

**DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA LA MICROEMPRESA
CREACIONES Y CONFECCIONES MERY**



Universidad
Tecnológica
de Pereira

**NATHALIA ARISTIZABAL ALZATE
SIRLEY JHOANA HENAO GALEANO**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL
PEREIRA
2014**

**DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA LA MICROEMPRESA
CREACIONES Y CONFECCIONES MERY**

**NATHALIA ARISTIZABAL ALZATE
SIRLEY JHOANA HENAO GALEANO**

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
Ingeniero Industrial

**DIRECTORA:
MARIA ESPERANZA LOPEZ DUQUE
Docente Facultad de Ingeniería Industrial**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL
PEREIRA
2014**

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Pereira, 03 de Septiembre de 2014

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar quiero agradecer a Dios por acompañarme siempre en el camino y llenarme de grandes oportunidades.

Agradezco a mis padres por su apoyo incondicional, por haber creído en mis capacidades y haberme dado este gran regalo tan grande de ser una profesional, sin ellos nada hubiera sido posible. A mis hermanos y a Jorge Herrera por su acompañamiento constante durante todo este proceso.

Sirley Jhoana Henao Galeano

Agradezco en primer lugar a Dios por ayudarme y guiarme siempre en esta etapa de mi vida. A mi familia que es mi inspiración y mi razón de ser, muchas gracias por el apoyo incondicional durante estos años, a Diego quien siempre estuvo ahí cuando más lo necesite, mil y mil gracias.

Nathalia Aristizabal Alzate

Queremos agradecer también a la universidad y a todos los docentes que dedicaron su tiempo para aportar a la formación académica y a nuestro crecimiento como ingenieras industriales, a María Esperanza López por sus comentarios amables y constructivos en la realización de este trabajo.

DEDICATORIA

Dedicamos nuestro título como Ingenieras Industriales a nuestras familias y a todas aquellas personas que nos acompañaron de manera incondicional durante este proceso y que en los momentos más difíciles estuvieron ahí brindándonos todo su apoyo y comprensión.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	10
ABSTRACT	11
INTRODUCCION	12
1. PROBLEMA DE INVESTIGACION	13
1.1. PLANTEAMIENTO.....	13
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	13
1.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	13
1.4. DELIMITACION DEL ESTUDIO	14
1.5. OBJETIVOS	15
1.5.1. OBJETIVO GENERAL.....	15
1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
1.6. JUSTIFICACION	16
2. MARCO REFERENCIAL	17
2.1. MARCO TEORICO	17
2.2. MARCO CONCEPTUAL	23
2.3. MARCO SITUACIONAL.....	28
2.4. MARCO LEGAL.....	29
3. DISEÑO METODOLOGICO	31
3.1 TIPO DE INVESTIGACION	31
3.2 FASES DE LA INVESTIGACION	31
3.3 UNIDAD DE ANALISIS.....	32
3.4 DELIMITACION DEL ESTUDIO	32
3.5 VARIABLES E INDICADORES.....	33
4 PROPUESTA	34
4.1 ESQUEMA TEMÁTICO.....	34
4.2 DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL.....	35

4.2.1	ANALISIS INTERNO.....	36
4.2.2	ANALISIS DOFA	40
4.3	DISEÑO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO	43
4.3.1	Formulación de la MISION.....	43
4.3.2	Formulación de la VISION	43
4.3.3	Formulación de las POLITICAS ORGANIZACIONALES.....	44
4.3.4	Formulación de los VALORES ORGANIZACIONALES.....	45
4.3.5	Formulación de los OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	46
4.4	PLANEACION ESTRATEGICA.....	47
4.4.1	Análisis estratégico	47
4.5	PLANES DE ACCION	48
4.5.1	MAPA DE PROCESOS PROPUESTO.....	52
4.5.2	ORGANIGRAMA PROPUESTO	53
4.5.3	DOCUMENTACION DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	54
4.5.4	MANUALES DE FUNCIONES	62
5	CONCLUSIONES	66
6	RECOMENDACIONES	67
7	ANEXOS	68
	ANEXO 1. Entrevista gerente.....	68
	ANEXO 2. Encuestas colaboradores y tabulación de resultados.....	70
	ANEXO 3.Análisis situacional DOFA	87
	ANEXO 4. Manuales de procesos y procedimientos.....	90
	ANEXO 5. Manuales de funciones.....	152
	BIBLIOGRAFIA	166

LISTADO DE FIGURAS

Figura 1 Esquema temático	34
Figura 2. Mapa de procesos	52
Figura 3. Organigrama.....	53

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1. Matriz DOFA	41
Tabla 2. Planes de acción.....	49

RESUMEN

Algunos textos precisan que el direccionamiento estratégico es más un arte que una ciencia, ya que para elaborarlo se deben plantear las preguntas adecuadas, explorar las posibles respuestas y experimentar con posibles soluciones.

Actualmente, en un mercado tan dinámico, se hace necesario que toda empresa se encuentre direccionada estratégicamente, con el fin de lograr la pro actividad en un futuro, estableciendo planes y estrategias que permitan lograr los objetivos y metas planteadas, teniendo en cuenta que para esto es primordial el compromiso y la participación activa de cada uno de los miembros de la organización.

De acuerdo a esto se ha propuesto el Direccionamiento Estratégico de “Creaciones y Confecciones Mery”, que inicia con el estudio de la situación actual de la microempresa, la propuesta de la misión, visión, valores y objetivos organizacionales que permitieron diseñar el mapa de los procesos que conformarían la organización, el organigrama con las áreas involucradas y a partir de este, se documentaron los procesos y procedimientos finalizando con los manuales de funciones, contribuyendo así al crecimiento y desarrollo de la microempresa y de las personas que la integran en especial de la propietaria.

ABSTRACT

Some texts state that the strategic direction is more an art than a science, because to work it must ask the right questions, explore possible answers and explore possible solutions.

Currently, in such a dynamic market, it is necessary that every company is located strategically addressed in order to achieve pro-activity in the future, establishing plans and strategies to achieve the objectives and goals, taking into account that this is paramount commitment and active participation of each of the members of the organization.

According to this has proposed the Strategic Direction of "Creations & Apparel Mery" which begins with a study of the current status of microenterprise, the proposed mission, vision, values and organizational goals that allowed designing the map of processes that would make up the organization, the organization chart with the areas involved and from this, the processes and procedures ending with manuals functions documented, thus contributing to the growth and development of microenterprises and persons composing especially the owner.

INTRODUCCION

El presente trabajo contiene el diseño del Direccionamiento Estratégico para la microempresa “Creaciones y Confecciones Mery” con el fin de orientarla hacia el futuro deseado por su propietaria.

Para dar cumplimiento a este objetivo, se inició con un diagnostico organizacional por medio de la aplicación de encuestas a los colaboradores y se realizó una entrevista a la propietaria, con base en estos resultados y un análisis del entorno, se planteó la matriz DOFA con el fin de conocer la situación en la que se encontraba la empresa y de este modo proceder con la formulación de estrategias y el planteamiento de planes de acción.

A través de estos planes, se propone un mapa de procesos y un organigrama acorde con la razón de ser y la filosofía de la microempresa. Una vez planteado este mapa, se procede con la documentación de los procesos y procedimientos, seguido de los manuales de funciones para cada cargo identificado en la organización.

Finalmente se entrega el Direccionamiento Estratégico a la propietaria de la microempresa para ser evaluado y difundido a los colaboradores de la organización y así orientarlos hacia el cumplimiento del mismo objetivo.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1. PLANTEAMIENTO

Creaciones y Confecciones Mery es una microempresa familiar que pertenece al sector secundario en la economía colombiana, su razón de ser es la confección y reparación de prendas de vestir.

Desde sus inicios ha funcionado empíricamente ya que no cuenta con unas bases teóricas administrativas que proporcionen fundamentos sólidos en cuanto a la organización interna de la empresa.

Por tal motivo la organización no cuenta con una misión, visión y demás componentes involucrados en el direccionamiento estratégico que se consideran de vital importancia para el sostenimiento de la empresa en el mercado.

El direccionamiento estratégico se considera una herramienta fundamental para proporcionar a la microempresa una orientación precisa y acorde a las funciones que en ella se desempeñan.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo llevar a cabo el diseño del direccionamiento estratégico para la microempresa Creaciones y Confecciones Mery?

1.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- a) ¿Cuál es la situación actual de la empresa y sus necesidades en la estructura organizacional?

- b) ¿Cómo definir unas políticas y valores organizacionales viables junto con una misión y visión acordes a la filosofía de la empresa?
- c) ¿Cuáles son los procesos presentes en la organización y la secuencia e interacción de los procedimientos?
- d) ¿Cómo diseñar los documentos acordes a los procesos y procedimientos que se llevan a cabo dentro de la organización?
- e) ¿Cómo llevar a cabo un adecuado plan de acción dentro de la microempresa?

1.4. DELIMITACION DEL ESTUDIO

- **Espacial:** La investigación se llevó a cabo en la microempresa “Creaciones y Confecciones Mery” ubicada en el sector del parque industrial.
- **Demográfica:** El estudio se realizó teniendo en cuenta todos los colaboradores de la microempresa.
- **Temporal:** El desarrollo de cada una de las etapas que hacen parte de la investigación se llevó a cabo en un periodo de 6 meses.
- **Temática:** Los ejes temáticos abordados en este proyecto son el direccionamiento estratégico y el diseño organizacional.

1.5.OBJETIVOS

1.5.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar el direccionamiento estratégico para la empresa Creaciones y Confecciones Mery.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar la situación actual de la empresa, estableciendo un diagnostico que permita identificar las necesidades dentro de la estructura organizacional.
- Proponer unas políticas y unos valores organizacionales viables, junto con una misión y una visión que sean pertinentes y acordes con la filosofía de la empresa.
- Definir actividades para llevar a cabo un adecuado plan de acción en la organización.
- Identificar los procesos presentes en la organización y la secuencia e interacción de los procedimientos, mediante el diseño del mapa de procesos que permita la visualización de los resultados en el logro de sus objetivos.
- Diseñar los documentos acordes a los procesos y procedimientos requeridos que sirvan como herramienta clave en el desempeño de la organización.

1.6. JUSTIFICACION

El éxito de las empresas se basa en definir hacia donde van y así conocer el grado de crecimiento y expansión como la generación de utilidades que les permitirán su permanencia en el mercado a través del tiempo. Para ello es necesario conocer el entorno en que la empresa se desarrolla con la finalidad de identificar las oportunidades y amenazas, elaborando de esta manera las condiciones y estrategias para lograr el crecimiento.

Estas determinarán las metas a largo plazo logrando señalar las direcciones que se aplicarán para llegar al posicionamiento deseado de la marca.

La implementación de un adecuado direccionamiento estratégico es vital para el buen funcionamiento de cualquier empresa, cuando una organización se encuentra bien estructurada y definida se hace más competitiva ofreciendo a sus clientes las mejores alternativas y aumentando así los ingresos de la organización, el reconocimiento y posicionamiento de la marca, permitiendo a la empresa adelantarse y prepararse a los continuos cambios que se dan en el mercado.

De acuerdo y con fundamento en lo anterior, se identifica entonces la necesidad de implementar en la microempresa Creaciones y Confecciones Mery este proceso y así mismo integrar a todas las personas que forman parte de ella, realizando una propuesta que permita orientarla hacia el logro de sus objetivos organizacionales con la integración de un proceso administrativo y el uso de todas las herramientas que en él se plantean.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEORICO

El término de direccionamiento estratégico se conoce desde mediados del siglo XX, el autor George Steiner (1983) define que este concepto fue introducido por primera vez a mediados de 1950 en las empresas comerciales más importantes de aquel tiempo, pero el concepto no era formal, o así tal vez no lo exigía la época.

Actualmente, en un mundo tan globalizado como el nuestro, es necesario que las empresas se encuentren encaminadas hacia un logro concreto de objetivos, unas metas claras que permitan su posicionamiento en el mercado, con estrategias bien formuladas, la implementación y control de las mismas, al igual que los principales conceptos y tendencias planteados por diferentes autores y que afectan todas las etapas del proceso de dirección estratégica, entre los cuales sobresalen la misión, visión, objetivos y estrategias teniendo en cuenta los valores, la cultura organizacional, la ética y la responsabilidad social de la empresa.

Nos encontramos en un entorno competitivo y totalmente dinámico, por lo tanto es indispensable establecer variables que afectan las estrategias como son: el constante cambio de los factores internos y externos que se tienen que valorar, la medición del rendimiento y la toma de las medidas correctivas, una máxima a considerar "el éxito de hoy no garantiza el éxito de mañana. El éxito genera siempre problemas nuevos y diferentes", esta máxima crea un pensamiento de revisión continua para buscar el mejoramiento y el alcance de la calidad en todos los procesos que se formen.

“El direccionamiento estratégico tiene un enfoque sistémico, lógico y objetivo para la toma de decisiones de la organización, a través de un análisis cuantitativo y

cualitativo, tratando de disminuir en lo posible la incertidumbre, de igual manera; no es una ciencia exacta que permita un enfoque preciso. Tomando las anteriores consideraciones, se afirma entonces que estos elementos consustanciarán en cuanto a la formulación de un método y un modelo para la reestructuración de la organización”.¹

El direccionamiento estratégico es la determinación de la misión, visión, objetivos, políticas y estrategias de la organización, considerando las fuerzas y debilidades internas, así como también las oportunidades y riesgos del entorno.”²

Las empresas definen este proceso como continuo, flexible e integral pero a su vez, La dirección estratégica ha recorrido un proceso dinámico dentro del cual se han construido diferentes enfoques que van desde modelos de intervención sobre la realidad, hasta enfoques complejos de interacción, relacionados con la construcción y reconocimiento de estrategias que contribuyen a la supervivencia de la organización. Las corrientes conceptuales tienden a ofrecer diversos grados de respuesta ajustada a las necesidades particulares de sectores productivos y a los problemas específicos de toma de decisiones.³

A lo largo del tiempo los conceptos ya antes mencionados se han apoyado en diferentes teorías, conceptos no tan estructurados pero que dan origen a los diferentes estudios e incluso al desarrollo de las más complejas organizaciones.

Como todas las teorías responden al contexto específico en que se desarrollan, reflejan la percepción de los diferentes autores sobre la transformación de la realidad, así el pensamiento estratégico ha evolucionado a la par del desarrollo del macro entorno y de las organizaciones empresariales; en 1978, Dan E. Schandel y Charles W. Hofer, en su libro "Strategy Formulación: Analytical Concepts", describieron el proceso de la administración estratégica compuesto de dos etapas claramente diferenciadas: la de análisis o planeación estratégica y la de

¹ R. DAVID

² Contreras.

³ Iván Alonso Montoya Restrepo

implementación del plan estratégico. El análisis comprende según ellos, básicamente el establecimiento de metas y estrategias, mientras que la implementación es la ejecución y el control. Una interpretación conceptual más reciente tiene como contexto el turbulento ambiente competitivo y altas velocidades en los cambios, por lo que la Planificación Estratégica hoy día se considera uno de los instrumentos más importantes para que las organizaciones puedan proyectar en el tiempo el cumplimiento de sus objetivos de largo plazo mediante el aprovechamiento de sus capacidades para influenciar el entorno y asimilar - hasta crear- las oportunidades del ambiente en beneficio de éstas.

Sin embargo la Planeación Estratégica no es un fin en sí misma, al contrario es el medio para concertar esfuerzos bajo un marco referencial consensado, que motive y movilice a todos los integrantes de la organización. Una conceptualización precisa es la siguiente, elaborada por Banco Interamericano de Desarrollo BID:

"Planificar significa anticipar el curso de acción que ha de tomarse con la finalidad de alcanzar una situación deseada. Tanto la definición de la situación deseada como las elecciones y el curso de acción forman parte de una secuencia de decisiones y actos que realizados de manera sistemática y ordenada constituyen lo que se denomina el proceso de planificación".

Para otros autores, la Planificación Estratégica como sistema de gerencia emerge formalmente en los años setenta, como resultado natural de la evolución del concepto de Planificación.

Taylor: manifestaba que el papel esencial del "management" exigía la planificación de las tareas que los empleados realizarían.

La investigación y el desarrollo cobran mayor importancia; el lapso de tiempo entre la inversión de un bien y su introducción al mercado se reduce cada vez más y el ciclo de vida de los productos se acorta; la velocidad de los procesos origina una mayor competencia.

La Planificación Estratégica la cual constituye un sistema gerencial que desplaza el énfasis en el "qué lograr" (objetivos) al "qué hacer" (estrategias). Con la Planificación Estratégica se busca concentrarse en sólo, aquellos objetivos

factibles de lograr y en qué negocio o área competir, en correspondencia con las oportunidades y amenazas que ofrece el entorno.

