiencia y la satisfacción del cliente. Un sistema de inventarios inadecuado puede generar des-balances en la cadena de suministro, costos innecesarios y agotamientos de inventario que impactan la capacidad de la empresa para cumplir con la demanda del mercado. Por otro lado, Chopra y Meindl (2015) enfatizan que la optimización de los inventarios permite a las empresas mantener un equilibrio entre el costo de almacenamiento y el costo de agotamiento de inventario, contribuyendo así a la rentabilidad y la eficiencia general de la organización.

En conclusión, la elección de centrar el plan de acción en el área de inventarios de Decotextil se justifica por la urgente necesidad de abordar los problemas críticos identificados en esta área. La falta de control en la gestión de inventarios, la ausencia de información actualizada y la pérdida de ventas y rentabilidad son cuestiones que requieren una intervención inmediata. Además, la literatura académica respalda la importancia estratégica de la gestión de inventarios en la optimización de la cadena de suministro y la mejora de la rentabilidad de la empresa. A través de la implementación de un plan de acción focalizado en esta área, Decotextil tiene la oportunidad de transformar sus procesos, maximizar sus oportunidades y asegurar un futuro más sólido y competitivo en el mercado.

### **Principales causas del problema**

La incorrecta gestión de los Inventarios de una empresa puede originarse a partir de diversas causas, siendo una de las más reconocidas la falta de enfoque en la optimización de los procesos de control de inventarios, especialmente en el ámbito de las pequeñas empresas. A menudo, estas empresas recurren a métodos tradicionales como registros manuales con papel y lápiz, o en ocasiones utilizan hojas de cálculo de Excel para gestionar sus inventarios. Esta falta de adopción de tecnologías y métodos avanzados puede llevar a ineficiencias y pérdidas financieras.

En el contexto de Decotextil, esta problemática se agudiza aún más. La empresa presenta deficiencias notables en la planificación de su gestión de inventarios. Un claro indicador de esta

situación es el método empleado para medir los objetos de fácil contabilización, que consiste en realizar conteos esporádicos cada vez que se necesita realizar un nuevo pedido a los proveedores. Esta metodología no solo es propensa a errores, sino que también es insuficiente para una gestión efectiva de los inventarios, lo que puede resultar en des-balances entre la demanda y la oferta de productos.

Sumado a esto, la particularidad de la comercialización de tela "al detal" agrega una capa adicional de complejidad. La falta de un sistema de inventario que ofrezca una visión precisa de los rollos de tela disponibles en el establecimiento dificulta aún más la toma de decisiones informadas y puede llevar a situaciones en las que la disponibilidad de productos no coincida con la demanda del mercado.

La literatura académica respalda la importancia de una gestión adecuada de inventarios. Según Vollmann, Berry, Whybark y Jacobs (2017), la optimización de los inventarios no solo afecta directamente la rentabilidad de una empresa, sino que también influye en la satisfacción del cliente, la eficiencia operativa y la capacidad de cumplir con las demandas del mercado. En el caso de Decotextil, la implementación de un plan de acción centrado en la optimización de la gestión de inventarios no solo resuelve los problemas mencionados, sino que también otorgaría a la empresa una mejor posición competitiva y permitiría aprovechar al máximo las oportunidades de venta.

En resumen, la falta de cultura en la optimización de los procesos de control de inventarios es un problema común en muchas pequeñas empresas, y Decotextil no es una excepción. La empresa enfrenta dificultades específicas en su gestión de inventarios debido a sus métodos de medición y la naturaleza de su negocio. La importancia de abordar esta cuestión es respaldada por varios autores, que destaca cómo una gestión efectiva de inventarios puede impulsar la rentabilidad y la competitividad de la empresa. El diseño de un plan de acción enfocado en esta área no solo resolvería los problemas actuales, sino que también sentaría las bases para un crecimiento sostenible y una operación más eficiente.

### **Objetivo de la Propuesta**

Crear un plan de acción para la gestión de inventarios que permita la medición, control y reporte de los productos que se encuentran disponibles en almacén/bodega y de esta forma generar procesos eficaces y activos que permitan la correcta toma de decisiones en la organización respecto a la logística de sus productos.

### **Objetivos Específicos de la Propuesta**

Obtener valoraciones reales respecto al estado de los productos que se encuentran en stock;  
Conocer la cantidad de producto disponible para rotación por ventas;  
Percibir el estado de los productos que se encuentran en el inventario;  
Realizar cálculos correspondientes y aplicar el análisis ABC para evitar la generación de pedidos innecesarios de productos, lo cual podría resultar en mayores costos para la empresa;  
Obtener indicadores de evolución de los productos y sus ratios de rotación.

### **Selección de Acciones**

La gestión de inventarios está íntimamente relacionada con los conceptos de cadena de suministros, logística y la administración de operaciones. Se han realizado diversos estudios al respecto y algunos autores han realizado sus aportes respecto al tema.

Roger G. Schroeder, autor de *Administración de Operaciones* nos dice que el inventario posee dos funcionalidades; Busca satisfacer la demanda del consumidor y la demanda de materia prima para la producción. Decotextil se encuentra en ambos aspectos, puesto que no solo debe satisfacer la demanda del cliente, también debe garantizar que éste pueda obtener materia prima y de este modo pueda producir los bienes.

En su libro *Administración de la cadena de suministros*, Cespón (2012) establece que el inventario es una “reserva” que garantiza una correcta satisfacción del consumidor final, no podría estar más cerca de la realidad; Cuando la empresa utiliza un sistema que controle y gestione su nivel de abastecimiento, no solo funciona como reserva de materiales, también beneficia la economía de la organización, pues proporciona medidas que lleven a tomar las mejores decisiones respecto a compra a proveedores, así como el uso de nuevas herramientas para optimizar procesos en la empresa y recortar tiempos de espera.

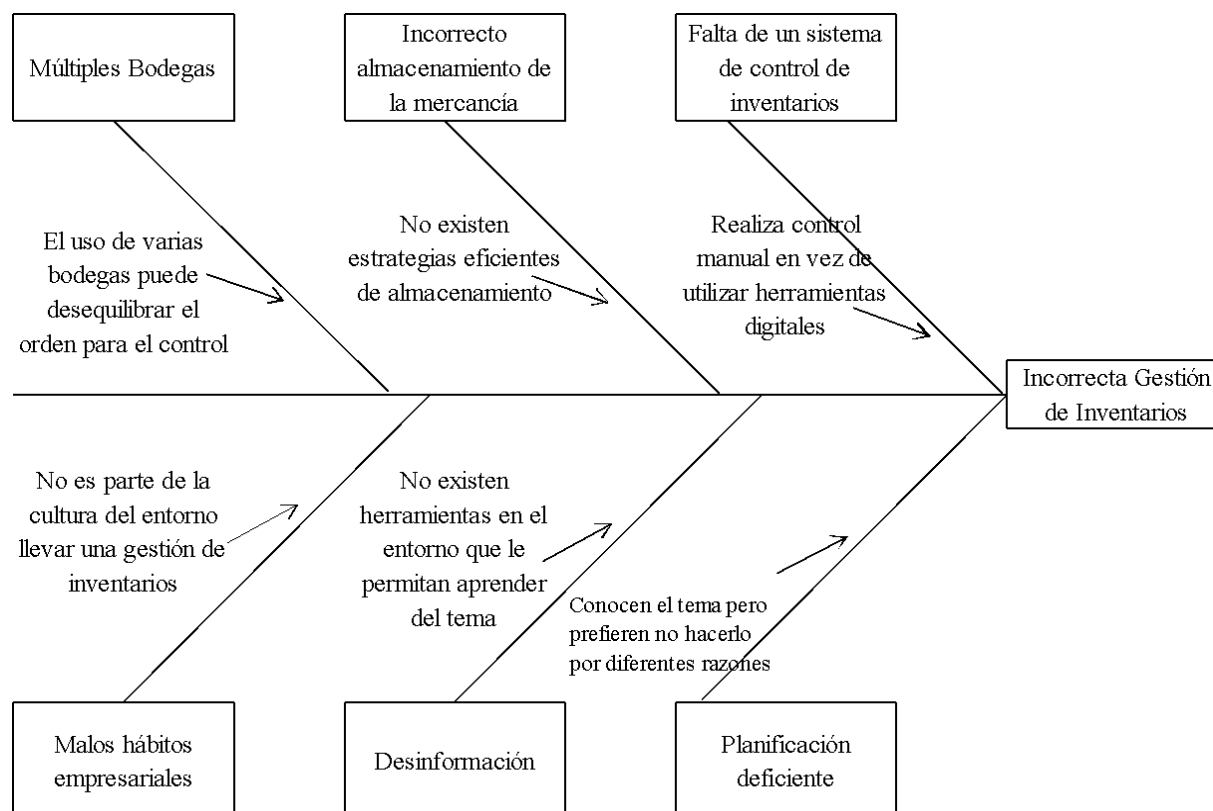


Gráfico 7. Diagrama causa-efecto respecto a la incorrecta gestión de los inventarios. Elaboración propia

Ronald Ballou, autor de *Logística: Administración de la cadena de suministro*, nos dice que el inventario es un determinante sobre los costos y por lo tanto, las decisiones que giren en torno a los mismos tienen incidencia económica y debe establecer un balance entre todos los elementos que lo componen.