Hace falta impulsar el desarrollo cultural, esto significa que todas las personas relacionadas con la organización se desarrollen en su saber, en sus expectativas, en sus necesidades, y en sus formas de relacionarse y de enfrentar al mundo presente y futuro, esencialmente dinámico.

El concepto de la planeación estratégica siguió evolucionando en la medida en que las empresas crecieron, se diversificaron y tuvieron que enfrentarse a un entorno que cambiaba vertiginosamente.

En la actualidad el mundo enfrenta cambios, y las empresas deben cambiar constantemente, la competencia crece exponencialmente y se hace entonces necesario saber hacia dónde va la organización y qué papel juega en la sociedad, qué lugar ocupa en el mercado.

El saber desarrollar una estrategia hace la diferencia, porque de ésta manera se puede llegar a conseguir los objetivos pre-establecidos, apoyados en los indicadores, con los cuales se hace una permanente evaluación de los mismos, y así poder hacer los ajustes necesarios para cumplir lo planeado.

El resultado de un correcto direccionamiento estratégico y organizacional será, lograr una empresa con colaboradores comprometidos, integrados como equipo, claros de su misión, su visión, sus objetivos. Listos para enfrentar el cambio, para anticipar las estrategias.⁴

Orígenes de la Administración:

a. Perspectiva clásica de la Administración: este enfoque surge como consecuencia de la Revolución Industrial. Las empresas tenían un crecimiento acelerado y no existía organización alguna. Con la necesidad de optimizar sus

⁴http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/planeacionestrategica/default2.asp

recursos y de enfrentar correctamente la competencia que cada vez era mayor surgen las siguientes teorías:

i. Teoría de la Administración Científica: El pionero de esta teoría fue Frederick Taylor en el año 1885 el cual vio la necesidad de maximizar la producción y minimizar costos y tiempos para tener una mayor rentabilidad. En esta teoría las personas eran tomadas como máquinas, se veía la división racional del trabajo, la especialización de las tareas y la Jerarquización.

Estas preocupaciones llevaron a Taylor a la elaboración de unos principios los cuales eran: Planeación (cambiar la improvisación por métodos de trabajo científicos y planeados), Preparación (Seleccionar de manera científica a los trabajadores y entrenarlos), Control (revisar que todo se esté realizando de la manera planeada) y Ejecución (asignar responsables a las tareas para que estén sean desarrolladas de manera correcta).

Esta teoría a pesar de hacer énfasis en las tareas maximizando la producción fue criticada por ser muy empírica.

ii. Teoría de la Administración: el pionero de esta teoría fue Henry Fayol en el año de 1916, esta teoría hace énfasis en la estructura y toma a las personas como un recurso, se ve la división en grupo de las actividades haciendo óptimas las tareas. Además define las funciones básicas de la Empresa: Planear, Organizar, Dirigir, Coordinar y Controlar.

iii. Teoría de la Burocracia: el pionero de esta teoría fue Weber quien hizo énfasis tanto en la estructura como en la organización, hizo a las personas parte del proceso por lo que impulsó la creación de los Manuales de Procesos y Procedimientos e hizo ver la importancia de la documentación en las empresas.

b. Perspectiva humanista de la Administración: esta teoría nace de la necesidad de humanizar a las empresas y el hacer uso de las ciencias sociales.

i. Escuela de las Relaciones Humanas: el pionero de esta teoría fue Elton Mayo en el año de 1940 quien hizo énfasis en las personas que participan en las organizaciones, esta teoría surgió de la necesidad de contrarrestar la deshumanización que había en el trabajo hasta ese momento con las teorías de la escuela clásica, surge el desarrollo de las ciencias humanas ejerciendo gran influencia la psicología y la sociología.

ii. Escuela Conductista: hace énfasis en el comportamiento del Ser Humano con su trabajo, en esta teoría se ve la necesidad de generar motivación reconociendo las habilidades de las personas en las empresas.

c. Perspectiva cuantitativa de la Administración:

i. Investigación de Operaciones: el objetivo de la IO es capacitar al administrador para resolver problemas y tomar decisiones, busca que el proceso decisorio sea más científico, racional y más lógico en las organizaciones. Hace énfasis en que los procesos estén optimizados en la empresa.

d. Perspectiva moderna de la Administración:

i. Teoría de los Sistemas: surge como una teoría interdisciplinaria cuyo propósito es integrar los conocimientos de todas las ciencias en un mismo enfoque y que los descubrimientos de cada una sean aplicados en las demás. Esta teoría concibe al todo como un conjunto de sistemas dentro de otros sistemas que ejercen influencia mutua entre sí.

ii. Teoría de las Contingencias: se basa en lo incierto, sus autores integran todos los pensamientos de las teorías anteriores afirmando que no existe una forma única ni un ambiente único de administrar una organización, todo depende de las

situaciones y ambientes por los que atraviesa la empresa en determinado momento. Es una integración de todas las teorías creadas hasta la época.

iii. Administración por Objetivos: hace énfasis en los objetivos busca analizar la solución de los problemas, establecer metas personales y de la organización, busca el trabajo en equipo y el individual al entregar responsabilidades de hacer el objetivo y desarrollarlo.

e. Perspectiva contemporánea de la Administración:

i. Administración por Resultados: esta teoría busca el rediseño total de los procesos, del uso de las tecnologías y los sistemas de la información. El resultado esperado es tener costos operacionales reducidos en un 30%.

Es importante conocer el desarrollo de las organizaciones para tener claro que el estructuralismo de la empresa ya no se concentra en el individuo ni en el grupo, sino en la estructura de la organización como un todo. La organización es un sistema social organizado para cumplir todos un mismo objetivo.⁵

2.2. MARCO CONCEPTUAL

PLANEACION ESTRATEGICA

La planeación estratégica es una herramienta administrativa que ayuda a incrementar las posibilidades de éxito cuando se quiere alcanzar algo en situaciones de incertidumbre y/o de conflicto.

Se basa en la administración por objetivos y responde prioritariamente la pregunta “¿Qué hacer?”. Situaciones como la creación o reestructuración de una empresa,

⁵CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la Teoría General de Administración. Editorial Mc Graw Hill, 2006.

la identificación, y evaluación de programas y proyectos, la formulación de un plan de desarrollo, la implementación de una política, la conquista de un mercado, el posicionamiento de un producto o servicio, la resolución de conflictos, son ejemplos de casos donde la Planeación Estratégica es especialmente útil.

El método se respalda en un conjunto de conceptos del pensamiento estratégico, algunos de cuyos más importantes principios son:

- Priorización del Qué ser sobre el Qué hacer: es necesario identificar o definir antes que nada la razón de ser de la organización, la actividad o el proceso que se emprende; lo que se espera lograr.
- Priorización del Qué hacer sobre el Cómo hacerlo: identificar las acciones que conducen efectivamente a la obtención del objetivo. Se trata de anteponer la eficacia sobre la eficiencia.
- Visión sistémica: la organización o el proyecto son un conjunto de subsistemas (elementos) que tienen una función definida, que interactúan entre sí, se ubican dentro de unos límites y actúan en búsqueda de un objetivo común. El sistema está inmerso dentro de un entorno (contexto) que lo afecta o determina y que es afectado por él. Los elementos pueden tener su origen dentro del sistema (recursos), o fuera de él (insumos).
- Visión de proceso: Los sistemas son entes dinámicos y cambiantes; tienen vida propia. Deben ser vistos y estudiados con perspectiva temporal; conocer su historia para identificar causas y efectos de su presente y para proyectar su futuro.
- Visión de futuro: el pensamiento estratégico es proactivo; se adelanta para incidir en los acontecimientos. Imagina permanentemente el mañana para ayudar a construirlo o para acomodarse a él: es prospectivo
- Compromiso con la acción y con los resultados: el estratega es no solamente un planificador; es un ejecutor, conocedor y experto que reflexiona, actúa y avalúa; es un gestor a quien le importa más qué tanto se logra que, qué tanto se hace.

- Flexibilidad: se acomoda a las circunstancias cambiantes para no perder el rumbo La acción emergente es algo con lo que también se puede contar, así que la capacidad para improvisar es una cualidad estratégica.
- Estabilidad: busca permanentemente un equilibrio dinámico que permita el crecimiento seguro, minimizando el riesgo y la dependencia. Busca la sostenibilidad del sistema y de los procesos.

La Planeación Estratégica es un proceso de cuatro etapas en las que se van definiendo uno a uno los siguientes interrogantes:

- ¿Qué se quiere lograr?
- ¿En qué situación se está?
- ¿Qué se puede hacer?
- ¿Qué se va a hacer?

La Planeación Estratégica se puede definir también como un enfoque objetivo y sistemático para la toma de decisiones en una organización. Es un intento por organizar información cualitativa y cuantitativa que permita la toma de tales decisiones. Es un proceso y está basado en la convicción de que una organización debe verificar en forma continua los hechos y las tendencias internas y externas que afectan el logro de sus propósitos.

El modelo estratégica insiste en que una organización debe estar en capacidad de influir sobre su entorno, y no dejarse determinar por él, ejerciendo así algún control sobre su destino.

La planeación no es una actividad corriente en nuestro medio y por tanto simultáneamente con el aprendizaje de modelos de planeación, es necesario trabajar por desarrollar una cultura de la planeación.

La Planeación es para algunos una actividad de diseño que se realiza antes de ejecutar algo. Hoy se comprende más como un proceso permanente que pretende

adelantarse a los acontecimientos, para tomar oportunamente las decisiones más adecuadas. Es también una actitud de mantenerse permanentemente alerta y enterado del curso de los acontecimientos, analizando las circunstancias que se van presentando con el propósito de impedir que tales acontecimientos y circunstancias desvíen a la organización en la búsqueda de sus objetivos, y por el contrario estar permanentemente aprovechando lo que es favorable para mejorar las posibilidades.

Es un proceso que incluye sí una fase de diseño, pero también de evaluación constante y de corrección del rumbo, cuando es necesario.⁶

DISEÑO ORGANIZACIONAL

El proceso de diseño, es la herramienta mediante la cual se construye o cambia la estructura de una organización con la finalidad de lograr los objetivos previstos.

Aún cuando en la realidad, muchas veces se percibe más como un suceso discreto que como proceso; los teóricos del diseño organizacional coinciden, en su mayoría, no sólo en la definición sino en las características o atributos propios que debe incluir el diseño de una organización resaltando que no se trata de estructurar cargos y niveles jerárquicos, sino de contemplar una serie de elementos que permitan el continuo aprendizaje tanto de la organización como de sus agentes; de acuerdo con sus necesidades y objetivos, y en función de la tecnología, el ambiente, el tamaño, la estrategia y el ciclo de vida de la organización.

En Colombia, gran parte del sector productivo se encuentra centrado en la pequeña y mediana empresa (Pyme); siendo ésta el eje fundamental del desarrollo económico del país. El fortalecimiento de la pequeña y mediana

⁶ http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2008868/lecciones/capitulo_2/cap2lecc2.htm

industria depende en cierta medida de la estructura y organización de sus áreas operativas, administrativas y gerenciales.

El proceso de diseño organizacional es donde los gerentes toman decisiones, donde los miembros de la organización ponen en práctica una estrategia. Dicho proceso hace que los gerentes dirijan la vista en dos sentidos; hacia el interior de su organización y hacia el exterior de su organización. Los conocimientos del diseño organizacional han ido evolucionando. Al principio los procesos del diseño organizacional giraban en torno al funcionamiento interno de una organización. Las cuatro piedras angulares para el diseño de la organización

1. La división del trabajo
2. La departamentalización
3. La jerarquía
4. La coordinación.

Etapas del proceso del diseño organizacional

- Identificación de los usuarios de la entidad y las necesidades de servicio
- Identificación de los bienes o servicios que satisfacen estas necesidades
- Diseño de los procesos para la producción de los bienes y servicios sus resultados e indicadores
- Identificación y conformación de áreas y unidades organizacionales que llevarán a cabo las operaciones especificando el ámbito de competencia
- Determinación del tipo y grado de autoridad de las unidades y su ubicación en los niveles jerárquicos
- Definición de los canales y medios de comunicación
- Determinación de las instancias de coordinación interna
- Definición de los tipos e instancias de relación interinstitucional
- Elaboración del manual de organización, funciones y el manual de Procesos

2.3. MARCO SITUACIONAL

Después de abordar los anteriores marcos, el marco teórico y el marco conceptual sobre los términos y conceptos relacionados con el tema principal del proyecto de investigación que es el direccionamiento estratégico, se pasara a exponer una breve historia para conocer la evolución que ha tenido la microempresa Creaciones y Confecciones Mery.

RESEÑA HISTORICA

Mery Galeano Motato, propietaria de la microempresa Creaciones y Confecciones Mery, es una mujer emprendedora que desde antes de sus 15 años descubrió sus aficiones en cuanto a lo relacionado con la confección de prendas de vestir; fue así como empezó a asistir a unos cursos donde logro adquirir ciertas bases; sin embargo fue hasta el año 1995 cuando paso de vivir en un área rural ubicada en el pueblo Riosucio Caldas, de donde es autóctona, a un área urbana en la ciudad de Pereira, con su esposo y sus hijos, fue allí donde ella empezó a trabajar en pequeñas y grandes empresas de confección de todo tipo de prendas, guardando siempre la ilusión de tener su propia empresa, así que con ahorros y grandes sacrificios dejo de trabajar en dichas empresas, compro sus primeras máquinas y empezó a trabajar de forma independiente.

Buscó sus propios contactos y es así como en el año 2007 abrió su taller e inicio labores acompañada por su hijo como operario, su empresa se ha convertido en una gran maquila elaborando diferentes tipos de prendas de vestir como lo son prendas de vestir para dama, uniformes y dotaciones tanto para estudiantes como para grandes empresas prestadoras de servicios. A parte de esto, la señora Mery tiene otra línea de producción diferente a maquilar, la cual consiste en la

confección a particulares de todo tipo de prendas de vestir sobre medida y arreglos en general.

Creaciones y Confecciones Mery se constituyó mediante un documento legal radicado el 10 de agosto de 2012, con una matrícula de persona natural. Ahora la microempresa se encuentra debidamente registrada ante la Cámara de Comercio de Pereira desde la fecha mencionada con el número de matrícula N° 00000025062768-4.

Sin embargo, su gran sueño es tener una línea de producción dedicada solo a la confección de prendas de vestir para dama con su propia marca y dejar de ser una empresa dedicada a la maquila.

La fuente de la anterior información corresponde a: Mery Galeano Motato/
Propietaria.

2.4. MARCO LEGAL

- **Decreto 410 de 1971 código de comercio de Colombia**

El código de comercio es un conjunto unitario, ordenado y sistematizado de normas de derecho mercantil que contiene procedimientos que dan soporte legal a las acciones realizadas por una entidad mercantil, es decir, un cuerpo legal que tiene por objetivo regular las relaciones mercantiles.

De allí se parte del hecho implícito que debido a las actividades comerciales de la microempresa Creaciones y Confecciones Mery que se encuentra regida por el código de comercio colombiano y está sujeta al cumplimiento de cada una de las normas allí contempladas para llevar a cabo su correcto funcionamiento y en pro de el cumplimiento legal al estado colombiano.

Para los efectos legales del código del comercio en los que se encuentra incluida directamente la empresa se cita el título I, libro I de los comerciantes y de los asuntos del comercio así como el libro II de los contratos y obligaciones mercantiles en general.

- **Código sustantivo de trabajo**

El Código Sustantivo de Trabajo se encarga de regular las relaciones de derecho individual del trabajo entre particulares y la de trabajadores oficiales respecto a salarios, contratos, prestaciones y todas sus consecuencias. De igual manera, las de derecho colectivo del trabajo.

Se hace imperativo mencionar el código sustantivo del trabajo cuando se habla del direccionamiento estructural de una empresa, puesto que se hace muy importante conocer las normas o reglamentos que rigen las relaciones y conductas entre empleados y empleadores y la forma en cómo deben llevarse a cabo las disposiciones legales dentro del trabajo en una empresa, así mismo tener pleno conocimiento sobre los deberes y derechos de cada una de las partes que integran la estructura de la organización, además de estar en pleno cumplimiento con lo que respecta al ministerio de trabajo de Colombia y sus normas.

3. DISEÑO METODOLOGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACION

Se desarrolló una investigación de tipo primaria, con el fin de recolectar la mayor información posible acerca de la microempresa y se analizaron los requerimientos con el fin de lograr los objetivos propuestos, posteriormente se realizó una investigación secundaria apoyada en libros, informes y documentos.

Para realizar este proyecto se aplicó un estudio descriptivo y analítico a través de visitas frecuentes a la empresa, con el objetivo de identificar las falencias y oportunidades que allí se presentaban, esta etapa se apoyó en entrevistas a la propietaria, encuestas al personal de la empresa y el análisis tanto del entorno interno como el externo de la misma.

3.2 FASES DE LA INVESTIGACION

Fase I:

Recopilación de la información (nueva y existente) por medio de la matriz DOFA, entrevistas, encuestas, documentos y libros.

Fase II:

Análisis de la información recogida.

Fase III:

Formulación de la misión, visión, objetivos y políticas organizacionales.

Fase IV:

Planteamiento de planes de acción.

Fase V:

- Diseño del mapa de procesos.
- Documentación de procesos y procedimientos.
- Manuales de funciones.

Fase VI:

- Presentación direccionamiento estratégico propuesto.
- Recomendaciones.
- Conclusiones.

3.3 UNIDAD DE ANALISIS

POBLACION

La población fue el total de los colaboradores de la microempresa Creaciones y Confecciones Mery en sus diferentes cargos:

- Propietaria
- Operarios 1,2,3 y 4

MUESTRA

Ya que la población no es relevante, se realizó en el total de la misma.

3.4 DELIMITACION DEL ESTUDIO

- **Espacial:** La investigación se llevó a cabo en la microempresa “Creaciones y Confecciones Mery” ubicada en el sector del parque industrial.
- **Demográfica:** El estudio se realizó teniendo en cuenta todos los colaboradores de la microempresa.

- **Temporal:** El desarrollo de cada una de las etapas que hacen parte de la investigación se llevó a cabo en un periodo de 6 meses.
- **Temática:** Los ejes temáticos abordados en este proyecto son el direccionamiento estratégico y el diseño organizacional.

3.5 VARIABLES E INDICADORES

- **Competencia**

Dimensiones	Indicadores	Índices
Mercado	Nivel de posicionamiento de la empresa	Cantidad y porcentaje
	Estadísticas	Cantidad y porcentaje
	Evaluación del desempeño	Cantidad y porcentaje

- **Globalización**

Dimensiones	Indicadores	Índices
Entorno	Nivel de resistencia al cambio	Cantidad y porcentaje

- **Herramientas Administrativas**

Dimensiones	Indicadores	Índices
Productividad	Tipo de herramientas	Cantidad y porcentaje

- **Direccionamiento Estratégico y organizacional**

Dimensiones	Indicadores	Índices
planeación estratégica	Objetivos organizacionales	Cantidad y porcentaje
	Matriz DOFA	
	Plan de acción	
estructura organizacional	Manual de funciones, procesos y procedimientos	Cantidad, porcentaje

4 PROPUESTA

4.1 ESQUEMA TEMÁTICO

A continuación se muestra de forma resumida los pasos a realizar en el transcurso del presente trabajo, que se encuentra dividido en: Diagnóstico estratégico, Direccionamiento estratégico, formulación de mapa de procesos seguido de la documentación de los respectivos procesos y procedimientos; los cuales tienen una relación directa y consecutiva.

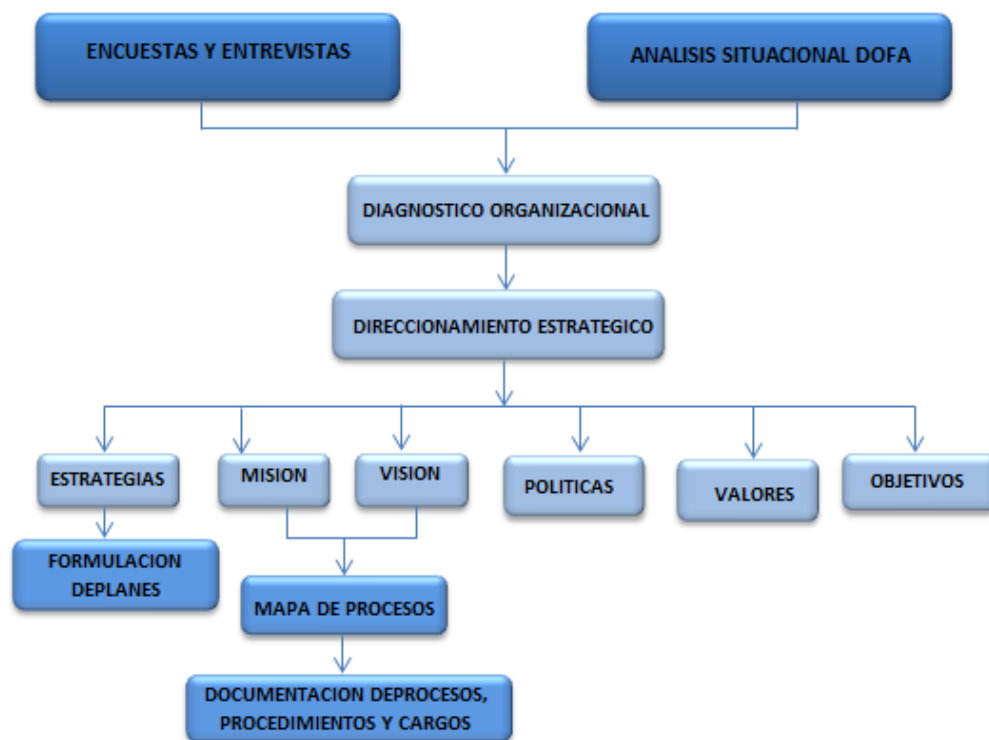


Figura 1. Esquema temático

4.2 DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL

Las tendencias actuales en el mundo, tales como la globalización de los mercados, los continuos cambios tecnológicos, la apertura comercial y política, y la integración global a través de los medios de comunicación, han llevado a las empresas a estar en un permanente estado de alerta tanto respecto a lo que ocurre en su entorno como a la funcionalidad y eficiencia de sus estructuras y procesos internos para adaptarse y aprovechar estos cambios. El sistema económico de las sociedades occidentales contemporáneas se caracteriza por la fuerte competencia que existe entre diferentes organizaciones por apoderarse de y mantenerse en los mercados de las industrias en que ellas operan. Esta competencia se da hoy en todos los mercados de productos y servicios, tanto nacionales como internacionales, e involucra a los sectores privados y públicos. Los intentos de las organizaciones latinoamericanas por adaptarse al desarrollo económico y social que se vive hoy en muchos de nuestros países han requerido de éstas una diversidad de cambios. En el sector privado se observa una tendencia a desarrollar habilidades para competir en un entorno global de alta exigencia, en tanto que en el sector público se observa una tendencia modernizadora dirigida a mejorar los servicios prestados a sus usuarios. Para facilitar este proceso de adaptación es necesario que las organizaciones conozcan sus fortalezas y debilidades para enfrentar el entorno. El diagnóstico organizacional es el proceso por el cual las organizaciones pueden tener un conocimiento más preciso y completo de sus capacidades y debilidades. El conocimiento que se origina de este proceso permite a los diferentes actores organizacionales, por una parte identificar cuáles son esas necesidades de cambio y, por otra, administrar el cambio en forma más eficiente⁷.

⁷[http://ww2.educarchile.cl/UserFiles/P0001/File/P0001_File_DO%20Un%20enfoque%20estrategico%20y%20pr%C3%A1ctico%20\(Rainieri\),%2019%20mayo.pdf](http://ww2.educarchile.cl/UserFiles/P0001/File/P0001_File_DO%20Un%20enfoque%20estrategico%20y%20pr%C3%A1ctico%20(Rainieri),%2019%20mayo.pdf)

Para interiorizar e identificar diferentes aspectos de la organización y conocer la situación actual de la empresa “Creaciones y Confecciones Mery.” Se aplica una entrevista y una encuesta a la gerente, una encuesta a los colaboradores y por último un análisis situacional por medio de una matriz DOFA donde se analiza la empresa en un entorno tanto interno como externo.

4.2.1 ANALISIS INTERNO

Es importante conocer la opinión de una persona que conozca a fondo la empresa y tenga una amplia experiencia en el sector al que esta pertenece, saber las expectativas tanto a largo como corto plazo, así mismo identificar diferentes aspectos relevantes que influyen en el desarrollo de la empresa. Por esto se aplica una entrevista a la gerente de la empresa “Creaciones y Confecciones Mery”.

Anexo 1. Entrevista Gerente

Creaciones y Confecciones Mery es una pequeña empresa del sector textil y de confección que tiene grandes planes a futuro como lo es contar con una línea propia de prendas de vestir para dama dejando a un lado el servicio de maquila y así mismo tener una planta de producción más amplia aumentando el nivel productivo y distribuyendo sus productos a diferentes ciudades del país.

La señora Mery manifiesta que a pesar de ser una pequeña empresa y de que en algunas ocasiones se presentan retrasos en la entrega del producto, la organización cuenta con la fidelidad y aceptación de los clientes, quienes reconocen la buena calidad de los productos y el buen servicio.

Una de las ventajas del negocio en el que se encuentra la empresa, es que los productos que ofrece no pueden ser sustituidos por otros, por lo tanto siempre

existirá una demanda constante siempre y cuando se logre atraer el cliente, conocer sus necesidades y saber satisfacerlas. En la empresa no se cuenta con métodos elaborados para estudiar el mercado, sin embargo, su gerente reconoce la importancia de conocer los cambios en las tendencias de vestir y los cambios en la moda, siendo esta una estrategia para llegar al cliente. También se manifiesta la necesidad de mejorar determinados inconvenientes que presenta la empresa como lo son la falta de capital y mano de obra calificada, aspectos que han afectado en cierta medida el cumplimiento a los clientes.

Algunos de los planes que tiene la empresa para su crecimiento y expansión son desempeñar una excelente administración, delegando de manera eficiente las funciones, seleccionando de manera objetiva los colaboradores, eligiendo excelentes proveedores, manejando buenas inversiones sin descuidar en ningún momento el mercado objetivo, sin embargo, en este momento la empresa no cuenta con un direccionamiento estratégico bien definido pero se considera relevante para poder cumplir y llevar a cabo dichos planes.

El talento humano es fundamental dentro de una organización, cuando se cuenta con personas comprometidas y motivadas con su trabajo es mucho más fácil para una empresa alcanzar sus objetivos y aumentar su rentabilidad, por esta razón se aplicó una encuesta a los colaboradores de la empresa “Creaciones y Confecciones Mery” buscando conocer sus opiniones acerca de su entorno laboral, obteniendo los siguientes resultados estadísticos:

Anexo 2. Encuesta colaboradores y tabulación de resultados.

- El 75% de los colaboradores de la empresa “Creaciones y Confecciones Mery” a veces toman decisiones independientes en el trabajo, mientras que el 25% lo hace ocasionalmente.

- El 50% de los colaboradores, es decir, 2 trabajadores piensan que las tareas que realiza en su trabajo son muy rutinarias, un 25% que corresponde a un trabajador piensa que son un poco rutinarias, mientras que el 25% restante piensa que las tareas son ligeramente rutinarias.
- El 50 % de los trabajadores opina que las oportunidades para ser creativo e innovador son un poco accesibles, y el otro 50% de los trabajadores opina que las oportunidades son ligeramente accesibles.
- El 50% de los trabajadores, es decir, 2 personas dicen que necesitan más insumos, mientras que otras 2 personas, dicen que tienen suficientes insumos para realizar su trabajo.
- El 75% de los encuestados piensa que su trabajo es un poco estresante, y el 25% restante piensa que su trabajo es ligeramente estresante.
- El 100% de los colaboradores se siente muy a gusto con la relación laboral que tienen con su gerente o supervisor.
- El 75% de los colaboradores opina que su gerente o supervisor es muy alentador, mientras que el 25% opina que su gerente o supervisor es poco alentador.
- El 50% de los trabajadores dicen que su horario es muy justo, un 25% dice que es extremadamente justo y otro 25% dice que su horario de trabajo es poco justo.
- El 75% de los colaboradores de la empresa Creaciones y Confecciones Mery piensa que en su ambiente de trabajo hay mucha colaboración en su ambiente de trabajo y un 25% piensa que hay poca colaboración.
- 2 personas, es decir, el 50% de los trabajadores opina que sus compañeros de trabajo son muy competentes, otras 2 personas, es decir el 50% restante opina que sus compañeros de trabajo son poco competentes.
- El 75% de los encuestados dice que sus compañeros de trabajo son muy cordiales y el 25% dice que son un poco cordiales.

- El 100% de los colaboradores está de acuerdo en que sus compañeros de trabajo son muy alentadores.
- El 75% de los encuestados dice que su carga laboral en la empresa Creaciones y Confecciones Mery es muy justa y el 25% restante dice que su carga laboral es poco justa.
- El 100% de los colaboradores, es decir, 4 personas, trabajan aproximadamente 40 horas por semana.

Los colaboradores de la microempresa “Creaciones y Confecciones Mery” mostraron una buena actitud al momento de diligenciar la encuesta, siendo participativos, contribuyendo así al buen desarrollo de la misma.

Respecto a los resultados obtenidos a nivel general, se puede ver que los colaboradores se encuentran motivados a la hora de realizar su labor, se cuenta con un buen ambiente laboral, donde la relación con los compañeros de trabajo es positiva y donde perciben un apoyo y acompañamiento por parte de su jefe inmediato, con horarios de trabajo flexibles, sin embargo, la mayoría de los empleados consideran que su trabajo es un poco estresante debido a cierta presión que reciben a la hora de cumplir con los resultados exigidos.

4.2.2 ANALISIS DOFA

El análisis DOFA ayuda a determinar si la organización está capacitada para desempeñarse en su medio; mientras más competitiva sea en comparación con sus competidores mayores posibilidades de éxito. El análisis DOFA está diseñado para ayudar al estratega a encontrar el mayor acoplamiento entre las tendencias del medio, las oportunidades y amenazas, las capacidades internas, debilidades y fortalezas de la empresa; dicho análisis permitirá a la organización formular estrategias para aprovechar sus fortalezas, prevenir el efecto de sus debilidades, utilizar a tiempo sus oportunidades y anticiparse a las amenazas.

Una vez establecidas y aplicadas las herramientas de diagnóstico, se concluye esta etapa con la presentación de los principales resultados a través de una matriz DOFA para la empresa evidenciando su impacto para poder establecer los factores claves de éxito. La calificación de ésta matriz se hace a criterio de los autores, con el fin de proponer los objetivos y estrategias de mejora para la empresa.

<p style="text-align: center;">MATRIZ DOFA</p> <p>Creaciones y Confecciones Mery</p>	<p>DEBILIDADES (D)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Direccionamiento estratégico. 2. Imagen en el mercado. 3. Rentabilidad. 4. Promociones. 5. Controles financieros. 6. Personal capacitado. 	<p>FORTALEZAS (F)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Relación con los proveedores. 2. Fidelización de clientes. 3. Maquinaria. 4. Calidad de los productos. 5. Sostenibilidad. 6. Exclusividad de los productos. 7. Precios competitivos.
<p>OPORTUNIDADES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento en el mercado nacional. 2. Aumento en la demanda. 3. Disminución de costos de materia prima por acuerdos comerciales. 4. Adquirir capital a un interés bajo. 5. Nuevas tecnologías de fabricación. 6. Cultura con tendencia a la moda. 7. Desarrollo de nuevos productos. 	<p>ESTRATEGIAS (DO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proponer e implementar un direccionamiento estratégico que contenga una misión, visión, valores y políticas claras. (D1 O1,2,3,4) • Realizar campañas publicitarias. (D2,4 O2,6) • Control de los estados financieros y los balances de la organización.(D3,5 O3,4) 	<p>ESTRATEGIAS (FO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementar estudio de métodos y tiempos. (F2,3,4,5,6,7 O1,2,5,7). • Calidad en los productos y precios competitivos. (F1,2,3,4,5,6,7 O1,2,6,7)
<p>AMENAZAS (A)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Competidores extranjeros entrando al mercado nacional con bajos costos. 2. Dinamismo en el desarrollo tecnológico. 3. Estrategias de la competencia. 4. Preferencias del mercado por marcas específicas. 	<p>ESTRATEGIAS (DA)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar seguimiento y control de costos y gastos. (D3,5 A1) • Llevar a cabo programas enfocados en conocer las expectativas y percepciones de los clientes. (D2,3 A1,3,4) • Llevar a cabo programas de inducción, capacitación y entrenamiento de personal. (D1,6 A2,3) 	<p>ESTRATEGIAS (FA)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicar técnicas como el Benchmarking para el estudio de mercados y así obtener nuevas ideas de mejora. (F2,6,7 A1,2,3,4) • Llevar a cabo ofertas orientadas a la satisfacción de los clientes. (F7 A1,3,4)

Tabla 1. Matriz DOFA

Fuente: Elaboración propia.

Después de utilizar la herramienta de la matriz DOFA donde se analizaron diversos aspectos relevantes de la microempresa, tanto internos como externos, se plantearon diferentes y posibles estrategias que podrían materializarse para disminuir el impacto negativo del medio y aprovechar lo positivo tanto de la empresa como del entorno.

Con la definición de estas estrategias se busca alcanzar una ventaja competitiva, facilitar la previsión de la situación del negocio en el corto y medio plazo fortaleciendo la imagen corporativa de la microempresa.