Ahora bien, sabemos por la teoría que el inventario es necesario, pero ¿Qué sucede en la práctica? En el *Gráfico 7* se puede identificar aquellas áreas que la empresa no está tomando en cuenta para gestionar su inventario de manera efectiva. Por esta razón, las acciones a implementar son:

- Creación de un catálogo actualizado (Inventario actual) con información de todos los productos;
- Clasificación de los productos por categorías;
- Determinar los días de inventario según el tiempo de entrega de proveedores y la frecuencia de compra del producto, esto permite calcular el máximo y mínimo de stock;
- Elección de un software de inventario;
- Revisión y actualización de la información.



La empresa Decotextil debe introducir un control de inventarios sistematizado, para esto se necesita realizar el conteo de los productos del inventario inicial, ahora bien, es importante declarar que la empresa cuenta con un almacén y dos bodegas, se debe contar con un sistema que tenga en cuenta estos requisitos.

## **Planificación**

PLAN DE ACCIÓN		Versión n° 1		Proyecto: Optimización de la Gestión de Inventarios		Fecha: 1-May	
Meta que se quiere lograr:		Implementar una gestión de inventarios sistematizada para optimizar los procesos y operaciones de la empresa					
Ficha		001					
n°	FIJAR OBJETIVOS	PLANIFICAR LOS MEDIOS	IDENTIFICAR RECURSOS	FIJAR PLAZOS	REVISIÓN Y EVALUACIÓN		
					Fecha:	Observaciones	
1	Realizar Inventario Actual para determinar datos iniciales	Designación de 3 días para realizar el conteo total de productos	Personal capacitado (aproximado 4 operadores), 3 días laborales, herramienta de tabulación de datos	CORTO	15 Agosto		
2	Categorizar los productos para mayor eficiencia	Determinar los productos por tres categorías: Temporales (no vendidos constantemente), Alta rotación (alta demanda) y Especiales y sobre pedido (Eventuales)	Participación de la Gerencia, Acceso a los datos históricos de ventas, 1 día laboral para la digitación de los datos	CORTO	08 Agosto		
3	Contabilización de rotación de inventario	Cálculo de los días de inventario por medio del tiempo de entrega del producto y su frecuencia de compra en un periodo de tiempo	Capacidad de análisis de información, histórico de logística de proveedores y compras a proveedores por producto	CORTO	01 Agosto		
4	Determinar el uso de la herramienta para la sistematización de Inventarios y optimizar el proceso	Determinar cuáles es el sistema contable que se amoldará a la perfección con las necesidades de la empresa, para esto analizaremos aspectos como tipos de productos, cantidad de ingresos y salidas del mismo durante un plazo determinado y las variables del producto (cantidad en metros o normal). También se capacitará al personal pertinente para su utilización.	Participación de la gerencia y análisis de distintas empresas que ofrecen paquetes de sistemas contables	CORTO	08 Agosto		
5	Revisión periódica de la información para análisis pertinentes	Actualización de la información de manera mensual, llevar registro unificado del control de inventario y el sistema de facturación para conocer valores reales.	Análisis de información, registros históricos de ventas, registros de compras a proveedores.	MEDIANO	19 Septiembre		

Tabla 10. Planificación general del plan de acción. Elaboración propia

La planificación meticulosa llevada a cabo tiene como objetivo fundamental trazar una ruta clara hacia la implementación exitosa de un sistema de gestión de inventarios en Decotextil. Mediante la de-limitación detallada de cada actividad involucrada en este proceso, se busca garantizar una ejecución fluida y eficiente de las acciones necesarias. No se debe subestimar la

importancia de esta etapa, ya que su correcta ejecución sienta las bases para una transformación sustancial en la forma en que la empresa aborda su manejo de inventarios.

Es crucial reconocer que el impacto positivo de una gestión de inventarios eficaz se extiende mucho más allá de la organización física de los productos. Si bien la optimización del almacenamiento y la disponibilidad de los productos es un beneficio evidente, es igualmente importante considerar las ramificaciones económicas y financieras de un control riguroso en esta área. Un sistema de gestión de inventarios bien implementado tiene el potencial de influir directamente en el flujo de efectivo de la empresa, al minimizar la inversión innecesaria en inventarios excesivos y al evitar agotamientos que podrían comprometer la satisfacción del cliente y las ventas.

Asimismo, esta optimización de los inventarios también puede tener un impacto en la posición de endeudamiento de la empresa. Al tener un control más preciso de las existencias y gestionar los niveles de inventario de manera más efectiva, Decotextil puede reducir la necesidad de mantener excesivas reservas de productos, lo que a su vez podría disminuir la dependencia de financiamiento externo para mantener inventarios inflados. Esta estrategia podría conducir a una posición financiera más sólida y a la disminución de costos asociados con el financiamiento de inventarios.

Un aspecto significativo que destaca es cómo un mayor control de los productos disponibles puede impulsar la eficiencia en toda la organización. Al contar con información precisa y actualizada sobre los niveles de inventario, la empresa puede tomar decisiones más informadas y estratégicas en áreas como la planificación de la producción, las compras y la distribución. La posibilidad de anticipar la demanda y ajustar los procesos en consecuencia permitirá a Decotextil optimizar sus recursos y minimizar desperdicios, lo que a su vez se traducirá en una mejora de la rentabilidad y la competitividad en el mercado.

En resumen, la planificación minuciosa de la implementación de un sistema de gestión de inventarios en Decotextil va más allá de simplemente organizar los productos en el almacén. Su alcance abarca aspectos económicos, financieros y operativos que pueden influir directamente en la salud financiera de la empresa y en su capacidad para competir eficazmente en el mercado. La inversión en una gestión de inventarios optimizada no solo traerá orden y eficiencia, sino que también permitirá a Decotextil aprovechar oportunidades estratégicas para maximizar su rendimiento y consolidar su posición en la industria.

## Inventario Anual

El proceso de realización de un inventario anual es esencial para garantizar un control preciso y actualizado de los activos de la empresa. A continuación, se presenta un formato y se definen las actividades clave que deben llevarse a cabo durante el proceso de inventario anual en Decotextil:

Formato de Inventario Anual:

Inventario			No.----			
Nombre			Total artículos: ---			
Direccion			Total precio de compra: \$---			
Bodega			Total Valor actual estimado: \$---			
Teléfono			Diferencia Actual/Precio de compra: \$---			
Nombre	Codigo/Categoría	Fecha de compra	Proveed or	Precio de compra	Valor actual estimado	Cantidad
Artículo 1	---	---	---	\$---	\$---	
Artículo 2	---	---	---	\$---	\$---	
Artículo 3	---	---	---	\$---	\$---	
Artículo 4	---	---	---	\$---	\$---	

Tabla 11. Formato para la presentación de Inventario Anual de productos. Elaboracion propia.

## Actividades de Control durante el Inventario Anual

Preparación y Planificación:

Designar un equipo responsable del inventario, que incluya a miembros de diferentes áreas involucradas en el proceso.

Definir una fecha y horario para llevar a cabo el inventario, asegurándose de que no interfiera con la operación regular de la empresa.

Establecer un plan detallado que incluya los pasos a seguir, los recursos necesarios y las responsabilidades de cada miembro del equipo.

**Conteo Físico**

Realizar el conteo físico de los productos en el almacén, asegurándose de incluir cada artículo individualmente.

Utilizar herramientas de conteo precisas, como escáneres de códigos de barras o dispositivos móviles, para minimizar errores humanos.