ESTRATEGIAS

1. Proponer e implementar un direccionamiento estratégico que contenga una misión, visión, valores y políticas claras.
2. Realizar campañas publicitarias.
3. Control de los estados financieros y los balances de la organización.
4. Implementar estudio de métodos y tiempos.
5. Realizar seguimiento y control de costos y gastos.
6. Aplicar técnicas como el Benchmarking para el estudio de mercados y así obtener nuevas ideas de mejora.
7. Calidad en los productos y precios competitivos.
8. Llevar a cabo ofertas orientadas a la satisfacción de los clientes.
9. Llevar a cabo programas enfocados en conocer las expectativas y percepciones de los clientes.
10. Llevar a cabo programas de inducción, capacitación y entrenamiento de personal.

4.3 DISEÑO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO

Con base en los resultados del diagnóstico organizacional expuesto anteriormente, se propone un Direccionamiento Estratégico enfocado en el ser y acorde a la filosofía de la empresa Creaciones y Confecciones Mery:

4.3.1 Formulación de la MISIÓN

Debido a que la microempresa no tiene una misión definida que le permita plantear su razón de ser y tener una idea clara ante los clientes sobre que les ofrece, se propone una misión clara y concreta acorde al que hacer de la empresa:

“Creaciones y Confecciones Mery es una pequeña empresa dedicada a la confección y reparación de prendas de vestir, comprometida con la satisfacción de sus clientes y con el bienestar de su gente, ofreciendo calidad e innovación en sus productos, a través de la mejora continua, logrando crecimiento, rentabilidad y solidez con responsabilidad social”

4.3.2 Formulación de la VISION

La visión es una herramienta importante que le permite a la organización proyectarse a futuro e ir midiendo la consecuencia de sus acciones, por tanto se propone una visión de acuerdo a las proyecciones a largo plazo de la microempresa:

“En el año 2019 seremos una marca líder en el sector de la confección, consolidándonos como una de las mejores opciones para nuestros clientes, mediante la aplicación de una tecnología avanzada asociada a la labor del mejor equipo humano, con el fin de garantizar una excelente calidad en nuestros productos, con una constante innovación en diseños, teniendo cobertura y disponibilidad a nivel nacional.

4.3.3 Formulación de las POLITICAS ORGANIZACIONALES

Con una clara definición de las políticas organizacionales, el talento humano de la empresa tendrá pleno conocimiento de las normas y de las responsabilidades que deberán cumplir día a día dentro de la organización, por tal razón se plantean unas políticas organizacionales acordes al que hacer de la empresa:

- Realizar todo trabajo con excelencia.
- Las acciones realizadas giran en torno a la satisfacción del cliente, por tanto todos los integrantes de la empresa deben estar en capacidad de atenderlo y responder a sus dudas y solicitudes.
- Los colaboradores de la empresa deben realizar diferentes actividades, no deben negarse a cumplir con ningún requerimiento laboral siempre y cuando estén capacitados para hacerlo.
- La calidad del trabajo debe ser el punto más importante y está enfocada en la satisfacción del cliente.
- Se debe realizar reconocimiento a los colaboradores por ideas y contribuciones al cumplimiento de los objetivos, así mismo realizar una retroalimentación con cada trabajador acerca de los puntos positivos y negativos de su trabajo.
- La ética debe ser un componente esencial de todos los integrantes de la empresa.
- Realizar capacitaciones periódicas para impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad de los colaboradores.
- Preservar el entorno ambiental y la seguridad de los colaboradores en todo trabajo.

4.3.4 Formulación de los VALORES ORGANIZACIONALES

Con los valores organizacionales se busca que entre los integrantes de la microempresa se genere un ambiente de trabajo adecuado, para ello se hace necesario que los valores se practiquen y no sean solo un ideal a alcanzar, de la misma manera el grupo de trabajo debe practicarlos por convicción propia y no por imposición por ello quien dirige la empresa Creaciones y Confecciones Mery debe convencerlos de que actuar bajo ciertas normas de conducta le será beneficioso tanto a él como al grupo de trabajo. Los valores organizacionales propuestos son los siguientes:

- **Honestidad:** sinceridad y transparencia en cada uno de nuestros actos.
- **Respeto:** hacia nuestros compañeros, jefes, clientes y empleados.
- **Lealtad:** ser fiel a nuestra empresa y a nuestros valores organizacionales.
- **Responsabilidad:** cumplir con las funciones encomendadas en tiempo y forma.
- **Trabajo en equipo:** fomentar el compañerismo, la buena disposición y comunicación entre todos los empleados de la empresa.
- **Orden y Limpieza:** tener un lugar definido para cada cosa, con un ambiente de trabajo limpio y adecuado que genere un ambiente confortable para todos.

4.3.5 Formulación de los OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

Los objetivos organizacionales permitirán a la organización especificar e identificar aspectos que se deban controlar y tomar en cuenta para que se puedan lograr las metas y con el fin de colaborar al cumplimiento de la misión de la empresa, en este orden se proponen los siguientes objetivos:

1. Hacia los clientes

Generar una cultura de satisfacción en el cliente, caracterizada por tiempos de respuesta óptimos, calidad en el servicio y la solución integral a sus necesidades.

2. Hacia el mercadeo

Posicionar la imagen de la empresa en el medio, logrando una mayor participación, reconocimiento y aceptación de la marca y los productos en el mercado.

3. Hacia los colaboradores

Contribuir al desarrollo de los objetivos de la empresa mediante un plan de capacitación organizacional, fomentando el aprendizaje y la participación activa de todos los empleados, acompañado de un plan de motivación y aportando al cumplimiento de los objetivos personales de los colaboradores.

4. Hacia el crecimiento

Contar con un adecuado sistema financiero que permita conocer el estado actual de la empresa, buscando disminuir los costos y gastos aumentando la rentabilidad.

5. Hacia la productividad

Controlar continuamente el proceso productivo con el fin de aumentar la productividad, la confiabilidad del producto y reducir los costos por unidad.

4.4 PLANEACION ESTRATEGICA

4.4.1 Análisis estratégico

Una vez establecidos los objetivos para la empresa Creaciones y Confecciones Mery, se identificarán las opciones estratégicas que se pueden tener en cuenta para lograr los objetivos propuestos anteriormente.

De esta manera se propone identificar las alternativas más adecuadas y plantear estrategias concéntricas, teniendo en cuenta que estas “son aquellas que afectan toda la organización que soportan cada plan trazado para las diferentes áreas funcionales”⁸. De esta forma, las opciones estratégicas que suministro la matriz de análisis DOFA (Ver tabla 5.) y que se tendrán en cuenta en la formulación de los planes de acción se muestran a continuación:

ESTRATEGIAS

1. Realizar campañas publicitarias.
2. Control de los estados financieros y los balances de la organización.
3. Implementar estudio de métodos y tiempos.
4. Calidad en los productos y precios competitivos.
5. Llevar a cabo programas enfocados en conocer las expectativas y percepciones de los clientes.

⁸SERNA GÓMEZ, Humberto. Gerencia estratégica. Bogotá, 3R editores.2007, p-208.

6. Llevar a cabo programas de inducción, capacitación y entrenamiento de personal.

4.5 PLANES DE ACCION

Una vez determinados los objetivos y formuladas las estrategias, el siguiente paso consiste en proponer los planes de acción que permitan llevar a cabo dichas estrategias y cumplir con los objetivos propuestos, a través de una serie de actividades, delegando funciones, definiendo tiempos, recursos, entre otros.

Es así como a continuación se plantean los planes de acción con los aspectos descritos anteriormente:

1. Fortalecimiento y consolidación de la de la empresa en el mercado.
2. Conocimiento y análisis de las necesidades de los clientes y sus expectativas.
3. Implementar programas de inducción, capacitación y entrenamiento a los colaboradores.
4. Implementar el adecuado manejo de los estados financieros de la empresa.
5. Establecer tiempos estándares de producción.

Tabla 2. Planes de acción

PLAN DE ACCION 1. FORTALECIMIENTO Y CONSOLIDACIÓN DE LA IMAGEN DE LA EMPRESA EN EL MERCADO						
OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	TIEMPO	RESPONSABLE	RECURSOS	INDICADORES
Posicionar la imagen de la empresa en el mercado.	Calidad en los productos y precios competitivos	Contratar mano de obra calificada	30 días	Gerente y Auxiliar GTH	Financieros Personal encargado	* (# Uds. Defectuosas / # Uds. Producidas) X 100
		Seleccionar materias primas de calidad	4 días	Gerente y Auxiliar Comercial		
		Supervision y control en el proceso productivo	—	Gerente y Operarios		
		Analizar y definir precios del producto de acuerdo al mercado y a su costo de fabricacion	—	Gerente y Auxiliar Contable		* (# de clientes captados/ # de clientes esperados) x 100
	Realizar campañas publicitarias.	Contactar empresas publicitarias	15 días	Gerente y Auxiliar Comercial	Paginas Web, Llamadas telefonicas, Recursos	(Pedidos Despachados / Total Pedidos) X 100
		Evaluar alternativas	7 días			
		Seleccionar empresa publicitaria	7 días		Personal encargado	
		Definir tipo de publicidad	3 días			
		Definir tiempo de campaña	3 días			
		Definir terminos del contrato	7 días			
		Llevar a cabo la campaña publicitaria	30 días			Financieros Personal

PLAN DE ACCION 2. CONOCIMIENTO Y ANALISIS DE LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES Y SUS EXPECTATIVAS						
OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	TIEMPO	RESPONSABLE	RECURSOS	INDICADORES
Lograr un excelente servicio al cliente.	Llevar a cabo programas enfocados en conocer las expectativas y percepciones de los clientes.	Realizar semestralmente encuestas a los clientes sobre la percepcion de la empresa, los productos y el servicio prestado.	30 dias	Auxiliar Comercial	Financieros, personal encargado, papeleria	Resultados encuestas
		Establecer buzones de sugerencias.	—			Nivel de percepcion negativa y/o positiva de los clientes
		Identificar oportunidades de mejora y llevar a cabo acciones correctivas.	—	Gerente Auxiliar Comercial		(# de PQRS solucionados / # total de PQRS) x 100

PLAN DE ACCION 3. IMPLEMENTAR PROGRAMAS DE INDUCCIÓN, CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO A LOS COLABORADORES.						
OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	TIEMPO	RESPONSABLE	RECURSOS	INDICADORES
Contar con un plan de capacitación y motivación organizacional.	Llevar a cabo programas de induccion, capacitacion y entrenamiento de personal.	Definir estructura y cronograma de induccion y entrenamiento.	30 dias	Gerente Auxiliar de Gestión Humana	Personal encargado, Papeleria, Recursos financieros	(Cantidad de personal capacitado / Cantidad total de personal contratado) x 100
		Definir programa y cronograma de capacitacion.	1 dia			
		Elaborar formatos de induccion, entrenamiento, capacitacion y de evaluacion.	7 dias			
		Delegar actividades a formadores.	1 dia			
		Ejecutar proceso de formacion.	De acuerdo a los programas y cronogramas	Encargados de cada Proceso	Recursos financieros, personal encargado	Calificaciones obtenidas en las evaluaciones

PLAN DE ACCION 4. IMPLEMENTAR EL ADECUADO MANEJO DE LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA.						
OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	TIEMPO	RESPONSABLE	RECURSOS	INDICADORES
Establecer un adecuado sistema financiero.	Controlar los estados financieros y los balances de la organización.	Establecer el manejo del Balance General, el Estado de Resultados y el Informe diario de caja, llevando un control de los ingresos, egresos y costos.	_____	Auxiliar Contable	Personal Encargado	(Total vtas mes/Total ppto vtas mes) X 100
		Realizar analisis y seguimiento a los resultados generados en los estados financieros.				(U. Bruta / Ventas Netas) X 100
						(U. Operac. / Ventas Netas) X 100
						(365/ Rotación CxC) X 100
						(365/Rotación CxP) X 100

PLAN DE ACCION 5. ESTABLECER TIEMPOS ESTÁNDARES DE PRODUCCIÓN.						
OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	TIEMPO	RESPONSABLE	RECURSOS	INDICADORES
Aumentar la productividad reduciendo costos por unidad.	Implementar estudio de métodos y tiempos.	Evaluar técnicas para medir tiempos de producción.	7 días	Gerente Auxiliar de calidad y producción	Personal encargado Papelería Cronómetro	(No. de Uds. producidas / Cantidad Uds programadas) X 100
		Seleccionar la técnica mas adecuada.	2 días			
		Aplicar tecnica a colaborador calificado.	5 días		Personal encargado Papelería Cronómetro	
		Definir y sistematizar tiempos estandar de producción.	7 días		Personal encargado Papelería Sistema	
						(Días en producción / ciclo productivo establecido) X 100 Ciclo=30 días

4.5.1 MAPA DE PROCESOS PROPUESTO

A través del mapa de procesos se representan gráficamente los procesos que hacen parte de la organización Creaciones y Confecciones Mery, clasificándolos en estratégicos, misionales y de apoyo. El diseño de estos procesos se basa en la búsqueda del cumplimiento de la misión, la visión y el cumplimiento de los planes de acción logrando una excelente prestación de los servicios y productos a través de la adecuada interacción de los mismos.

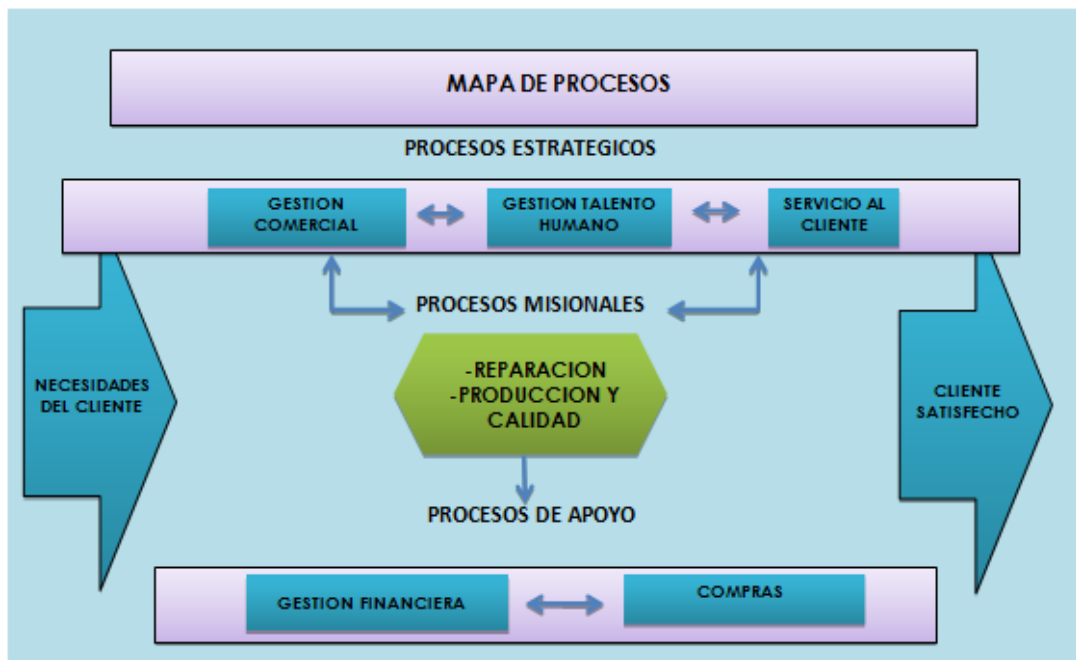


Figura 2. Mapa de procesos

4.5.2 ORGANIGRAMA PROPUESTO

A través del siguiente organigrama se quiere representar gráficamente las relaciones jerárquicas e interacciones entre los diferentes órganos identificados como viables dentro de la microempresa Creaciones y Confecciones Mery.