**Registro de Datos**

Registrar los resultados del conteo en el formato de inventario anual, incluyendo el nombre del producto, su código, la cantidad existente y el precio unitario.

Calcular el valor total de cada producto multiplicando la cantidad existente por el precio unitario.

**Verificación y Conciliación**

Realizar una revisión exhaustiva de los registros para identificar discrepancias entre el conteo físico y los datos registrados en el sistema.

Investigar las diferencias y resolver cualquier discrepancia antes de avanzar al siguiente paso.

**Informe de Resultados**

Generar un informe detallado de los resultados del inventario anual, destacando las diferencias encontradas y las medidas tomadas para resolverlas.

Presentar el informe al equipo de dirección y otros Stakeholders relevantes.

**Actualización de Sistemas**

Actualizar los registros del sistema de inventario con los datos exactos obtenidos durante el conteo físico.

Asegurarse de que los registros reflejen con precisión la cantidad y el valor de cada producto.

**Análisis y Mejora Continua**

Analizar los resultados del inventario para identificar tendencias, patrones y áreas de mejora.

Utilizar los datos recopilados para ajustar estrategias de compra, distribución y gestión de inventarios en el futuro.

**Capacitación y Comunicación**

Proporcionar capacitación a los empleados involucrados en el proceso de inventario para garantizar que comprendan la importancia del proceso y cómo llevarlo a cabo correctamente.

Comunicar los resultados del inventario a todo el equipo y resaltar los logros y mejoras realizadas.

La realización de un inventario anual siguiendo estas actividades de control permitirá a Decotextil mantener un registro preciso y actualizado de sus activos, optimizando sus operaciones y toma de decisiones. Además, esta práctica proporcionará una base sólida para la planificación estratégica y el crecimiento sostenible de la empresa.

### **Propuesta de Categorización de Inventarios mediante Análisis ABC:**

El análisis ABC es una técnica de categorización que ayuda a priorizar los productos en función de su valor y movimiento. A continuación, se presenta un formato de cuadro para llevar a cabo esta categorización en Decotextil:

Precio	Cantidad Existente	Precio Unitario	Valor Total	%Sobre valor total	Acomulado % Sobre valor total	CATEGORIA
Producto 1	-----	\$---	\$---	---%	--%	A
Producto 2	-----	\$---	\$---	--%	--%	A
-----	-----	\$---	\$---	--%	--%	-----
Producto n	-----	\$---	\$---	--%	--%	C

Tabla 12. Propuesta para categorización de productos mediante Análisis ABC

Categorización:

**Categoría A:** Productos con alto valor que representan aproximadamente el 70-80% del valor total del inventario. Son productos críticos que deben ser gestionados con alta precisión y atención.

**Categoría B:** Productos de valor moderado que representan aproximadamente el 15-25% del valor total del inventario. Son productos importantes pero no tan críticos como los de Categoría A.

**Categoría C:** Productos de bajo valor que representan aproximadamente el 5-15% del valor total del inventario. Aunque individualmente tienen menos impacto financiero, su volumen de movimiento puede ser significativo.

Pasos para la Categorización:

**Recopilación de Datos:** Obtener los datos de cantidad existente y precio unitario de cada producto en el inventario.

**Cálculo de Valor Total:** Calcular el valor total de cada producto multiplicando la cantidad existente por el precio unitario.

Ordenamiento: Ordenar los productos en orden descendente según su valor total.

Cálculo de % sobre Valor Total: Calcular el porcentaje que representa cada producto sobre el valor total del inventario.

Cálculo de Acumulado % sobre Valor Total: Calcular el acumulado de los porcentajes para identificar el punto de cambio de categoría.

Asignación de Categoría: Asignar la categoría A, B o C en función del acumulado % sobre el valor total.

Beneficios de la Categorización ABC:

Enfoque en productos críticos.

Optimización de recursos y costos.

Toma de decisiones más informada.

Planificación de demanda más precisa.

Mejora en la eficiencia operativa.

La categorización ABC proporciona una estructura clara para priorizar y gestionar los inventarios de manera eficiente, permitiendo a Decotextil maximizar su rendimiento y rentabilidad. Al implementar este enfoque, la empresa estará mejor equipada para optimizar sus procesos y recursos en función de la importancia de cada producto en su inventario.

### Ejemplo de uso Analisis ABC

Articulo	Cantidad Existente	Precio Unitario	Valor Total	% Sobre valor total	Acomulado %	Categoria	%
2	698	\$ 8.000	\$ 5.584.000	7,90%	7,90%	A	77,86%
5	584	\$ 10.000	\$ 5.840.000	8,26%	16,16%	A	
6	374	\$ 9.000	\$ 3.366.000	4,76%	20,92%	A	
20	354	\$ 75.000	\$ 26.550.000	37,56%	58,49%	A	
4	203	\$ 7.000	\$ 1.421.000	2,01%	60,50%	A	
11	200	\$ 26.000	\$ 5.200.000	7,36%	67,85%	A	
1	166	\$ 6.500	\$ 1.079.000	1,53%	69,38%	A	
16	148	\$ 35.000	\$ 5.180.000	7,33%	76,71%	A	
7	125	\$ 4.000	\$ 500.000	0,71%	77,42%	A	
13	125	\$ 2.500	\$ 312.500	0,44%	77,86%	A	
3	108	\$ 16.500	\$ 1.782.000	2,52%	80,38%	B	13,60%
18	103	\$ 38.250	\$ 3.939.750	5,57%	85,95%	B	
8	88	\$ 8.800	\$ 774.400	1,10%	87,05%	B	
10	79	\$ 17.500	\$ 1.382.500	1,96%	89,01%	B	
15	69	\$ 18.000	\$ 1.242.000	1,76%	90,76%	B	
22	65	\$ 7.600	\$ 494.000	0,70%	91,46%	B	
19	58	\$ 69.000	\$ 4.002.000	5,66%	97,12%	C	8,54%
17	52	\$ 12.000	\$ 624.000	0,88%	98,01%	C	
21	51	\$ 18.900	\$ 963.900	1,36%	99,37%	C	
12	48	\$ 4.500	\$ 216.000	0,31%	99,68%	C	
9	45	\$ 4.700	\$ 211.500	0,30%	99,97%	C	
14	12	\$ 1.500	\$ 18.000	0,03%	100,00%	C	
			\$ 70.682.550				

Tabla 13. Tabla tabulación Formato Analisis ABC. Elaboración propia. Fuente: Referencias

ZONA	N° Articulos	%Articulos	%Acomulado	%Inversion	%Acomulado
A	10	45,45%	45,45%	77,86%	77,86%
B	6	27,27%	72,73%	13,60%	91,46%
C	6	27,27%	100,00%	8,54%	100,00%
		22			

Tabla 14. Nivel de Inversion Analisis ABC. Elaboracion propia. Fuente: Referencias



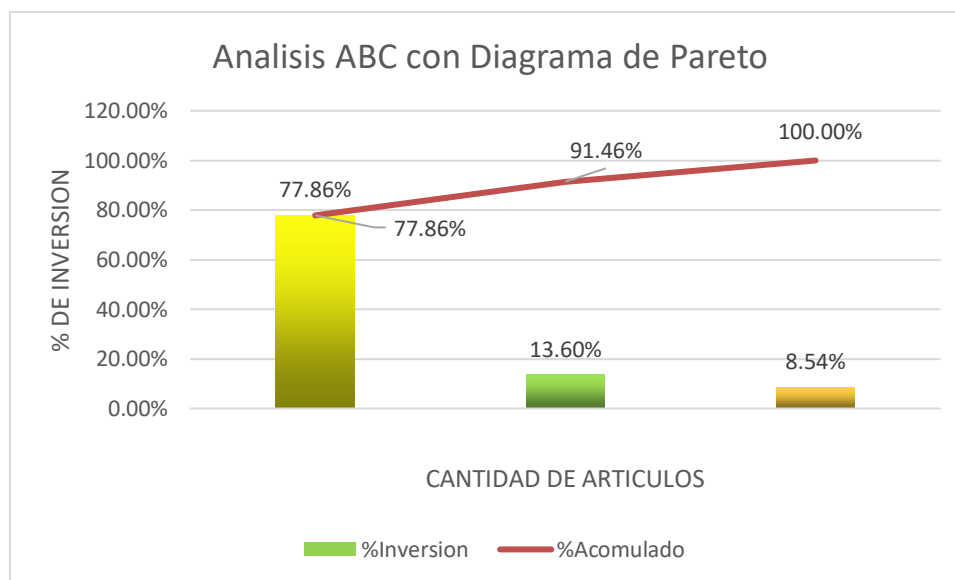


Gráfico 8. Analisis ABC con Diagrama de Pareto. Elaboracion propia. Fuente: Referencias

### Propuesta de Cotización de Software para Control de Inventarios

En respuesta a la necesidad de Decotextil de sistematizar su control de inventarios, hemos evaluado y seleccionado dos opciones de software que pueden cumplir con sus requerimientos: ALEGRA y SIIGO. A continuación, presentamos una propuesta sencilla con información sobre cada software, sus aplicaciones, usos y beneficios:

#### 1. ALEGRA:

##### Aplicaciones y Usos:

**Gestión Integral de Inventarios:** ALEGRA ofrece un módulo específico para el control detallado de los productos en inventario, permitiendo registrar entradas, salidas y movimientos.

**Generación de Reportes:** Proporciona informes actualizados sobre el estado de inventarios, valorización y fluctuaciones de precios.

**Seguimiento en Tiempo Real:** Permite realizar seguimiento en tiempo real de las existencias, facilitando la toma de decisiones.

**Integración con Ventas y Compras:** Integra las operaciones de ventas y compras con el control de inventarios, optimizando la gestión.

##### Beneficios:

**Mayor Precisión:** Evita errores humanos en el registro y seguimiento de inventarios.

**Optimización de Procesos:** Agiliza la gestión de inventarios y facilita la toma de decisiones.

**Control Financiero:** Contribuye a una mejor valorización de los productos y control de costos.

**Reportes Personalizados:** Ofrece informes adaptados a las necesidades de Decotextil.

Crecimiento Escalable: ALEGRA puede crecer junto con la empresa, adaptándose a sus necesidades cambiantes.

## 2. SIIGO:

### Aplicaciones y Usos:

Control de Inventarios Centralizado: SIIGO permite llevar un registro centralizado de todos los productos en inventario.

Gestión de Compras y Ventas: Facilita el enlace entre las operaciones de compra, venta e inventario para una visión holística.

Alertas de Escasez: Genera alertas automáticas cuando los niveles de inventario alcanzan niveles críticos.

Control de Costos: Contribuye a la valorización precisa de los inventarios y el control de los costos asociados.

### Beneficios:

Eficiencia Operativa: Simplifica y optimiza los procesos de control de inventarios.

Toma de Decisiones Informada: Proporciona datos actualizados para decisiones estratégicas.

Integración Empresarial: Permite la sincronización de operaciones clave para una operación más fluida.

Soporte y Actualizaciones: SIIGO ofrece soporte técnico y actualizaciones para un funcionamiento continuo.

### Cotización:

ALEGRA: \$79.900/mes (Precio estimado, sujeto a cambios según necesidades específicas)

SIIGO: \$168.000/mes (Precio estimado, sujeto a cambios según necesidades específicas)

### Notas Finales:

Ambas opciones de software presentan funcionalidades que pueden contribuir significativamente a la optimización del control de inventarios en Decotextil. La elección dependerá de las necesidades específicas y el presupuesto de la empresa. Estamos disponibles para brindar más información y asesoramiento personalizado para ayudar a tomar la mejor decisión para su empresa.

## **Marco Referencial**

### **Orígenes de la Gestión de Inventarios: Un Vistazo Histórico y Actual**

La gestión de inventarios es un concepto que se remonta a la antigüedad, con sus orígenes en civilizaciones como el Antiguo Egipto. En tiempos de escasez y sequía, las sociedades almacenaban alimentos y recursos esenciales para asegurar la supervivencia de su gente. La necesidad de conocer la cantidad de productos disponibles y administrar esos recursos ha sido un componente fundamental en la subsistencia de las sociedades a lo largo de la historia. Hoy en día, la gestión de inventarios sigue siendo crucial, pero su alcance y complejidad se han ampliado significativamente.

En el contexto empresarial actual, la gestión de inventarios se ha convertido en una disciplina esencial para garantizar la continuidad y el éxito de las organizaciones. Los inventarios son elementos clave que permiten asegurar la permanencia de un negocio en el competitivo mercado actual. Tanto para las empresas comerciantes que proveen productos para la venta como para las empresas manufactureras que requieren materias primas para su producción, la gestión eficiente de inventarios se traduce en una ventaja competitiva significativa.

### **Objetivos y Beneficios de la Gerencia de Inventarios**

Ehrhardt y Brigham (2007) resaltan los objetivos fundamentales de la gerencia de inventarios en su libro "Finanzas Corporativas". Estos objetivos abarcan la optimización de la administración de inventarios para garantizar la operatividad fluida de la organización y la preservación de un stock óptimo que minimice los costos asociados a los pedidos y al mantenimiento. A pesar de su importancia, es común que la gestión de inventarios sea subestimada, considerándola casi como una tarea "mágica". Sin embargo, es crucial reconocer que la gestión de inventarios es uno de los aspectos más significativos que una empresa debe considerar en su rutina diaria.

Investigaciones académicas han profundizado en esta área, destacando la obra de Jones y Riley en 1984 en Estados Unidos. Su investigación sobre el "Uso de Inventarios para obtener ventajas competitivas mediante la administración de la cadena de suministro" reveló que las buenas prácticas de control de inventario tienen un impacto directo en la precisión de los pronósticos empresariales y en la reducción de los recursos requeridos para el mantenimiento del inventario. Este hallazgo enfatiza cómo un sistema eficaz de gestión de inventarios puede generar beneficios sustanciales para la organización.

### **Experiencias y Casos de Estudio Relevantes**

Un estudio llevado a cabo en 2002 en Cuba pone de relieve la importancia del inventario en la rentabilidad empresarial. En este contexto, se identificó que el inventario era un "motor" fundamental para la rentabilidad de la empresa. Sin embargo, muchas empresas en la industria hotelera desaprovechaban el potencial del inventario debido a la falta de prácticas de gestión adecuadas. Esto resalta la necesidad de implementar estrategias efectivas de gestión de inventarios para optimizar el rendimiento económico.

El método MRP (Material Requirements Planning) en la gestión de inventarios, estudiado por Bustos y Chacón (2007), es una herramienta que proporciona información esencial para la toma de decisiones en la empresa. Este método se enfoca en garantizar que los materiales estén disponibles para la producción de manera segura y oportuna. Su investigación enfatiza cómo un enfoque estructurado y basado en datos puede contribuir a la eficiencia operativa y la toma de decisiones informadas.

### **Conclusiones y Perspectivas Futuras**

La gestión de inventarios trasciende la logística y las operaciones, contribuyendo tanto al desarrollo económico como cultural de una organización. Una correcta gestión del inventario permite a las empresas optimizar sus procesos y desarrollar estrategias que maximicen la rentabilidad. En este sentido, la empresa Decotextil busca utilizar una gestión efectiva de inventarios como un medio para mejorar su desempeño y asegurar su presencia en el mercado.

A partir de lo anteriormente expuesto, se presenta el Plan de Acción basado en la propuesta de Solución. Este plan tiene como objetivo lograr una gestión eficiente del inventario en almacén y bodegas. La consolidación de esta área permitirá a Decotextil enfocarse en otras áreas de interés y seguir mejorando su desempeño integral.

### Plan de Acción

Actividad N°	1
Tareas	Presentación de los distintos tipos de software que funcionan para la empresa
Responsable	Gerencia
Fecha Inicio	1/8/2022
Fecha Finalización	5/8/2022
Nivel Importancia	ALTA
Estado	Borrador
Tipo	Iniciativa
Presupuesto	\$,0
Indicadores	<p>Asistencia a la Presentación: ¿Cuántos participaron? Calculamos el porcentaje de empleados que asistieron a la presentación. Meta: Queremos que al menos el 70% de los empleados estén presentes</p> <p>Comprensión de los Software: ¿Cuánto entendieron? Evaluamos cuánto comprendieron los empleados sobre los software presentados. Meta: Buscamos un promedio de comprensión de al menos 4 en una escala del 1 al 5</p>

Tabla 15. Plan de Acción Actividad 1. Elaboración propia

Actividad N°	2
Tareas	Acceso a los datos de ventas y compras para el cálculo de los días de inventario
Responsable	Gerencia
Fecha Inicio	1/8/2022
Fecha Finalización	5/8/2022
Nivel Importancia	MEDIA
Estado	Borrador
Tipo	Iniciativa
Presupuesto	\$,0
Indicadores	<p>Frecuencia de Acceso a los Datos: ¿Con qué frecuencia se accede a los datos? Calculamos el promedio de veces que se accede a los datos de ventas y compras por semana. Meta: Buscamos un promedio de al menos 5 accesos por semana.</p>

Tiempo de Acceso a los Datos: ¿Cuánto tiempo lleva acceder a los datos? Calculamos el tiempo promedio en minutos que se tarda en acceder a los datos de ventas y compras. Meta: Queremos un tiempo promedio de acceso de menos de 5 minutos.