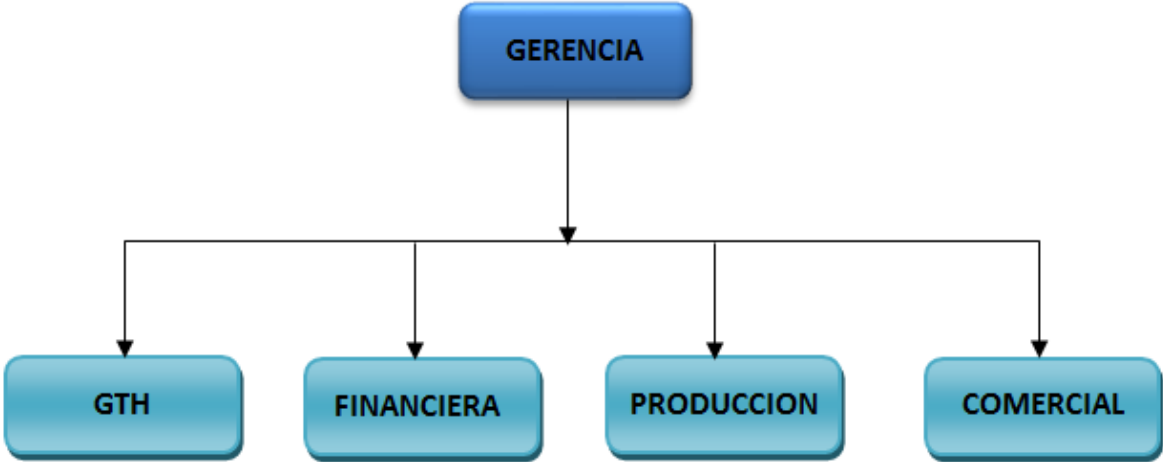


Figura 3. Organigrama

4.5.3 DOCUMENTACION DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS

El presente manual de procesos y procedimientos tiene como objetivo dotar a la empresa de una herramienta de consulta y de trabajo que contribuya al cumplimiento eficaz, eficiente y efectivo de la misión, visión, valores, políticas y objetivos organizacionales contemplados en el Direccionamiento Estratégico diseñado y que permita identificar los procesos con la estructura, base conceptual y visión en conjunto, de las actividades estratégicas, misionales y de soporte de la microempresa Creaciones y Confecciones Mery.

PROCESOS ESTRATEGICOS:


- Gestión Comercial
- Gestión del Talento Humano
- Servicio al Cliente

PROCESOS MISIONALES

- Reparación
- Producción y Calidad

PROCESOS DE APOYO

- Gestión Financiera
- Compras

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	Código: FPP 01

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCESO

1.1 NOMBRE DEL PROCESO : GESTION COMERCIAL

1.2 AREA TITULAR: COMERCIAL

1.3 OBJETIVOS: Gestionar la actividad comercial de Creaciones y Confecciones Mery, con el fin de atraer clientes, vender los productos y servicios y facturarlos oportunamente.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS:

Lograr las metas propuestas mes a mes, cumpliendo con el presupuesto planteado y la rentabilidad esperada.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Mercadeo

PUNTO FINAL: Ventas

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Bases de datos.
- Lista de precios
- Facturas
- Orden de pedido

1.7 RIESGOS:

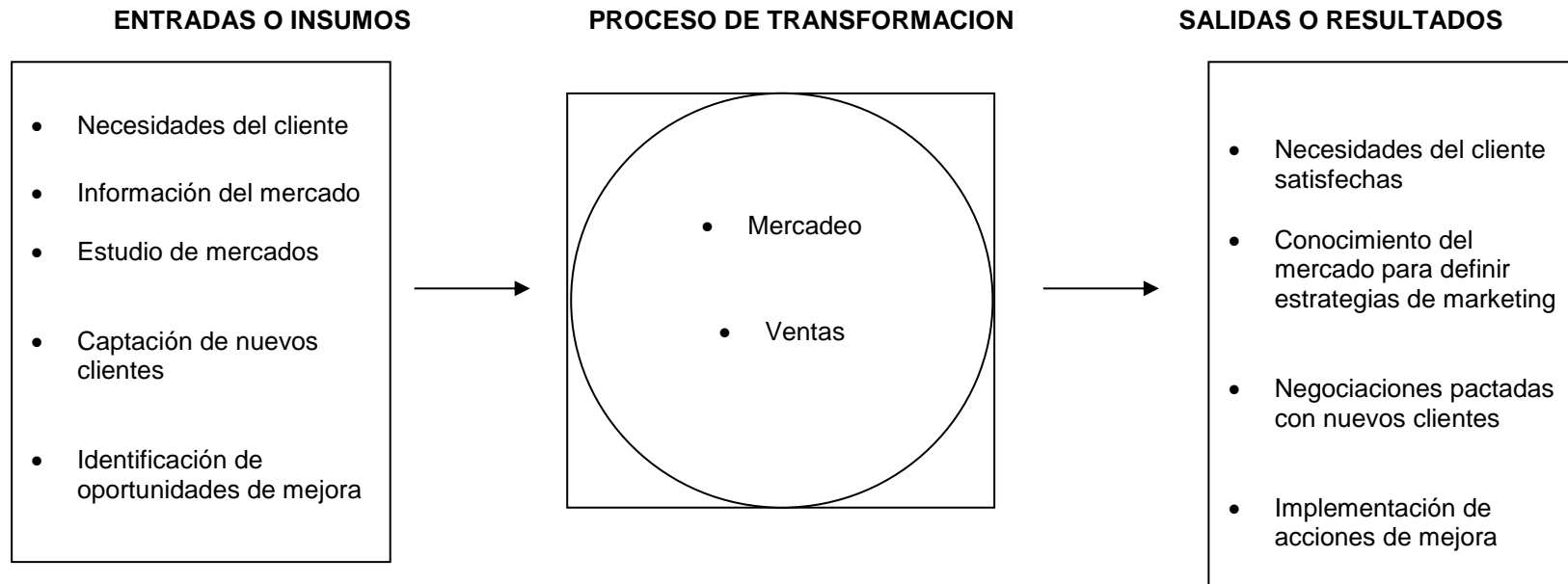
- Pérdida de clientes por errores internos.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

- Seguimiento a la orden de pedido e indicadores de cumplimiento


1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO: 4 meses.

OBSERVACIONES: La parte comercial es punto clave y estratégico en el desarrollo de los objetivos de la empresa, por tanto se deben hacer controles periódicos para garantizar el cumplimiento del área.

2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO.

3. DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DEL PROCESO.

GESTION COMERCIAL				Código: FPP 01
No. orden	Procedimiento	Área responsable	Responsable	Tiempo Estimado
1.	Mercadeo	Gestión Comercial	Gerente Auxiliar comercial	3 meses y 2 semanas
2.	Ventas	Gestión Comercial	Gerente Auxiliar comercial	1 mes y 2 semanas

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 01
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 MERCADEO

1.2 RESPONSABLE: GERENTE GENERAL – AUXILIAR COMERCIAL

1.3 OBJETIVO: Atraer nuevos clientes identificando las necesidades actuales del mercado y logrando el reconocimiento de la empresa.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Interesar al cliente por los productos y servicios que ofrece la empresa.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Detección de las necesidades del cliente.

PUNTO FINAL: Diseño y puesta en marcha de campañas publicitarias para atraer nuevos clientes.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Registro de clientes.
- Volantes, calendarios.

1.7 RIESGOS:

- Gastos excesivos en campañas publicitarias que no tienen el impacto esperado.
- Riesgo en el lanzamiento de nuevos productos.
- No lograr la satisfacción esperada en el cliente.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

Verificación y continuo seguimiento a las campañas publicitarias y al lanzamiento de nuevos productos.


1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO: 3 meses y 2 semanas

OBSERVACIONES:

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 01
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

MERCADEO								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Detección de las necesidades del cliente.	Gerente Auxiliar comercial	Comercial	1 Semana	X			
2.	Estudio y análisis de esas necesidades.	Gerente Auxiliar comercial	Comercial	1 Semana	X			
3.	Diseño y puesta en marcha de campañas publicitarias para atraer nuevos clientes.	Gerente Auxiliar comercial	Comercial	3 Meses	X			

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 01
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 VENTAS

1.2 RESPONSABLE: GERENTE GENERAL – AUXILIAR COMERCIAL

1.3 OBJETIVO: Cumplir con el presupuesto de ventas establecido mes a mes aumentando la rentabilidad y competitividad de la empresa.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Cierre de negociaciones con nuevos clientes y fidelización de los clientes ya existentes.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Captación de nuevos clientes.

PUNTO FINAL: Mantenimiento y fidelización.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Bases de datos.
- Formato para registro de clientes.
- Portafolio de productos.

1.7 RIESGOS:

No cumplir el presupuesto.


Retiro de clientes por incumplimientos.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

Verificación y continuo seguimiento a las campañas publicitarias y al lanzamiento de nuevos productos.

1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO: 1 mes y 2 semanas.

OBSERVACIONES:

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 01
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

VENTAS								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Captación de nuevos clientes.	Gerente Auxiliar comercial	Comercial	1 mes	X			
2.	Cierre de la negociación.	Gerente Auxiliar comercial	Comercial	1 semana		X		
3.	Seguimiento de la venta y el cliente.	Gerente Auxiliar comercial	Comercial	1 semana	X			
4.	Mantenimiento y fidelización.	Gerente Auxiliar comercial	Comercial	N/A	X			


4.5.4 MANUALES DE FUNCIONES

El manual de funciones ha sido elaborado con el fin de contribuir al desarrollo de la misión y visión de la microempresa, a partir de un enfoque sistémico desde el cual se pretende que con la definición de los perfiles por competencias, Creaciones y Confecciones Mery logre la eficiencia en sus procesos.

A continuación se describen los cargos contemplados en el organigrama planteado, en ellos se delimita las funciones correspondientes a cada cargo, puntualiza las competencias y perfiles. Es un instrumento orientador al personal nuevo vinculado e informará a los colaboradores sobre sus labores.

CARGOS:

- Gerente
- Auxiliar Comercial
- Auxiliar de Gestión Humana
- Auxiliar Contable
- Diseñador
- Cortador
- Operario

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código:FMF01
	MANUAL DE FUNCIONES POR PROCESOS	

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Denominación del Cargo: Gerente 2. Nivel: Administrativo 3. Dependencia Jerárquica: Ninguno 4. Número de cargos con la misma denominación dentro de la unidad: 1 	
II. OBJETIVO	
<ul style="list-style-type: none"> • Representar Administrativa, Judicial y Extrajudicialmente a la Empresa “Creaciones y confecciones Mery”. • Planear, organizar, dirigir, controlar y coordinar todas las actividades de manejo, administración y proyección de la empresa. 	
III. FUNCIONES DEL CARGO	
FUNCIONES	PROCEDIMIENTO INVOLUCRADO

<ol style="list-style-type: none"> 1. Apoyar al área comercial en la detección, estudio y análisis de las necesidades del cliente. 2. Coordinar diseño y puesto en Marcha de campañas publicitarias. 3. Participar tanto la captación de nuevos clientes como en su fidelización. 4. Realizar seguimiento de las ventas. 5. Definir misión, visión, objetivos, estrategia y presupuesto del área de GTH. 6. Determinar la cantidad necesaria del personal, asignándolo a los diversos puestos de la organización de acuerdo con el plan estratégico. 7. Aplicar estrategias de cambio, para lograr la excelencia organizacional. 8. Establecer estrategias para lograr una planta estable de trabajo con personal altamente satisfecho y comprometido con la organización. 9. Realizar las entrevistas y contratar el personal según las necesidades de la organización. 10. Ubicar al nuevo colaborador, presentar las políticas de la empresa, realizar un recorrido empresarial, Presentar a los compañeros de trabajo y realizar Seguimiento de las actividades desarrolladas por el nuevo colaborador. 11. Transmitir la Información necesaria a los nuevos colaboradores, desarrollo de habilidades y conceptos. 12. Determinar el tipo de evaluación de desempeño y retroalimentar a los colaboradores 13. .Dar tratamiento y realizar seguimiento a las peticiones quejas reclamos y sugerencias de los clientes. 14. Tomar decisiones con respecto a los resultados obtenidos en las encuestas de satisfacción. 15. Planificación del presupuesto operativo y de inversiones. 16. Controlar las materias primas, el producto en proceso y el producto terminado. 17. Planificar las compras y seleccionar los proveedores. 	<p style="text-align: center;">Mercadeo</p> <p style="text-align: center;">Ventas</p> <p style="text-align: center;">Planeación del talento humano</p> <p style="text-align: center;">Selección</p> <p style="text-align: center;">Inducción</p> <p style="text-align: center;">Entrenamiento</p> <p style="text-align: center;">Evaluación del desempeño</p> <p style="text-align: center;">Manejo de PQRS.</p> <p style="text-align: center;">Aplicación de encuestas de satisfacción</p> <p style="text-align: center;">Gestión presupuestaria</p> <p style="text-align: center;">Contabilidad</p> <p style="text-align: center;">Planificación de las compras y selección del proveedor</p>
--	---

V. RESPONSABILIDADES

1. Formular, dirigir, evaluar y controlar todo lo relacionado con la fijación y cumplimiento de las políticas y estrategias generales, relacionadas con la parte administrativa, comercial, talento humano, Financiera y operativa de la misma.
2. Efectuar planes, programas y proyectos que considere propicios para el progreso de la organización.
3. Velar por la organización y su buen funcionamiento.
4. Cuidar por los activos y buen crédito de esta.
5. Vigilar el buen desempeño de los trabajadores y hacer la mejor selección de los mismos.
6. Coordinar las actividades que desarrollen las áreas que componen la Empresa.
7. Realizar informes financieros, revisar periódicamente el balance general, estado de resultados y demás Documentos exigidos por la ley.
8. Cumplir y hacer cumplir los reglamentos y normas elaboradas para el correcto funcionamiento de la Empresa.

VI. COMPETENCIAS

1. Habilidades para la comunicación.
2. Competencia para la planeación y la administración.
3. Competencia de trabajo en equipo.
4. Competencia de liderazgo y manejo de personal.

1. Estudios: Profesional en Ingeniería industrial o administración de empresas.

2. Experiencia: 5 años

5 CONCLUSIONES

1. A través del diagnóstico organizacional se pudo conocer la situación de la empresa, definiendo así la estructura organizacional que se consideró viable para la microempresa “Creaciones y confecciones Mery”.
2. Diseñando el direccionamiento estratégico para la microempresa Creaciones y Confecciones Mery, a través de las políticas y valores organizacionales, la Misión y Visión propuesta, se pretende establecer una idea clara en los colaboradores sobre el concepto de la organización, su filosofía y enfoque teniendo una clara perspectiva de la situación de la microempresa y de lo que se espera en el futuro.
3. Este trabajo proporciona las bases que necesita la organización para visualizarse a futuro y emprender acciones a corto, mediano y largo plazo, evaluando el progreso de la organización y llevando a cabo los diferentes planes de acción propuestos estableciendo prioridades y avanzando constructivamente.
4. Se documentaron los procesos y procedimientos consecuentes con la misión propuesta y encaminados al cumplimiento de la visión de Creaciones y Confecciones Mery.
5. Basadas en los manuales de procesos y procedimientos ya definidos, se documentaron los manuales de cada cargo, logrando así establecer las funciones, responsabilidades y competencias que debe cumplir cada persona en su respectivo puesto de trabajo.

6 RECOMENDACIONES

- 1.** Socializar el direccionamiento estratégico a todos los colaboradores de la microempresa, con el fin de encaminar la organización hacia el cumplimiento de un mismo objetivo.
- 2.** Establecer programas de entrenamiento y capacitación para los colaboradores de “Creaciones y Confecciones Mery”.
- 3.** Buscar y destinar los recursos necesarios para poner en marcha los planes de acción que permitan alcanzar los objetivos deseados.
- 4.** Diseñar ofertas y promociones atractivas a los clientes.
- 5.** Implementar el uso de formatos propuestos en la documentación de cada proceso.
- 6.** Tener en cuenta las estrategias obtenidas en el análisis de la matriz DOFA para un mejor control interno.

7 ANEXOS

ANEXO 1. Entrevista gerente

1. **¿En qué negocio se encuentra la empresa en este momento? (razón social exacta)**
“Creaciones y confecciones Mery” es una empresa que se dedica a la confección y reparación de toda clase de prendas de vestir.
2. **¿Qué diferencia su empresa de otras?**
Lo que diferencia mi empresa de otras es que ofrece diferentes servicios como los son la confección de prendas exclusivas, la reparación de prendas de vestir, alquiler de trajes para toda ocasión, confección de uniformes y servicio de maquila.
3. **¿Cómo selecciona los proveedores?**
Se visitan diferentes tiendas proveedoras de insumos para la confección, se verifica calidad y se hacen respectivas cotizaciones a cargo de la gerente.
4. **¿qué planes tiene para un futuro inmediato?**
Vender al por mayor y al detal la propia línea de vestir de la empresa.
5. **¿Cuáles son las proyecciones de su empresa para los próximos cinco años?**
Contar con una planta de producción más amplia para así aumentar el nivel productivo y distribuir a diferentes ciudades del país.
6. **¿Esos planes son basados en algún comportamiento ó son necesarios?**
Son basados en un comportamiento, ya que al contar con un número limitado de máquinas se reduce el número de empleados y por lo tanto no se logra producir la cantidad demandada.
7. **¿Qué estrategias utiliza para conocer a la competencia?**
Estar atenta a los cambios en las tendencias de vestir y los cambios en la moda.
8. **¿Cómo califica a la competencia?**
Alta competitividad, ya que hay mucha industria textil.

9. ¿Cree que la competencia es necesaria en los negocios?

Si, ya que al compararnos con la competencia, esta nos lleva a mejorar en nuestros procesos y productos y a que el público adquiriera buenos criterios para elegirnos.