Tabla 16. Plan de Acción Actividad 2. Elaboración propia.

Actividad N°	3
Tareas	Elección de un Software de Control de Inventarios y facturación
Responsable	Gerencia
Fecha Inicio	8/8/2022
Fecha Finalización	12/8/2022
Nivel Importancia	ALTA
Estado	Borrador
Tipo	Iniciativa
Presupuesto	\$150.000,0

Eficiencia en la Toma de Decisiones: ¿Con qué rapidez se toma una decisión? Calculamos el tiempo promedio en días desde el inicio del proceso de evaluación de software hasta la selección final del software. Meta: Buscamos una eficiencia que permita tomar una decisión en un plazo máximo de 30 días.

#### Indicadores

Cobertura de Funcionalidades Clave: ¿Qué porcentaje de las funcionalidades clave están cubiertas por el software seleccionado? Evaluamos cuántas de las funciones críticas para el control de inventarios y facturación están disponibles en el software elegido. Meta: La meta es que el software cubra al menos el 90% de las funcionalidades clave identificadas.

Tabla 17. Plan de Acción Actividad 3. Elaboración propia

Actividad N°	4
Tareas	Nombramiento de los responsables de la creación del catálogo de productos actualizado
Responsable	Gerencia
Fecha Inicio	8/8/2022
Fecha Finalización	12/8/2022
Nivel Importancia	MEDIA
Estado	Borrador
Tipo	Acción planificada

Presupuesto	\$,0
Indicadores	<p>Índice de Colaboradores Confiables y Responsables en el Proceso de Contabilización de Inventario: ¿Qué porcentaje de los colaboradores a cargo cumplen con los criterios de confianza, actividad, responsabilidad y atención constante durante el proceso de contabilización de inventario?</p> <p>Meta: El objetivo es contar con un 100% de los colaboradores a cargo que cumplan con los criterios establecidos para garantizar la precisión y eficiencia en la contabilización del inventario actual en almacén y bodegas.</p>

Tabla 18. Plan de Acción Actividad 4. Elaboración propia

Actividad N°	5
Tareas	Realización de una matriz para la recolección de la información
Responsable	Jefe de Inventarios
Fecha Inicio	8/8/2022
Fecha Finalización	12/8/2022
Nivel Importancia	ALTA
Estado	Borrador
Tipo	Acción planificada
Presupuesto	\$,0

Indicadores	<p>Índice de Eficiencia en la Realización de la Matriz de Recolección de Información: ¿En qué medida se logra completar la matriz de recolección de información en el tiempo establecido?</p> <p>Meta: Alcanzar un porcentaje del 100% en la finalización oportuna de la matriz de recolección de información, asegurando la recopilación precisa y completa de datos relevantes para el análisis y la toma de decisiones.</p>
-------------	--

Tabla 19. Plan de Acción Actividad 5. Elaboración propia

Actividad N°	6
Tareas	Inicia el conteo del inventario actual
Responsable	Jefe de Inventarios
Fecha Inicio	15/08/2022
Fecha Finalización	17/08/2022

Nivel Importancia	ALTA
Estado	Borrador
Tipo	Acción planificada
Presupuesto	\$240.000,0

Indicadores	<p>Índice de Inicio de Conteo de Inventario: ¿Con qué rapidez se inicia el conteo del inventario actual después de la programación?</p> <p>Meta: Iniciar el conteo del inventario actual en un plazo máximo de 2 días después de la programación establecida, asegurando el inicio oportuno y eficiente del proceso de conteo.</p>
-------------	--

Tabla 20. Plan de Acción Actividad 6. Elaboración propia

Actividad N°	7
Tareas	Terminación de conteo del inventario
Responsable	Jefe de Inventarios
Fecha Inicio	17/08/2022
Fecha Finalización	17/08/2022
Nivel Importancia	ALTA
Estado	Borrador
Tipo	Acción planificada
Presupuesto	\$240.000,0

Indicadores	<p>Índice de Finalización del Conteo de Inventario: ¿Con qué rapidez se completa el conteo del inventario una vez que se ha iniciado?</p> <p>Meta: Completar el conteo del inventario en un plazo máximo de 2 días después de haber iniciado el proceso de conteo, garantizando una finalización eficiente y oportuna del proceso.</p>
-------------	--

Tabla 21. Plan de Acción Actividad 7. Elaboración propia

Actividad N°	8
Tareas	Tabulación de la Información en el Software
Responsable	Jefe de Inventarios
Fecha Inicio	17/08/2022
Fecha Finalización	17/08/2022
Nivel Importancia	ALTA
Estado	Borrador
Tipo	Acción planificada
Presupuesto	\$,0



Indicadores	<p>Índice de Eficiencia en la Tabulación de Información: ¿Con qué rapidez y precisión se tabula la información del inventario en el software designado?</p> <p>Meta: Tabular la información completa del inventario en el software en un tiempo promedio de 30 minutos por cada 15 productos, asegurando una tabulación precisa y eficiente de los datos.</p>
-------------	---

Tabla 22. Plan de Acción Actividad 8. Elaboración propia

Actividad N°	9
Tareas	Capacitación de la herramienta de control de inventarios
Responsable	Gerencia
Fecha Inicio	18/08/2022
Fecha Finalización	19/08/2022
Nivel Importancia	ALTA
Estado	Borrador
Tipo	Acción planificada
Presupuesto	\$50.000,0

Indicadores	<p>Tasa de Aprendizaje de la Herramienta de Control de Inventarios: ¿Qué tan rápido los colaboradores adquieren habilidades para utilizar eficazmente la herramienta de control de inventarios después de la capacitación?</p> <p>Meta: Lograr que al menos el 50 de los colaboradores sea capaz de utilizar la herramienta de control de inventarios de manera competente en un plazo de 30 días después de la capacitación inicial.</p>
-------------	---

Tabla 23. Plan de Acción Actividad 9. Elaboración propia

Actividad N°	10
Tareas	Actualización de la información
Responsable	Jefe de Inventarios
Fecha Inicio	19/09/2022
Fecha Finalización	21/08/2022
Nivel Importancia	MEDIA
Estado	Borrador
Tipo	Acción planificada
Presupuesto	\$480.000,0

Indicadores	<p>Frecuencia de Actualización de la Información: ¿Con qué regularidad se actualiza la información relacionada con el inventario en el sistema?</p> <p>Meta: Lograr que la información del inventario se actualice al menos 2 veces por mes para garantizar la precisión y la toma de decisiones informadas.</p>
-------------	--

Tabla 24. Plan de Acción Actividad 10. Elaboración propia

Total Presupuesto Plan de Acción	\$1.160.000
----------------------------------	-------------

Formato para realizar la recolección de datos de inventario

Inventario INICIAL			No.	001		
Nombre			Total artículos: ---			
Dirección			Total precio de compra: \$---			
Bodega			Total Valor actual estimado: \$---			
Teléfono			Diferencia Actual/Precio de compra: \$---			
Nombre	Código/Categoría	Fecha de compra	Proveedor	Precio de compra	Valor actual estimado	Cantidad
Artículo 1	---	---	---	\$---	\$---	
Artículo 2	---	---	---	\$---	\$---	
Artículo 3	---	---	---	\$---	\$---	
Artículo 4	---	---	---	\$---	\$---	

Ver tabla 11.

El plan de acción diseñado para optimizar la gestión de inventarios en Decotextil no solo representa una respuesta a la problemática actual de la empresa, sino también un enfoque estratégico que impactará positivamente en su operación y rentabilidad a largo plazo. La importancia de este plan radica en su capacidad para abordar de manera sistemática y efectiva los desafíos que enfrenta la empresa en cuanto al control y manejo de su inventario, un aspecto crítico en cualquier negocio.

Las actividades que componen este plan de acción han sido cuidadosamente seleccionadas para atender los aspectos fundamentales de la gestión de inventarios en Decotextil. Desde el acceso a los datos de ventas y compras para el cálculo de los días de inventario hasta la elección de un software adecuado de control y facturación, cada actividad se enfoca en resolver problemas específicos que afectan la eficiencia y la toma de decisiones de la empresa. Además, la capacitación en el uso de la nueva herramienta y la frecuencia de actualización de la información son elementos clave para mantener un sistema de inventario preciso y actualizado.

Los indicadores cuantitativos desempeñan un papel fundamental en este plan de acción, ya que proporcionan una forma objetiva y medible de evaluar el progreso y el éxito de cada actividad. Estos indicadores permiten cuantificar aspectos como la frecuencia de acceso a los datos, la satisfacción de los usuarios con el software, la participación en la capacitación y la eficiencia en la tabulación de la información. Esta cuantificación no solo brinda claridad sobre el avance de las actividades, sino que también permite identificar áreas de mejora y ajustar el plan según sea necesario.

La relevancia de estos indicadores radica en su capacidad para proporcionar datos tangibles y concretos sobre el impacto del plan de acción en la gestión de inventarios. Permiten evaluar si se están cumpliendo los objetivos planteados y si las mejoras están generando resultados positivos. Además, los indicadores fomentan la transparencia y la rendición de cuentas, ya que brindan información objetiva que puede ser compartida y analizada por todos los involucrados.

En última instancia, la implementación de este plan de acción no solo beneficiará la eficiencia operativa de Decotextil, sino que también fortalecerá su competitividad en el mercado. La optimización de la gestión de inventarios no solo se traducirá en un control más preciso de los recursos y una toma de decisiones más informada, sino que también permitirá a la empresa maximizar su rentabilidad y generar un impacto positivo en su desarrollo económico y cultural.

En resumen, el plan de acción diseñado para mejorar la gestión de inventarios en Decotextil es un enfoque estratégico que aborda de manera integral las áreas críticas de la empresa. Las actividades seleccionadas y los indicadores cuantitativos permiten medir, evaluar y ajustar el progreso, asegurando que cada paso en el camino contribuya al logro de los objetivos propuestos. La combinación de estas actividades y su evaluación constante a través de indicadores garantizarán una mejora sostenible en la gestión de inventarios, fortaleciendo la posición de Decotextil en el mercado y asegurando su crecimiento continuo.

### **Lecciones Aprendidas**

#### **Fomentando una Mentalidad de Diagnóstico en las Microempresas: Superando Resistencias**

La adopción de una mentalidad de diagnóstico en el ámbito de las microempresas puede enfrentar cierta resistencia, lo que puede derivar en una postura de evasión hacia la realización de análisis a profundidad. Es perceptible que se genera una especie de rechazo o aversión a abordar de manera minuciosa los aspectos internos de una microempresa. Esta tendencia podría originarse en una percepción errónea de que solo las grandes corporaciones requieren y merecen la atención de evaluaciones exhaustivas.

Sin embargo, es crucial derribar esta noción limitada. Las microempresas, independientemente de su tamaño o nivel de rentabilidad, desempeñan un papel esencial en el tejido empresarial y económico. Desde el momento de su creación, estas organizaciones tienen la finalidad de brindar servicios o comercializar productos que aporten valor a la sociedad. Por lo tanto, merecen y deben recibir la misma atención y consideración que las grandes empresas.

Es precisamente en los primeros pasos de una microempresa donde radica la importancia de realizar análisis profundos. Estos diagnósticos tempranos actúan como faros orientadores, iluminando el camino hacia un crecimiento efectivo y sostenible. Al identificar posibles obstáculos, áreas de mejora y oportunidades, estas evaluaciones ofrecen una perspectiva crítica para la toma de decisiones informadas. Es innegable que el proceso de diagnóstico contribuye a incrementar el valor de la organización, permitiéndole ajustarse y evolucionar de manera alineada con sus objetivos.

#### **Cultivando una Cultura de Crecimiento y Optimización**

Es fundamental desterrar la idea errónea de que solo las grandes empresas merecen la atención de diagnósticos exhaustivos. En cambio, se debe cultivar una cultura empresarial que abraza la idea de que todas las organizaciones, independientemente de su tamaño, merecen el mismo nivel de análisis y mejora. Esta mentalidad promueve la noción de que cada microempresa es un ente en constante evolución, con un potencial innato para crecer y prosperar en su nicho de mercado.

Al adoptar este enfoque, se construye una base sólida para la implementación de análisis detallados en microempresas. Estos análisis son los cimientos sobre los cuales se erige una estructura organizativa resiliente y adaptable. Los diagnósticos tempranos no solo previenen atrasos y desafíos, sino que también sirven como catalizadores para la innovación y la eficiencia. A través de este proceso, las microempresas pueden ampliar su horizonte de posibilidades y enfrentar el futuro con confianza.

### **Perspectivas Futuras y Crecimiento Sostenible**

En resumen, es esencial reconocer que todas las organizaciones, independientemente de su tamaño, merecen la atención y el enfoque de análisis a profundidad. La resistencia inicial hacia este proceso debe ser superada a través de una comprensión más profunda de cómo estos diagnósticos son vitales para el crecimiento sostenible y el éxito de las microempresas. Fomentar una mentalidad de diagnóstico desde los inicios de una organización es una inversión en su futuro, una garantía de que cada paso dado está respaldado por una evaluación fundamentada y una estrategia informada.

### **Conclusiones**

La presente investigación representa un hito fundamental en el camino hacia la mejora y el crecimiento sostenible de Decotextil. El proceso de diagnóstico y análisis realizado como parte de este proyecto ha proporcionado una visión profunda y holística de la organización. No se trata simplemente de recopilar datos; es una inmersión en la estructura, el funcionamiento y la historia de la empresa. A través de este análisis exhaustivo, se ha trazado un mapa detallado de las áreas clave que impactan en la gestión de inventarios, lo que va mucho más allá de simples números y estadísticas.

Este enfoque minucioso ha permitido no solo identificar los desafíos y debilidades, sino también poner de relieve las oportunidades latentes que a menudo pasan desapercibidas en la rutina diaria de una empresa. La capacidad de mirar más allá de lo evidente y explorar a fondo

cada aspecto de la operación es esencial para el desarrollo y la evolución de cualquier organización. En este contexto, Decotextil ha demostrado su compromiso con la auto evaluación y el aprendizaje constante, características que son esenciales para la adaptación en un entorno empresarial en constante cambio.

El empleo de la herramienta de diagnóstico ha sido revelador en múltiples aspectos. Ha permitido una comprensión profunda de la historia, la cartera de productos, la estructura organizacional y la trayectoria de Decotextil, lo que resulta fundamental para la elaboración de un análisis integral de sus áreas. Es especialmente destacable cómo esta pequeña empresa ha logrado mantenerse durante momentos económicos desafiantes, como la pandemia de Covid-19. Este ejemplo demuestra que la exploración minuciosa de cada faceta de una organización es esencial para generar estrategias que optimicen su rentabilidad, aumenten su presencia en el mercado y creen oportunidades laborales.

El uso de la herramienta de diagnóstico ha arrojado resultados impactantes en cuanto a los valores de las áreas de Decotextil. Estos valores más bajos y las áreas faltantes en su estructura organizacional demuestran la urgente necesidad de un enfoque profundo en su administración interna y operativa. En este sentido, el área de logística y gestión de inventarios emergió como un punto crítico, ya que problemas en la cadena de abastecimiento y la falta de conocimiento sobre los inventarios reales generaban preocupación. Por consiguiente, se seleccionó esta área como la base para la creación del plan de acción, enfocándose en la administración y el control de inventarios.

Los resultados obtenidos no solo respaldan la necesidad de optimizar la gestión de inventarios, sino que también brindan una base sólida y fundamentada para la toma de decisiones estratégicas. Esta información no solo es valiosa para la alta dirección de Decotextil, sino que también puede ser compartida con los equipos y empleados en todos los niveles de la organización. La comprensión de las áreas que requieren una atención urgente y las oportunidades de mejora puede inspirar un sentido de propósito y colaboración en toda la empresa.

El plan de acción se erige como un paso crucial para Decotextil, con un presupuesto inicial económico pero significativo para la organización. Durante los últimos dos años, la empresa ha carecido de un control eficiente de sus inventarios, lo que ha influido en la toma de decisiones y la visibilidad de su cadena de abastecimiento. La propuesta de este plan de acción

permitirá a Decotextil tener un control más sólido sobre sus productos, tomar decisiones informadas sobre su stock ideal en función de los flujos de ingresos y egresos, y obtener una comprensión más precisa de su cadena de abastecimiento interna.