10. ¿Cuáles son los planes que tiene para el crecimiento y expansión de su empresa? ¿Qué está haciendo para alcanzarlos?

Los planes que se tienen a futuro para el crecimiento y expansión de la empresa es desempeñar una excelente administración, delegando de manera eficiente las funciones, seleccionando de manera objetiva los colaboradores, eligiendo excelentes proveedores, manejar buenas inversiones sin descuidar en ningún momento el mercado objetivo. Sin embargo en este momento no se está trabajando en ello ya que la empresa no cuenta con una estructura bien definida y carece de herramientas adecuadas y conocimientos suficientes para llevar a cabo estos planes.

11. ¿Cuáles considera que son las ventajas más importantes de su empresa?

El producto que esta empresa ofrece al público, es un producto que siempre va a estar dentro de las necesidades de cualquier persona, por tanto siempre existirá una demanda constante.

12. ¿Qué nos puede decir sobre sus nuevos productos?

En Creaciones y confecciones Mery se confeccionan prendas de vestir para todo tipo de ocasión por tanto nuestros productos cambian al ritmo en que cambian los gusto de los clientes y la moda.

13. ¿Cuáles son los principales obstáculos que ha enfrentado la empresa hasta el momento?

Falta de capital y mano de obra calificada.

14. ¿Que se está haciendo para superarlos?

Evaluando al máximo las capacidades de los colaboradores que ingresan para que cumplan con las exigencias del cargo y estar en búsqueda constante de recursos.

15. ¿Cómo es la comunicación dentro de la empresa?

Existe una comunicación directa y verbal de empleador a empleado al igual que de empleado a empleado.

16. ¿Háblenos de su equipo de trabajo y de su roll como jefe de ellos, está abierto al dialogo con todos sus colaboradores?

Siempre ha existido un canal directo de comunicación de jefe a empleado por medio del cual se delegan funciones, reconocimientos y llamados de atención.

17. ¿Cómo realiza el reconocimiento al personal?

Felicitándolos y agradeciéndoles por el esfuerzo y la colaboración.

18. Realiza eventos para mejorar el bienestar de los empleados y sus familia

Debido a los limitados recursos de la empresa, no se pueden realizar actividades de ese tipo por ahora.

Sin embargo algo que si suelo hacer es darles algo al desayuno y jugo para la hora del almuerzo.

ANEXO 2. Encuestas colaboradores y tabulación de resultados.

FICHA TÉCNICA:

- Segmento de la población: Colaboradores de la empresa “Creaciones y Confecciones Mery”

- Tamaño de la población: 4 personas.

- Clase de encuesta: Personal.

- Fecha: 10 y 11 de octubre de 2013

- Hora: la encuesta se realizó en horas de la tarde. 4:00 pm

- Encuestadores: Sirley Henao Galeano.
Nathalia Aristizabal Alzate.

Descripción: La población estaba definida y no fue necesario tomar una muestra ya que el tamaño de la población era pequeño y se realizó encuesta a todos los trabajadores de la microempresa Creaciones y Confecciones Mery. La toma de datos para las encuestas se produjo personalmente.

COLABORADOR 1

1. **¿Con qué frecuencia le permiten tomar decisiones independientes en el trabajo?**

- Con extrema frecuencia
- Con mucha frecuencia
- A veces
- Ocasionalmente
- Nunca

2. **¿Qué tan rutinarias son las tareas que realiza en su trabajo?**

- Extremadamente rutinarias
- Muy rutinarias
- Un poco rutinarias
- Ligeramente rutinarias
- Nada rutinarias

3. **¿Qué tan accesibles son las oportunidades para ser creativo e innovador?**

- Extremadamente accesibles
- Muy accesibles
- Un poco accesibles
- Ligeramente accesibles
- Nada accesibles

4. **¿Necesita más insumos, menos insumos o tiene suficientes insumos?**

- Más insumos
- Menos insumos
- Tengo suficientes insumos

5. **¿Qué tan estresante es su trabajo?**

- Extremadamente estresante

- Muy estresante
- Un poco estresante
- Ligeramente estresante
- Nada estresante

6. ¿Qué tan a gusto se siente con la relación laboral que tiene con su gerente o supervisor?

- Extremadamente a gusto
- Muy a gusto
- Un poco a gusto
- Ligeramente a gusto
- Nada a gusto

7. ¿Qué tan alentador es su gerente o supervisor en cuanto a su trabajo?

- Extremadamente alentador
- Muy alentador
- Un poco alentador
- Ligeramente alentador
- Nada alentador

8. ¿Qué tan justo es su horario de trabajo?

- Extremadamente justo
- Muy justo
- Un poco justo
- Ligeramente justo
- Nada justo

9. ¿Cuánta colaboración hay en su ambiente de trabajo?

- Extrema colaboración
- Mucha colaboración
- Un poco de colaboración

- Muy poca colaboración
- Nada de colaboración

10. ¿Qué tan competentes son sus compañeros de trabajo?

- Extremadamente competentes
- Muy competentes
- Un poco competentes
- Ligeramente competentes
- Nada competentes

11. ¿Qué tan cordiales son sus compañeros de trabajo?

- Extremadamente cordiales
- Muy cordiales
- Un poco cordiales
- Ligeramente cordiales
- Nada cordiales

12. ¿Qué tan alentadores son sus compañeros de trabajo?

- Extremadamente alentadores
- Muy alentadores
- Un poco alentadores
- Ligeramente alentadores
- Nada alentadores

13. ¿Qué tan justa es su carga de trabajo?

- Extremadamente justa
- Muy justa
- Un poco justa
- Ligeramente justa
- Nada justa

14. ¿Trabaja más de 40 horas por semana, menos de 40 horas por semana o aproximadamente 40 horas por semana?

- Más de 40 horas
- Menos de 40 horas
- Aproximadamente 40 horas

COLABORADOR 2

1. ¿Con qué frecuencia le permiten tomar decisiones independientes en el trabajo?

- Con extrema frecuencia
- Con mucha frecuencia
- A veces
- Ocasionalmente
- Nunca

2. ¿Qué tan rutinarias son las tareas que realiza en su trabajo?

- Extremadamente rutinarias
- Muy rutinarias
- Un poco rutinarias
- Ligeramente rutinarias
- Nada rutinarias

3. ¿Qué tan accesibles son las oportunidades para ser creativo e innovador?

- Extremadamente accesibles
- Muy accesibles
- Un poco accesibles
- Ligeramente accesibles
- Nada accesibles

4. ¿Necesita más insumos, menos insumos o tiene suficientes insumos?

- Más insumos
- Menos insumos
- Tengo suficientes insumos

5. ¿Qué tan estresante es su trabajo?

- Extremadamente estresante
- Muy estresante
- Un poco estresante
- Ligeramente estresante
- Nada estresante

6. ¿Qué tan a gusto se siente con la relación laboral que tiene con su gerente o supervisor?

- Extremadamente a gusto
- Muy a gusto
- Un poco a gusto
- Ligeramente a gusto
- Nada a gusto

7. ¿Qué tan alentador es su gerente o supervisor en cuanto a su trabajo?

- Extremadamente alentador
- Muy alentador
- Un poco alentador
- Ligeramente alentador
- Nada alentador

8. ¿Qué tan justo es su horario de trabajo?

- Extremadamente justo
- Muy justo
- Un poco justo
- Ligeramente justo

- Nada justo

9. ¿Cuánta colaboración hay en su ambiente de trabajo?

- Extrema colaboración
- Mucha colaboración
- Un poco de colaboración
- Muy poca colaboración
- Nada de colaboración

10. ¿Qué tan competentes son sus compañeros de trabajo?

- Extremadamente competentes
- Muy competentes
- Un poco competentes
- Ligeramente competentes
- Nada competentes

11. ¿Qué tan cordiales son sus compañeros de trabajo?

- Extremadamente cordiales
- Muy cordiales
- Un poco cordiales
- Ligeramente cordiales
- Nada cordiales

12. ¿Qué tan alentadores son sus compañeros de trabajo?

- Extremadamente alentadores
- Muy alentadores
- Un poco alentadores
- Ligeramente alentadores
- Nada alentadores

13. ¿Qué tan justa es su carga de trabajo?

- Extremadamente justa
- Muy justa
- Un poco justa
- Ligeramente justa
- Nada justa

14. ¿Trabaja más de 40 horas por semana, menos de 40 horas por semana o aproximadamente 40 horas por semana?

- Más de 40 horas
- Menos de 40 horas
- Aproximadamente 40 horas

COLABORADOR 3

1. ¿Con qué frecuencia le permiten tomar decisiones independientes en el trabajo?

- Con extrema frecuencia
- Con mucha frecuencia
- A veces
- Ocasionalmente
- Nunca

2. ¿Qué tan rutinarias son las tareas que realiza en su trabajo?

- Extremadamente rutinarias
- Muy rutinarias
- Un poco rutinarias
- Ligeramente rutinarias
- Nada rutinarias

3. ¿Qué tan accesibles son las oportunidades para ser creativo e innovador?

- Extremadamente accesibles
- Muy accesibles
- Un poco accesibles
- Ligeramente accesibles
- Nada accesibles

4. ¿Necesita más insumos, menos insumos o tiene suficientes insumos?

- Más insumos
- Menos insumos
- Tengo suficientes insumos

5. ¿Qué tan estresante es su trabajo?

- Extremadamente estresante
- Muy estresante
- Un poco estresante
- Ligeramente estresante
- Nada estresante

6. ¿Qué tan a gusto se siente con la relación laboral que tiene con su gerente o supervisor?

- Extremadamente a gusto
- Muy a gusto
- Un poco a gusto
- Ligeramente a gusto
- Nada a gusto

7. ¿Qué tan alentador es su gerente o supervisor en cuanto a su trabajo?

- Extremadamente alentador
- Muy alentador
- Un poco alentador
- Ligeramente alentador

- Nada alentador

8. ¿Qué tan justo es su horario de trabajo?

- Extremadamente justo
- Muy justo
- Un poco justo
- Ligeramente justo
- Nada justo

9. ¿Cuánta colaboración hay en su ambiente de trabajo?

- Extrema colaboración
- Mucha colaboración
- Un poco de colaboración
- Muy poca colaboración
- Nada de colaboración

10. ¿Qué tan competentes son sus compañeros de trabajo?

- Extremadamente competentes
- Muy competentes
- Un poco competentes
- Ligeramente competentes
- Nada competentes

11. ¿Qué tan cordiales son sus compañeros de trabajo?

- Extremadamente cordiales
- Muy cordiales
- Un poco cordiales
- Ligeramente cordiales
- Nada cordiales

12. ¿Qué tan alentadores son sus compañeros de trabajo?

- Extremadamente alentadores
- Muy alentadores
- Un poco alentadores
- Ligeramente alentadores
- Nada alentadores

13. ¿Qué tan justa es su carga de trabajo?

- Extremadamente justa
- Muy justa
- Un poco justa
- Ligeramente justa
- Nada justa

14. ¿Trabaja más de 40 horas por semana, menos de 40 horas por semana o aproximadamente 40 horas por semana?

- Más de 40 horas
- Menos de 40 horas
- Aproximadamente 40 horas

COLABORADOR4

1. ¿Con qué frecuencia le permiten tomar decisiones independientes en el trabajo?

- Con extrema frecuencia
- Con mucha frecuencia
- A veces
- Ocasionalmente
- Nunca

2. ¿Qué tan rutinarias son las tareas que realiza en su trabajo?

- Extremadamente rutinarias

- Muy rutinarias
- Un poco rutinarias
- Ligeramente rutinarias
- Nada rutinarias

3. ¿Qué tan accesibles son las oportunidades para ser creativo e innovador?

- Extremadamente accesibles
- Muy accesibles
- Un poco accesibles
- Ligeramente accesibles
- Nada accesibles

4. ¿Necesita más insumos, menos insumos o tiene suficientes insumos?

- Más insumos
- Menos insumos
- Tengo suficientes insumos

5. ¿Qué tan estresante es su trabajo?

- Extremadamente estresante
- Muy estresante
- Un poco estresante
- Ligeramente estresante
- Nada estresante

6. ¿Qué tan a gusto se siente con la relación laboral que tiene con su gerente o supervisor?

- Extremadamente a gusto
- Muy a gusto
- Un poco a gusto
- Ligeramente a gusto
- Nada a gusto

7. ¿Qué tan alentador es su gerente o supervisor en cuanto a su trabajo?

- Extremadamente alentador
- Muy alentador
- Un poco alentador
- Ligeramente alentador
- Nada alentador

8. ¿Qué tan justo es su horario de trabajo?

- Extremadamente justo
- Muy justo
- Un poco justo
- Ligeramente justo
- Nada justo

9. ¿Cuánta colaboración hay en su ambiente de trabajo?

- Extrema colaboración
- Mucha colaboración
- Un poco de colaboración
- Muy poca colaboración
- Nada de colaboración

10. ¿Qué tan competentes son sus compañeros de trabajo?

- Extremadamente competentes
- Muy competentes
- Un poco competentes
- Ligeramente competentes
- Nada competentes

11. ¿Qué tan cordiales son sus compañeros de trabajo?

- Extremadamente cordiales

- Muy cordiales
- Un poco cordiales
- Ligeramente cordiales
- Nada cordiales

12. ¿Qué tan alentadores son sus compañeros de trabajo?

- Extremadamente alentadores
- Muy alentadores
- Un poco alentadores
- Ligeramente alentadores
- Nada alentadores

13. ¿Qué tan justa es su carga de trabajo?

- Extremadamente justa
- Muy justa
- Un poco justa
- Ligeramente justa
- Nada justa

14. ¿Trabaja más de 40 horas por semana, menos de 40 horas por semana o aproximadamente 40 horas por semana?

- Más de 40 horas
- Menos de 40 horas
- Aproximadamente 40 horas

Tabulación de encuestas

1. ¿Con qué frecuencia le permiten tomar decisiones independientes en el trabajo?

a) Con extrema frecuencia	
b) Con mucha frecuencia	
c) A veces	3
d) Ocasionalmente	1
E) nunca	

2. ¿Qué tan rutinarias son las tareas que realiza en su trabajo?

a) Extremadamente rutinarias	
b) muy rutinarias	2
c) un poco rutinarias	1
d) ligeramente rutinarias	1
E) nada rutinarias	

3. ¿Qué tan accesibles son las oportunidades para ser creativo e innovador?

a) Extremadamente accesibles	
b) muy accesibles	
c) un poco accesibles	2
d) ligeramente accesibles	2
E) nada accesibles	

4. ¿Necesita más insumos, menos insumos o tiene suficientes insumos?

a) Mas insumos	2
b) Menos insumos	
c) Tengo suficientes insumos	2

5. ¿Qué tan estresante es su trabajo?

a) Extremadamente estresante	
b) Muy estresante	
c) Un poco estresante	3
d) Ligeramente estresante	1
e) Nada estresante	

6. ¿Qué tan a gusto se siente con la relación laboral que tiene con su gerente o supervisor?

a) Extremadamente a gusto	
b) Muy a gusto	4
c) Un poco a gusto	
d) Ligeramente a gusto	
e) Nada a gusto	

7. ¿Qué tan alentador es su gerente o supervisor en cuanto a su trabajo?

a) Extremadamente alentador	
b) Muy alentador	3
c) Un poco alentador	1
d) Ligeramente alentador	
e) Nada alentador	

8. ¿Qué tan justo es su horario de trabajo?

a) Extremadamente justo	1
b) Muy justo	2
c) Un poco justo	1
d) Ligeramente justo	
e) Nada justo	

9. ¿Cuánta colaboración hay en su ambiente de trabajo?

a) Extrema colaboración	
b) Mucha colaboración	3
c) Un poco de	1

colaboración	
d) muy poca colaboración	
e) Nada de colaboración	

10. ¿Qué tan competentes son sus compañeros de trabajo?

a) Extremadamente competentes	
b) Muy competentes	2
c) Un poco competentes	2
d) Ligeramente competentes	
e) Nada competentes	

11. ¿Qué tan cordiales son sus compañeros de trabajo?

a) Extremadamente cordiales	
b) Muy cordiales	3
c) Un poco cordiales	1
d) Ligeramente cordiales	
e) Nada cordiales	

12. ¿Qué tan alentadores son sus compañeros de trabajo?

a) Extremadamente alentadores	
b) Muy alentadores	4
c) Un poco alentadores	
d) Ligeramente alentadores	
e) Nada alentadores	

13. ¿Qué tan justa es su carga de trabajo?

a) Extremadamente justa	
b) Muy justa	3
c) Un poco justa	1
d) Ligeramente justa	
e) Nada justa	

14. ¿Trabaja más de 40 horas por semana, menos de 40 horas por semana o aproximadamente 40 horas por semana?

a) Mas de 40 horas por semana	
b) Menos de 40 horas por semana	
c) aproximadamente 40 horas por semana	4