La falta de un control eficiente de inventarios ha generado incertidumbre en cuanto a la disponibilidad de productos, lo que a su vez ha dificultado la planificación de abastecimiento y la satisfacción de la demanda de los clientes. Esta situación ha influido en la capacidad de Decotextil para tomar decisiones informadas y estratégicas sobre la gestión de su inventario, lo que es esencial para su funcionamiento eficiente y rentable.

La propuesta de este plan de acción está diseñada específicamente para abordar estos desafíos. Al implementar un enfoque más estructurado y basado en datos para la gestión de inventarios, Decotextil podrá obtener un control más sólido sobre sus productos. Esto implica mantener un registro detallado de las existencias, monitorizar los flujos de ingresos y egresos, y establecer umbrales óptimos de inventario que garanticen la disponibilidad de productos cuando sea necesario, sin incurrir en costos innecesarios de almacenamiento.

La investigación no solo ha culminado en la creación de un plan de acción sólido y específico destinado a optimizar la gestión de inventarios en Decotextil, sino que también ha destacado un principio fundamental: la necesidad constante de evaluar y mejorar las prácticas internas en cualquier organización, sin importar su tamaño. En un entorno empresarial caracterizado por la constante evolución y competencia feroz, esta capacidad de análisis, adaptación y mejora continua se ha convertido en un factor determinante para el éxito sostenible.

El hecho de que Decotextil haya abrazado este enfoque de mejora continua habla de su compromiso con la excelencia y la eficiencia en todas las facetas de su operación. No se trata solo de corregir problemas existentes, sino de crear una cultura organizacional que valore la innovación y la optimización como un proceso constante. Esta actitud es fundamental para mantener una ventaja competitiva en un mercado que nunca deja de cambiar y evolucionar.

Decotextil está en camino de transformar su gestión de inventarios en un recurso estratégico. Este cambio no solo mejorará su eficiencia operativa, sino que también reforzará su rentabilidad y le proporcionará una base sólida para abordar los desafíos futuros con confianza. La gestión de inventarios, que en el pasado podría haberse considerado una tarea puramente operativa, se está convirtiendo en una palanca estratégica que impulsará el éxito continuo de Decotextil en la industria.

En resumen, la investigación y el plan de acción resultante no son eventos aislados, sino parte de un ciclo constante de mejora y adaptación. Decotextil está liderando el camino hacia un futuro empresarial más eficiente y sostenible, y su enfoque en la mejora continua la posiciona como una organización preparada para prosperar en un mercado en constante cambio. Este compromiso con la excelencia no solo beneficiará a la empresa, sino también a sus colaboradores, clientes y socios en el negocio.

### **Recomendaciones**

El plan de acción establecido para la empresa Decotextil traerá beneficios a corto, mediano y largo plazo. A través de la implementación de una correcta gestión de inventarios, la empresa podrá gozar de herramientas que faciliten sus operaciones tanto físicas como contables, esto podría ser un mecanismo para la disminución del trabajo manual, dando paso a las nuevas tecnologías y oportunidades que nos ofrecen estas herramientas.

La gestión de inventario es un concepto importante en cualquier negocio. Se refiere a mantener un registro de los artículos que posee su negocio en un momento dado. Hacerlo de manera efectiva reduce los costos. Además, previene la escasez y los excesos que pueden ocurrir al administrar su inventario de manera incorrecta. Mantener un plan eficaz de gestión de inventario resulta beneficioso tanto para los proveedores como para los clientes.

La gestión eficaz de su inventario evita el desperdicio y aumenta la rentabilidad. También es una herramienta vital en la planificación de nuevos productos o servicios. Esto facilita la estimación del número de unidades que debe producir o adquirir en un momento dado. La gestión de inventario también ayuda a satisfacer las demandas de los clientes y evita los costos excesivos asociados con la adquisición de más artículos de los necesarios. Además, la actualización regular de sus registros de inventario los mantiene actualizados y le permite detectar errores rápidamente. Al hacerlo, se reduce la cantidad de errores que provocan demoras en la venta o entrega de su inventario.

### **Referencias**

IGAC (2015). Acacías: segundo municipio más valorizado del Meta. Recuperado de: <https://igac.gov.co/es/noticias/acacias-segundo-municipio-mas-valorizado-del-meta>  
Municipios de Colombia, Acacías. Recuperado de: <https://www.municipio.com.co/municipio-acacias.html>



Ley 2069 del 31 de diciembre del 2020, Colombia. Por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia. Recuperado de:

<https://www.mipymes.gov.co/normatividad/leyes/ley-2069-del-31-de-diciembre-de-2020.aspx>

Cómo mejorar el entorno económico de una empresa. Recuperado de: <https://destinonegocio.com/co/economia-co/entorno-economico-empresarial/>

Ballou, R. H. (2007). *Business logistics/supply chain management: Planning, organizing, and controlling the supply chain*. Pearson Education.

Chopra, S., & Meindl, P. (2015). *Supply chain management: Strategy, planning, and operation*. Pearson.

Ministerio de Trabajo (2019). Mipymes representan más del 90% del sector productivo nacional. Recuperado de: <https://www.mintrabajo.gov.co/prensa/comunicados/2019/septiembre/mipymes-representan-mas-de-90-del-sector-productivo-nacional-y-generan-el-80-del-empleo-en-colombia-ministra-alicia-arango>

Fragoso, A. (s.f). *Fundamentos teóricos de la Gestión de Inventarios*. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/fundamentos-teoricos-de-la-gestion-de-inventarios/>

Cespón Castro, R. (2012). *Administración de la Cadena de Suministro*. Santa Clara, Cuba: Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas.

Schroeder, R. (1992). *Administración de operaciones (Tercera ed.)*. México DF: McGraw-Hill Interamericana de México.

Ascencio González, R. (2015). *Procedimiento para evaluar el control de gestión de inventarios en la empresa comercializadora ith holguin. tesis en opción al título de máster en contabilidad gerencial*. Holguín, Cuba: Facultad de Ciencias Económicas y de Administración.

González, H., Hernández, N., & Corzo, J. (2003). *Gestión de inventarios*. En M. Torres Gemeil, J. R. Daduna, & B. Mederos Cabrera, *LOGISTICA Temas seleccionados* (págs. 21-50). Pinar del Río, Camagüey, Cuba: Grupo UPRedes de la Universidad de Pinar del Río.

Durán, Y. (2012). *Administración del inventario: elemento clave para la optimización de las utilidades en las Empresas*. *Visión Gerencial*, núm. 1, enero-junio, 2012, pp. 55-78. Universidad de los Andes. Mérida, Venezuela. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545892008>

Bustos, C. y Chacón, G. (2007, enero-junio). *El MRP en la gestión de inventarios*. *Revista Visión Gerencial*. Recuperado de: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/25132/1/articulo1.pdf>

- Ehrhardt, M. y Brigham, E. (2007). Finanzas corporativas. Segunda edición. México: Editorial Thomson
- Corzo, J., Torres, M., Lugo, M., Cossio, I., Reyes, R., Betancourt, M., Álvarez, H. (2002). Aplicación de un sistema de gestión de inventario. IV Jornada Científica Nacional del Centro de Investigación y Desarrollo del Comercio Interior, La Habana. Recuperado de: <http://www.bibliociencias.cu/gsd/collect/eventos/index/assoc/HASH513c.dir/doc.pdf>
- Johnson, M. W., Christensen, C. M., & Kagermann, H. (2008). Reinventing your business model. *Harvard Business Review*, 86(12), 50-59.
- Porter, M. E. (1996). What is strategy? *Harvard Business Review*, 74(6), 61-78.
- Rubio, C. (2021). Análisis ABC con Diagrama de Pareto. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=mpwroXYvmC8>
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2017). Strategic management and business policy: Globalization, innovation, and sustainability. Pearson.
- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2008). Strategic management and competitive advantage: Concepts and cases. Pearson Prentice Hall.
- Vollmann, T. E., Berry, W. L., Whybark, D. C., & Jacobs, F. R. (2017). Manufacturing planning and control for supply chain management. McGraw-Hill Education.
- Ehrhardt, M. C., & Brigham, E. F. (2007). Finanzas Corporativas. Cengage Learning.
- Jones, T. C., & Riley, J. (1984). Using Inventory for Competitive Advantage through Supply Chain Management. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 14(8), 22-33.