ANEXO 3. Análisis situacional DOFA

Fortalezas	Desacuerdo	No de acuerdo totalmente	De Acuerdo
Alto nivel de competitividad		X	
Recursos financieros necesarios		X	
Líder del mercado	X		
Buena reputación entre los proveedores			X
Buena reputación con los clientes			X
Estrategias definidas	X		
Costos más bajos que la competencia		X	
Mejor calidad que la competencia		X	
Desarrollo de más productos nuevos que la competencia		X	
Tecnología adecuada a los productos fabricados			X
Estructura necesaria para desarrollar el negocio		X	
Personal idóneo en cada puesto		X	
Conocimiento del mercado		X	
Distribución optimizada del espacio		X	
Aceptación de los productos			X
Estructura de ventas necesaria		X	
Las ventas vienen creciendo de acuerdo al mercado			X
La rentabilidad de la empresa es la esperada		X	
No hay rechazos por calidad de productos		X	

El plazo de entrega es mejor que la competencia		X	
Exclusividad de los productos			X

**Evaluación de la organización
Análisis de situación (FODA)**

Debilidades	Desacuerdo	No de acuerdo totalmente	De Acuerdo
No hay una clara dirección estratégica			X
Las instalaciones son obsoletas	X		
Débil imagen en el mercado			X
Personal adecuado		X	
Gerentes adecuados		X	
Se cuenta con una estrecha línea de productos	X		
La rentabilidad no es suficiente			X
Costos relativos mayores que la competencia		X	
Problemas operativos continuos		X	
Los proveedores no son adecuados	X		
El personal no está motivado		X	
Poco conocimiento del mercado		X	
La fuerza de ventas no es la adecuada		X	
Demasiados rechazos de producción		X	
Punto de equilibrio alto		X	
Facturación mensual viene decreciendo	X		

Promociones necesarias	X		
------------------------	---	--	--


**Evaluación de la organización
Análisis de situación (FODA)**

Oportunidades	Desacuerdo	No de acuerdo totalmente	De Acuerdo
Hay un segmento del mercado que se pueda atender y aun no se esté haciendo		X	
Se pueden desarrollar nuevos productos para nuevos mercados			X
Tiene posibilidades de exportación			X
Nuestra competencia está débil	X		
El mercado está creciendo			X
Puede desarrollar nuevos productos para mercados nuevos			X
Está aumentando el número de clientes			X
Posibilidades de mejorar sus costos			X
Puede conseguir capital a un interés atractivo			X
Puede desarrollar o adquirir nuevas tecnologías de fabricación			X
Las barreras de entrada a la industria son altas		X	

**Evaluación de la organización
Análisis de situación (FODA)**

Amenazas	Desacuerdo	No de acuerdo totalmente	De Acuerdo
Competidores de bajo costo extranjeros están entrando al mercado			X
El mercado no está creciendo de acuerdo a lo esperado	X		
Los clientes están cambiando sus costumbres en forma negativa al uso de sus productos	X		
Cambios demográficos tiene impacto negativo en los negocios		X	
Los precios en general están bajando		X	
El mercado se está concentrando en pocos clientes	X		
Los proveedores tiene mayor poder de negociación	X		
La situación de nuestro mercado en particular está decayendo	X		
La economía está decayendo			X
Está cambiando la tecnología de fabricación en el mundo			X
Estrategias de los nuevos competidores			X

ANEXO 4. Manuales de procesos y procedimientos

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	Código: FPP 02

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCESO

1.1 GESTION DEL TALENTO HUMANO

1.2 AREA TITULAR: GESTION DEL TALENTO HUMANO

1.3 OBJETIVOS: Atraer, retener y desarrollar el personal que actualmente y en el futuro se requerirá, proporcionándole las competencias y las herramientas necesarias para su buen desempeño.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS:

Contribuir con la organización mediante el incremento del capital humano y la generación de valor.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Planeación del talento humano.

PUNTO FINAL: Evaluación del desempeño.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Bases de datos.
- Hojas de vida.
- Formato de resultado de selección de personal.
- Formatos de inducción y entrenamiento

1.7 RIESGOS:

- Elección inadecuada del talento humano.
- Mala distribución de los puestos de trabajo.
- Intranquilidad del talento humano a causa de rotaciones innecesarias.

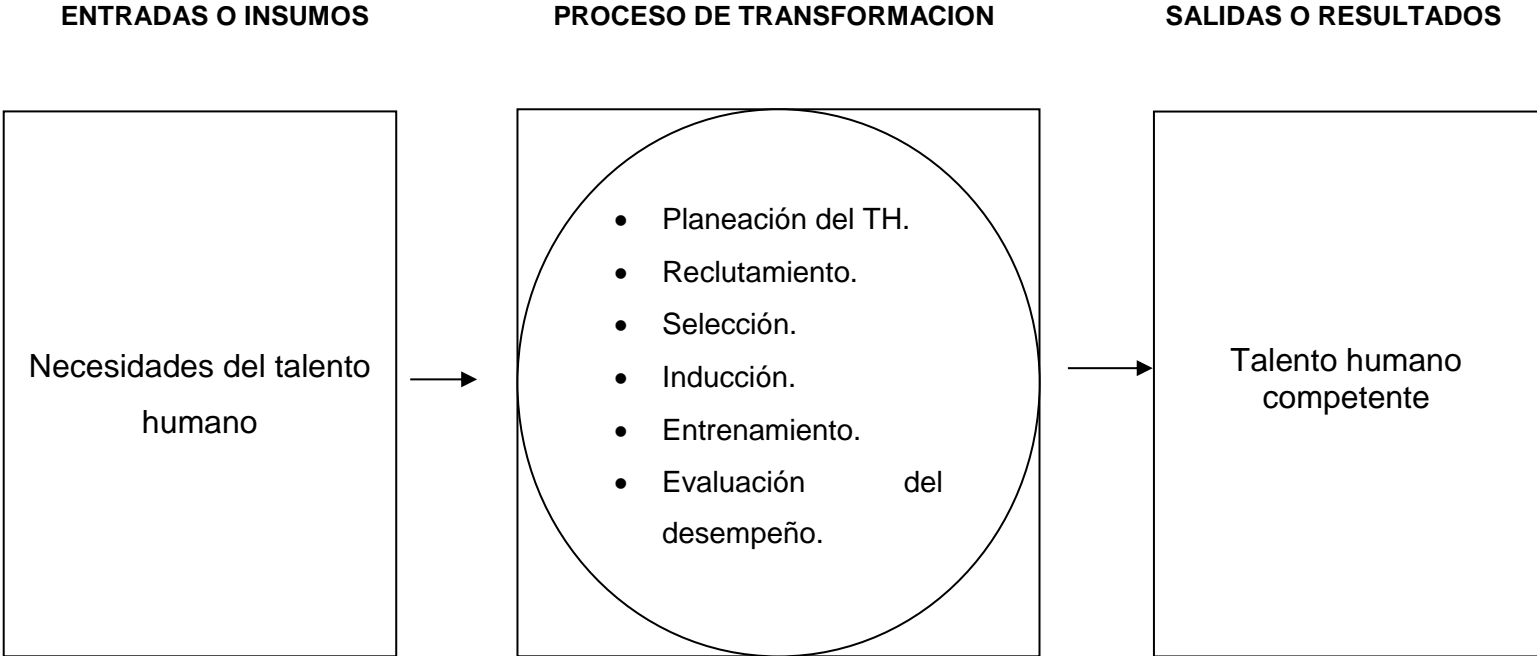
1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

- Verificación, seguimiento y evaluación periódica del talento humano.

1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO:4 Semanas y 2 días.


OBSERVACIONES: La gestión del talento humano es el proceso mediante el cual se diseñan, implementan y administran las políticas, objetivos, estrategias, requerimientos y procedimientos relativos al personal de la empresa.

2 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO.



3. DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DEL PROCESO.

GESTION DEL TALENTO HUMANO				Código: FPP 02
No. orden	Procedimiento	Área responsable	Responsable	Tiempo Estimado
1.	Planeación del talento humano	Gerencia	Gerente	1 Semana
2.	Reclutamiento	GTH	Auxiliar de gestión humana	1 Semana
3.	Selección	GTH Gerencia	Auxiliar de gestión humana Gerente	1 Semana
4.	Inducción	Gerencia	Gerente	1 Día
5.	Entrenamiento	Gerencia	Gerente	4 Días
6.	Evaluación del desempeño	GTH Gerencia	Auxiliar de gestión humana Gerente	2 Días

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 02
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 PLANEACION DEL TALENTO HUMANO.

1.2 RESPONSABLE: GERENTE

1.3 OBJETIVO: Establecer estrategias y programas en relación con el personal definiendo cuales son las necesidades, el perfil y las características del personal para estar en posibilidad de lograr el plan estratégico corporativo.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Conocer la fuerza laboral y el talento humano necesarios para lograr la misión y visión de la organización.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Definición de la misión, visión, objetivos, estrategia y presupuestos del área de recursos humanos.

PUNTO FINAL: Establecer estrategias para lograr una planta estable de trabajo con personal altamente satisfecho y comprometido con la organización.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Hojas de vida
- Bases de datos.

1.7 RIESGOS:


- Posibles cambios en uso de tecnologías.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

- Seguimiento y evaluación del plan estratégico.


1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO: 1 Semana

OBSERVACIONES: Junto a la estrategia organizacional, se propone una planeación de recursos humanos orientada a identificar las necesidades de productos de nuevos negocios de expansión, estableciendo y reconociendo los requerimientos futuros, permitiendo a la empresa contar con el personal adecuado.

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 02
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

PLANEACION DEL TALENTO HUMANO								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Definición de la misión, visión, objetivos, estrategia y presupuestos del área de gestión del talento humanos.	Gerente	Gerencia	1 Día	X			
2.	Determinación de la cantidad necesaria del personal, asignándolo a los diversos puestos de la organización de acuerdo con el plan estratégico.	Gerente	Gerencia	1 Día	X			
3.	Diagnóstico y programación de la capacitación y rotación del personal para lograr mejor desempeño.	Gerente	Gerencia	1 Día	X			
4.	Aplicación de estrategias de cambio, para lograr la salud y excelencia organizacional.	Gerente	Gerencia	1 Día	X			
5.	Establecer estrategias para lograr una planta estable de trabajo con personal altamente satisfecho y comprometido con la organización.	Gerente	Gerencia	1 Día	X			

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 02
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 RECLUTAMIENTO.

1.2 RESPONSABLE: AUXILIAR DE GESTIÓN HUMANA

1.3 OBJETIVO: Atraer candidatos potencialmente calificados de entre los cuales se seleccionará los futuros integrantes de la organización.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Recibir solicitudes de nuevos talentos para cubrir de la mejor manera el vacante de la organización.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Consultar hojas de vida de posibles candidatos.

PUNTO FINAL: Anunciar en diarios, revistas e internet.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:


- Hojas de vida
- Resultados de evaluación del desempeño
- Pruebas (psicotécnicas, psicológicas, medicas....)

1.7 RIESGOS: Descartar buenos talentos, Exceso de personas reclutadas.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS: Verificación de información sobre personas reclutadas.

1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO: 1 semana

OBSERVACIONES: Una vez que se han definido los puestos en la organización, se debe planificar las vacantes para el puesto y definir como serán cubiertas. Seguidamente se debe desarrollar la investigación pertinente, para determinar si existe personal de la organización que reúna los requisitos para desempeñar el cargo satisfactoriamente (Reclutamiento Interno) o proseguir con el reclutamiento externo.

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 02
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

RECLUTAMIENTO								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Consultar hojas de vida de posibles candidatos	Auxiliar de gestión humana	Gestión humana	3 Días				X
2.	Utilizar carteles o anuncios publicando la vacante	Auxiliar de gestión humana	Gestión humana	2 Días				X
3.	Anunciar en diarios, revistas e internet	Auxiliar de gestión humana	Gestión humana	1Dias				X

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 02
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 SELECCIÓN

1.2 RESPONSABLE: GERENTE – GESTIÓN HUMANA

1.3 OBJETIVO: Obtener personal idóneo para cada puesto de trabajo.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Adecuación y eficiencia del personal en su respectivo cargo. Eligiéndola persona que cumpla en mayor medida los requisitos del cargo.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Análisis del puesto.

PUNTO FINAL: Contratación.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Hojas de vida.
- Contratos de trabajo.

1.7 RIESGOS:


- Elección incorrecta de la persona para el cargo.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

Verificación de la información y referencias de los aspirantes al cargo.


1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO: 1 Semana

OBSERVACIONES: La contratación de personal es el procedimiento en el cual se busca seleccionar de un grupo de candidatos aspirantes, a la persona más idónea y que cumpla con todas las características del puesto de trabajo y realizar su respectiva vinculación a la empresa.

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 02
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

SELECCIÓN								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Análisis de puesto.	Gerente Auxiliar de gestión humana	Gestión humana	1días	X			
2.	Pruebas psicotécnicas.	Auxiliar de gestión humana	Gestión humana	1días	X			
3.	Entrevista.	GerenteAuxiliar de gestión humana	Gestión humana	1 día	X			
4.	Pruebas de trabajo.	Gerente Auxiliar de gestión humana	Gestión humana	1día	X			
5.	Examen médico de ingreso.	Medico externo	IPS	1 día	X			
6.	Contratación.	Gerente Auxiliar de gestión humana	Gestión humana	1 día	X			

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 02
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 INDUCCION

1.2 RESPONSABLE: GERENTE

1.3 OBJETIVO: lograr que el nuevo colaborador identifique la organización como un sistema dinámico de interacciones internas y externas en permanente evolución, en las que un buen desempeño de parte suya, incidirá directamente sobre el logro de los objetivos corporativos.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Ubicar el personal en la compañía y hacer que se identifique con los objetivos organizacionales y de todo su potencial para el logro de los mismos.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Ubicación del nuevo colaborador.

PUNTO FINAL: Seguimiento de las actividades desarrolladas por el nuevo colaborador.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS: anexos, bases de datos, información general.


1.7 RIESGOS:

1. El proceso de inducción no favorezca la integración rápida y efectiva de los colaboradores a la empresa.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS: concientización por parte de la gerente acerca del compromiso que se debe tomar con este tipo de procedimiento.


1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO: 1 día.

OBSERVACIONES: La inducción brinda al empleado nuevo, información clara y amplia de la empresa tanto en el aspecto físico, tecnológico, organizacional como de su recurso humano.

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 02
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

INDUCCION								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Ubicar el nuevo colaborador	Gerente	Gerencia	1 Día				X
2.	Presentar las políticas de la empresa.	Gerente	Gerencia					X
3.	Realizar un recorrido empresarial.	Gerente	Gerencia					X
4.	Presentar a los compañeros de trabajo.	Gerente	Gerencia					X
5.	Seguimiento de las actividades desarrolladas por el nuevo colaborador.	Gerente	Gerencia					X

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 02
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 ENTRENAMIENTO.

1.2 RESPONSABLE: GERENTE

1.3 OBJETIVO: adaptar al colaborador a determinado cargo. buscando dar al individuo los elementos esenciales para el ejercicio de un cargo y preparándolo de manera adecuada.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Asegurar, lo más pronto posible a los colaboradores para que puedan alcanzar un nivel aceptable en su trabajo y mejorar las capacidades y el conocimiento que se requieren para elevar el nivel de desempeño en el trabajo actual, o para desarrollar un potencial para el futuro.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Transmisión de información.

PUNTO FINAL: Desarrollo de conceptos.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Anexos.
- Bases de datos.
- Información general.

1.7 RIESGOS:


- No crear una actitud favorable en el colaborador con la orientación general.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

- Establecer requerimientos de manera personal por cada colaborador.


1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO: 4 días

OBSERVACIONES:

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 02
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

ENTRENAMIENTO								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Transmisión de Información	Gerente	Gerencia	1 día	X			
2.	Desarrollo de Habilidades	Gerente	Gerencia	1 día	X			
3.	Desarrollo o modificación de actitudes	Gerente	Gerencia	1 día	X			
4.	Desarrollo de Conceptos	Gerente	Gerencia	1 día	X			

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 02
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

1.IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 EVALUACION DEL DESEMPEÑO.

1.2 RESPONSABLE:GERENTE

1.3 OBJETIVO: implantar nuevas políticas de compensación, mejorar el desempeño, tomar decisiones de ascensos o de ubicación, determinar si existe la necesidad de volver a capacitar y detectar errores en el diseño del puesto.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: mejorar los resultados de los recursos humanos de la empresa Para alcanzar los objetivos organizacionales.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Seleccionar el tipo de datos para evaluar el desempeño.

PUNTO FINAL: Retroalimentación de información a los empleados.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Anexos
- Bases de datos.

1.7 RIESGOS:


- Utilizar un método incorrecto de evaluación.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

- Utilizar un método de acuerdo a las características de los evaluados.