## Anexo 1



Bogotá, Colombia, 17 Agosto, 2021

Señores  
UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
Coordinadora Prácticas Profesionales  
Acacias

Por medio del siguiente documento nos permitimos notificarle que la empresa DECOTEXTILES con Nit No.1006778338-6 ha aceptado a la estudiante Paola Andrea Cepeda Bohorquez identificada con la cédula de ciudadanía No. 1006778338 del programa académico de Administración de Empresas para realizar su Práctica Empresarial I y II desde el día 17 de Agosto de 2021 hasta el 30 de Julio del 2022.

El proyecto central de la práctica es: DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO de la organización como base fundamental para la estructuración del direccionamiento estratégico, formulación de estrategias y planes de acción tendiente a la solución de los problemas identificados a nivel del diagnóstico de la empresa, analizados desde las cuatro 4 perspectivas fundamentales del CMI: Financiera, Clientes, Procesos y Recursos Humanos.

Los datos de la persona que asumirá el rol de TUTOR EMPRESARIAL son:  
Paola Andrea Cepeda Bohorquez  
Teléfono: 312 352 3040  
E-mail: [andrea201702@gmail.com](mailto:andrea201702@gmail.com)

Adicionalmente adjuntamos un certificado de existencia y representación legal de la compañía.

Cordialmente,

PAOLA ANDREA CEPEDA BOHORQUEZ  
GERENTE DECOTEXTIL



**CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO**  
**CERTIFICADO DE MATRÍCULA MERCANTIL DE PERSONA NATURAL**

Fecha expedición: 27/09/2021 - 14:56:45  
 Recibo No. S001249615, Valor 3100

**CÓDIGO DE VERIFICACIÓN IUWsRDj35k**

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a <https://siivillavicencio.confecamaras.co/cv.php> y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

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

**NOMBRE, IDENTIFICACIÓN Y DOMICILIO**

Nombres y apellidos : PAOLA ANDREA CEPEDA BOHORQUEZ  
 Identificación : CC. - 1006778338  
 Nit : 1006778338-6  
 Domicilio principal: Acacias

**MATRÍCULA**

Matrícula No: 392616  
 Fecha de matrícula: 16 de abril de 2021  
 Último año renovado: 2021  
 Fecha de renovación: 16 de abril de 2021  
 Grupo NIIF : GRUPO III - MICROEMPRESAS

**UBICACIÓN**

Dirección del domicilio principal : Calle 14 n 26-18 - San José  
 Municipio : Acacias  
 Correo electrónico : andrea201702@gmail.com  
 Teléfono comercial 1 : 3123523040  
 Teléfono comercial 2 : No reportó.  
 Teléfono comercial 3 : No reportó.

Dirección para notificación judicial : Calle 14 n 26-18 - San José  
 Municipio : Acacias  
 Correo electrónico de notificación : andrea201702@gmail.com  
 Teléfono para notificación 1 : 3123523040  
 Teléfono notificación 2 : No reportó.  
 Teléfono notificación 3 : No reportó.

La persona natural **SI** autorizó para recibir notificaciones personales a través del correo electrónico, de conformidad con lo establecido en los artículos 291 del Código General del Proceso y del 67 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

**CLASIFICACIÓN DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS - CIIU**

Actividad principal Código CIIU: G4751  
 Actividad secundaria Código CIIU: G4755  
 Otras actividades Código CIIU: No reportó

Descripción de la actividad económica reportada en el Formulario del Registro Único Empresarial y Social -RUES- : Comercio al por menor de textiles, afelpados y telas en general, elaboradas con fibras naturales, artificiales y sintéticas, El comercio al por menor de utensilios de uso doméstico, cubiertos, vajilla, cristalería y objetos de porcelana y de cerámica. ? El comercio al por menor de productos de madera, corcho y mimbre, instrumentos musicales y partituras. ? El comercio al por menor de todo tipo de confecciones para el hogar, elaboradas en materiales textiles,

**INFORMACION FINANCIERA**

El comerciante matriculado reportó la siguiente información financiera, la cual corresponde a la última información reportada en la matrícula mercantil, así:



**CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO**  
**CERTIFICADO DE MATRÍCULA MERCANTIL DE PERSONA NATURAL**

Fecha expedición: 27/09/2021 - 14:56:45  
 Recibo No. S001249615, Valor 3100

**CÓDIGO DE VERIFICACIÓN tUWsRDj35k**

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a <https://siivillavicencio.confecamaras.co/cv.php> y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

**Estado de la situación financiera:**

Activo corriente: \$200.000,00  
 Activo no corriente: \$800.000,00  
 Activo total: \$1.000.000,00  
 Pasivo corriente: \$0,00  
 Pasivo no corriente: \$0,00  
 Pasivo total: \$0,00  
 Patrimonio neto: \$1.000.000,00  
 Pasivo más patrimonio: \$1.000.000,00

**Estado de resultados:**

Ingresos actividad ordinaria: \$20.000.000,00  
 Otros ingresos: \$0,00  
 Costo de ventas: \$15.000.000,00  
 Gastos operacionales: \$0,00  
 Otros gastos: \$0,00  
 Gastos por impuestos: \$0,00  
 Utilidad operacional: \$5.000.000,00  
 Resultado del periodo: \$0,00

**RECURSOS CONTRA LOS ACTOS DE INSCRIPCIÓN**

De conformidad con lo establecido en el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo y la Ley 962 de 2005, los Actos Administrativos de registro quedan en firme, dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de inscripción, siempre que no sean objeto de recursos. Para estos efectos, se informa que para la CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO, los sábados **NO** son días hábiles.

Una vez interpuestos los recursos, los Actos Administrativos recurridos quedan en efecto suspensivo, hasta tanto los mismos sean resueltos, conforme lo prevé el artículo 79 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

A la fecha y hora de expedición de este certificado, **NO** se encuentra en curso ningún recurso.

**ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO, SUCURSALES Y AGENCIAS**

A nombre de la persona natural, figura(n) matriculado(s) en la CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO el(los) siguiente(s) establecimiento(s) de comercio:

**ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO**

Nombre: DECOTEXTILES  
 Matrícula No.: 392617  
 Fecha de Matrícula: 16 de abril de 2021  
 Último año renovado: 2021  
 Categoría: Establecimiento de Comercio  
 Dirección : Calle 14 n 26-18 - San Jose  
 Municipio: Acacias

SI DESEA OBTENER INFORMACIÓN DETALLADA DE LOS ANTERIORES ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO O DE AQUELLOS MATRICULADOS EN UNA JURISDICCIÓN DIFERENTE A LA DEL PROPIETARIO, DEBERÁ SOLICITAR EL CERTIFICADO DE MATRÍCULA MERCANTIL DEL RESPECTIVO ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO.



**CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO**  
**CERTIFICADO DE MATRÍCULA MERCANTIL DE PERSONA NATURAL**

Fecha expedición: 27/09/2021 - 14:56:45  
 Recibo No. S001249615. Valor 3100

**CÓDIGO DE VERIFICACIÓN IUWSRDJ35k**

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a <https://siivillavicencio.confecamaras.co/cv.php> y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

LA INFORMACIÓN CORRESPONDIENTE A LOS ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO, AGENCIAS Y SUCURSALES, QUE LA PERSONA JURÍDICA TIENE MATRICULADOS EN OTRAS CÁMARAS DE COMERCIO DEL PAÍS, PODRÁ CONSULTARLA EN [WWW.RUES.ORG.CO](http://WWW.RUES.ORG.CO).

**INFORMA - TAMAÑO DE EMPRESA**

De conformidad con lo previsto en el artículo 2.2.1.13.2.1 del Decreto 1074 de 2015 y la Resolución 2225 de 2019 del DANE el tamaño de la empresa es MICRO EMPRESA.

Lo anterior de acuerdo a la información reportada por el matriculado o inscrito en el formulario RUES:

Ingresos por actividad ordinaria : \$20,000,000

Actividad económica por la que percibió mayores ingresos en el periodo - CIIU : G4751.

Este certificado refleja la situación jurídica registral de la persona natural, a la fecha y hora de su expedición.

**IMPORTANTE:** La firma digital del secretario de la CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO 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.

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.

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.

\*\*\* FINAL DEL CERTIFICADO \*\*\*