1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO:


OBSERVACIONES:

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 02
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

EVALUACION DEL DESEMPEÑO								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Seleccionar el tipo de datos para evaluar el desempeño.	Gerente	Gerencia	2 días				X
2.	Determinar quién efectuará la evaluación	Gerente	Gerencia					X
3.	Decidir sobre una filosofía de evaluación.	Gerente	Gerencia					X
4.	Retroalimentación de información a los empleados.	Gerente	Gerencia					X

3. SERVICIO AL CLIENTE

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	Código: FPP 03

1. NOMBRE DEL PROCESO: SERVICIO AL CLIENTE.

1.1 AREA TITULAR: COMERCIAL

1.2 OBJETIVOS: Lograr clientes satisfechos a través de excelentes productos y brindando la mejor atención, empleando herramientas como encuestas y buzones de sugerencias que permitan detectar solicitudes, inconformidades y nivel de satisfacción del cliente para la implementación de planes de acción.

1.3 RESULTADOS ESPERADOS: Clientes fieles y satisfechos que atraen nuevos clientes a la empresa.

1.4 LIMITES:

PUNTO INICIAL: Manejo de peticiones quejas y reclamos.

PUNTO FINAL: Aplicación de encuestas de satisfacción.

1.5 FORMATOS O IMPRESOS:

- Formatos PQRS
- Formatos encuestas de satisfacción
- Bases de datos

1.6 RIESGOS:

- Cliente insatisfecho

1.7 CONTROLES EJERCIDOS: Aplicación de encuestas a los clientes con el fin de conocer el grado de satisfacción y su opinión sobre la empresa, seguimiento periódico al buzón de sugerencias en el cual los clientes expresan sus opiniones.

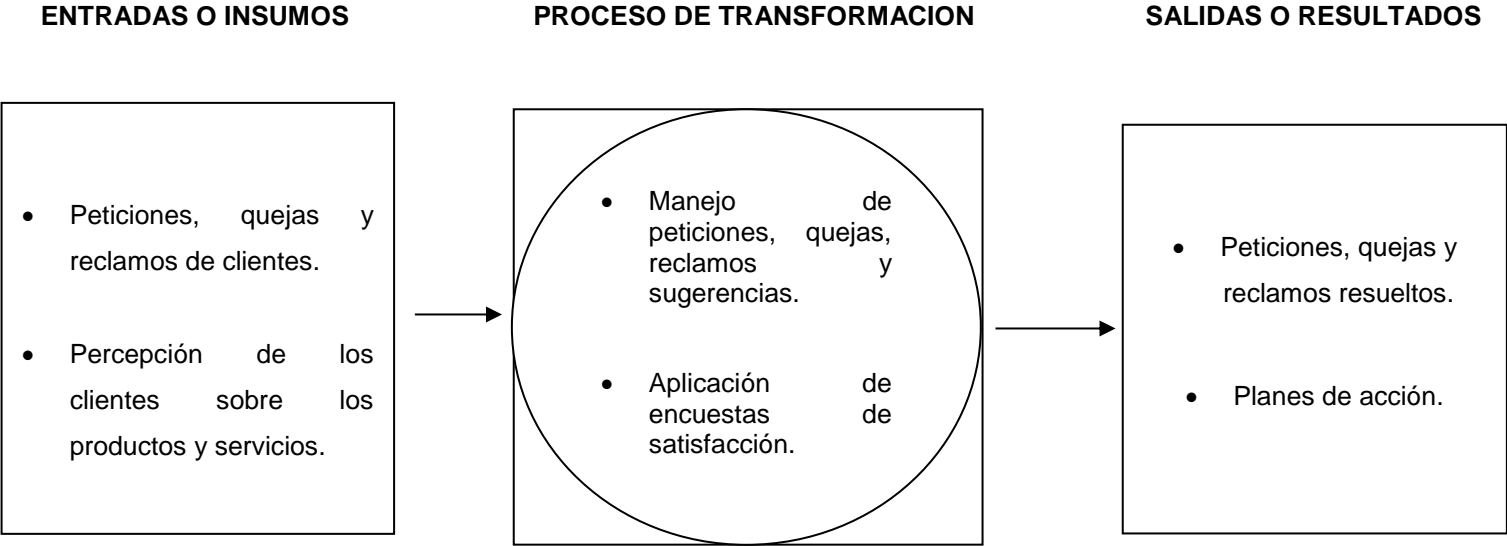
1.8 TIEMPO TOTAL EMPLEADO:

OBSERVACIONES: Con el fin de brindar una cara amable al cliente, la persona encargada de

Servicio al Cliente tendrá en cuenta:


- Saludar de manera amable y entusiasta.
- Mantener contacto visual. (Esto es observar siempre a la persona, en el caso que la conversación sea presencial)
- Brindar siempre una sonrisa amable.
- Mantener una actitud positiva. (Resolver la necesidad del cliente).
- Escuchar atentamente la solicitud de información requerida.

2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO.



3. DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DEL PROCESO.

SERVICIO AL CLIENTE				Código: FPP 03
No. orden	Procedimiento	Área responsable	Responsable	Tiempo Estimado
1.	Manejo de peticiones, quejas reclamos y sugerencias.	Comercial	Gerente Auxiliar Comercial	1 mes
2.	Aplicación de encuestas de satisfacción.	Comercial	Gerente Auxiliar Comercial	

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 03
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 MANEJO DE PETICIONES, QUEJAS, RECLAMOS Y SUGERENCIAS

1.2 RESPONSABLE: GERENTE - AUXILIAR COMERCIAL

1.3 OBJETIVO: Realizar una buena gestión de las PQRS con el fin de brindar un excelente servicio al cliente.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Brindar atención oportuna a las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias de los clientes.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Recibir PQRS.

PUNTO FINAL: Hacer Seguimiento a la PQRS.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Formato de PQRS

1.7 RIESGOS:

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:


- Seguimiento y control de PQRS.
- Supervisión del buzón de sugerencias.

1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO:

OBSERVACIONES: El Buzón de sugerencias tendrá apertura una vez al mes, bajo la supervisión de gerencia.

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

MANEJO DE PETICIONES, QUEJAS, RECLAMOS Y SUGERENCIAS								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Recibir PQRS, ya sea de forma verbal o por medio del buzón de sugerencias.	Auxiliar comercial	Comercial	1 día	X			
2.	Dar tratamiento a las PQRS.	Gerente	Comercial	1 Semana			X	
3.	Responder PQRS.	Auxiliar comercial Gerente	Comercial	1 día			X	
4.	Realizar seguimiento.	Auxiliar comercial	Comercial	1 mes	X			

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 03
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 APLICACIÓN DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

1.2 RESPONSABLE: GERENTE - AUXILIAR COMERCIAL

1.3 OBJETIVO: Realizar encuestas semestralmente que permitan medir la satisfacción de los clientes con respecto al producto y/o servicio y sus opiniones de la empresa en general para así establecer acciones de mejora e implementar planes de acción.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Conocer la opinión de la población encuestada y ejecutar planes de acción.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Definir la población objetivo

PUNTO FINAL: Toma de decisiones.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Formato de encuesta


1.7 RIESGOS: errores en el diligenciamiento de las encuestas por parte de los clientes encuestados.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

- Seguimiento y control a las encuestas realizadas.


1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO: 1 mes

OBSERVACIONES:

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 03
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

APLICACIÓN DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Definir la población objetivo.	Auxiliar comercial	Comercial	1 día				X
2.	Diseñar el formato para la encuesta.	Auxiliar comercial	Comercial	3 días				X
3.	Aplicar encuesta	Auxiliar comercial	Comercial	15 días				X
4.	Tabulación de información	Auxiliar comercial	Comercial	12 días				X
5.	Análisis de los resultados	Auxiliar comercial	Comercial	1 semana				X
6.	Toma de decisiones.	Gerente	Comercial	1 semana				X

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 04
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCESO

1.1 PRODUCCION Y CALIDAD

1.2 AREA TITULAR: PRODUCCION

1.3 OBJETIVOS: Ofrecer un producto y/o servicio de calidad, entregando prendas confeccionadas de acuerdo a los requerimientos y solicitudes del cliente.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS:

Siendo este uno de los procesos más importantes de la empresa ya que es allí donde se producen los productos y servicios, se espera el máximo compromiso de todos los colaboradores para sacar al mercado productos con alta calidad y cero devoluciones por parte del cliente.

1.5 LIMITES:

PUNTO INICIAL: Diseño

PUNTO FINAL: Terminado

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Tabla de medidas
- Base de datos
- Derroteros

1.7 RIESGOS:

- Errores en la toma de medidas
- Daño de materiales

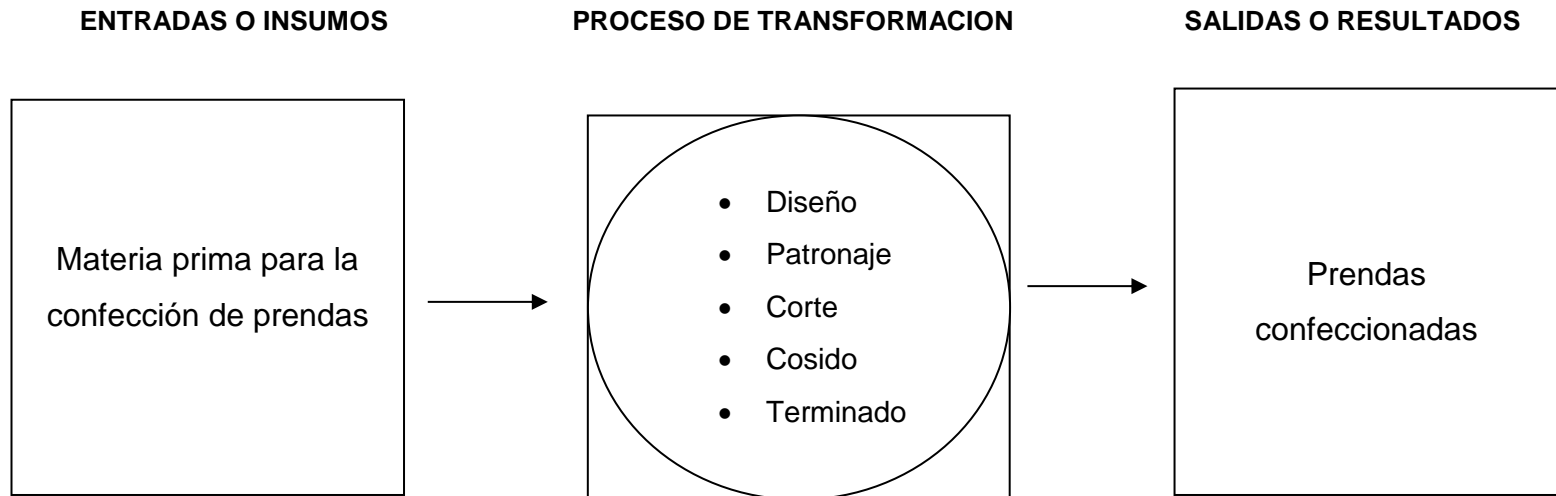
1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

- Supervisión del proceso

1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO: 20 días


OBSERVACIONES: Este proceso es la base fundamental de la razón de ser de la empresa, por tanto se deben ejercer controles constantes que permitan una supervisión total del proceso, minimizando errores y evitando reprocesos.

2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO.




3. DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DEL PROCESO.

PRODUCCION Y CALIDAD				Código: FPP 04
No. orden	Procedimiento	Área responsable	Responsable	Tiempo Estimado
1.	Diseño	Producción	Diseñador	1 Semana.
2.	Patronaje	Producción	Cortador	7 días.
3.	Corte	Producción	Cortador	1 día.
4.	Cosido	Producción	Operario	De acuerdo al tamaño del lote.
5.	Terminado	Producción	Operario	2 días.


	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 04
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	


<p>1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO</p> <p>1.1 DISEÑO.</p> <p>1.2 RESPONSABLE: DISEÑADOR</p> <p>1.3 OBJETIVO: Constituye el inicio de la actividad de confección e influirá de forma notable en el éxito o fracaso de la confección.</p> <p>1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Creación de un croquis de un modelo de prenda determinado para su posterior fabricación.</p> <p>1.5 LIMITES</p> <p style="padding-left: 20px;">PUNTO INICIAL: Realizar boceto preliminar PUNTO FINAL: Realizar diseño definitivo</p> <p>1.6 FORMATOS O IMPRESOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Paleta de colores • Moldes • Catálogos <p>1.7 RIESGOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar una mala elección de los diseños. <p>1.8 CONTROLES EJERCIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verificación y supervisión. <p>1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO: 1 Semana</p> <p>OBSERVACIONES:</p>

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 04
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO


DISEÑO								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Realizar boceto preliminar.	Diseñador	Producción	1 Día			X	
2.	Definir formas, medidas y tallas.	Diseñador	Producción	3 Días			X	
3.	Realizar diseño definitivo.	Diseñador	Producción	1 Día			X	

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 04
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA		
<p>1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO</p> <p>1.1 PATRONAJE.</p> <p>1.2 RESPONSABLE: CORTADOR</p> <p>1.3 OBJETIVO: Realizar los patrones de la prenda a confeccionar, uno por cada pieza y talla los cuales serán el modelo para el corte y el cocido.</p> <p>1.4 RESULTADOS ESPERADOS: A partir de estos patrones se crearan las marcadas de corte, que el cortador utilizara para cortar las piezas del patrón.</p> <p>1.5 LIMITES PUNTO INICIAL: Toma de medidas PUNTO FINAL: Realizar patrón – Transformación</p> <p>1.6 FORMATOS O IMPRESOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tabla de medidas. <p>1.7 RIESGOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mala optimización de los recursos. <p>1.8 CONTROLES EJERCIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verificación y seguimiento. <p>1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO: 7 Días.</p> <p>OBSERVACIONES:</p>		

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 04
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	


2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

PATRONAJE								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Toma de medidas	Cortador	Producción	1 día		X		
2.	Realizar patrón base	Cortador	Producción	3 días		X		
3.	Realizar patrón – Transformación	Cortador	Producción	3 días		X		


	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 04
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

CORTE								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Extendido	Cortador	Producción			X		
2.	Marcado	Cortador	Producción	1 día		X		
3.	Corte manual	Cortador	Producción			X		


	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 04
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

<p>1 IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO</p> <p>1.1 COSIDO</p> <p>1.2 RESPONSABLE: OPERARIO</p> <p>1.3 OBJETIVO: Unir las piezas del tejido, previamente acondicionadas, de acuerdo al diseño.</p> <p>1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Se le da la forma y el acabado final necesario a los artículos para destinarlos a un uso específico.</p> <p>1.5 LIMITES</p> <p>PUNTO INICIAL: Alistamiento de maquinaria y materiales PUNTO FINAL: Unir piezas (ejecutar operaciones)</p> <p>1.6 FORMATOS O IMPRESOS:</p> <p>1.7 RIESGOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reprocesos • Daños en la prenda <p>1.8 CONTROLES EJERCIDOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Supervisión <p>1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO: De acuerdo al tamaño del lote</p> <p>OBSERVACIONES:</p>
--

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 04
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

COSIDO								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Alistamiento de maquinaria y materiales	Operario	Producción		X			
2.	Ordenar operaciones	Operario	Producción	(De acuerdo al tamaño del lote)		X		
3.	Distribución de operaciones		Producción			X		
4.	Unir piezas (ejecutar operaciones)	Operario	Producción		X			

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 04
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 TERMINADO

1.2 RESPONSABLE: OPERARIO

1.3 OBJETIVO: Dar las últimas características y propiedades a la prenda para que pueda salir a la venta como una prenda hecha con calidad.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Prendas de calidad y que cumplan con todas las especificaciones dadas por el cliente.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Revisado

PUNTO FINAL: Embolsado

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

2. Manuales de calidad

1.7 RIESGOS:

- Daños en la prenda


1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

3. Supervisión

1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO:


2 días

OBSERVACIONES: Este proceso es fundamental en la confección y que aparte de agregar los últimos retoques a la prenda, revisa toda la prenda para evitar que salga a circulación con imperfecciones.

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 04
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

TERMINADO								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1	Revisado	Operario	Producción	2 días	X			
2	Planchado	Operario	Producción		X			
3	Etiquetado	Operario	Producción		X			
4	Plegado	Operario	Producción		X			
5	Embolsado	Operario	Producción		X			

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	Código: FPP 05

1.IDENTIFICACIÓN DEL PROCESO

1.1 REPARACION

1.2 AREA TITULAR: PRODUCCION

1.3 OBJETIVOS: Brindar al cliente una solución a sus inconvenientes en cuanto al arreglo y transformación de sus prendas tanto nuevas como usadas.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Realizar transformaciones y arreglos de toda clase en todo tipo de prendas y al gusto del cliente.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Definir el tipo de modificación o reparación

PUNTO FINAL: Reparación y/o modificación de la prenda.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Registro de clientes

1.7 RIESGOS:

- Daños en la prenda

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

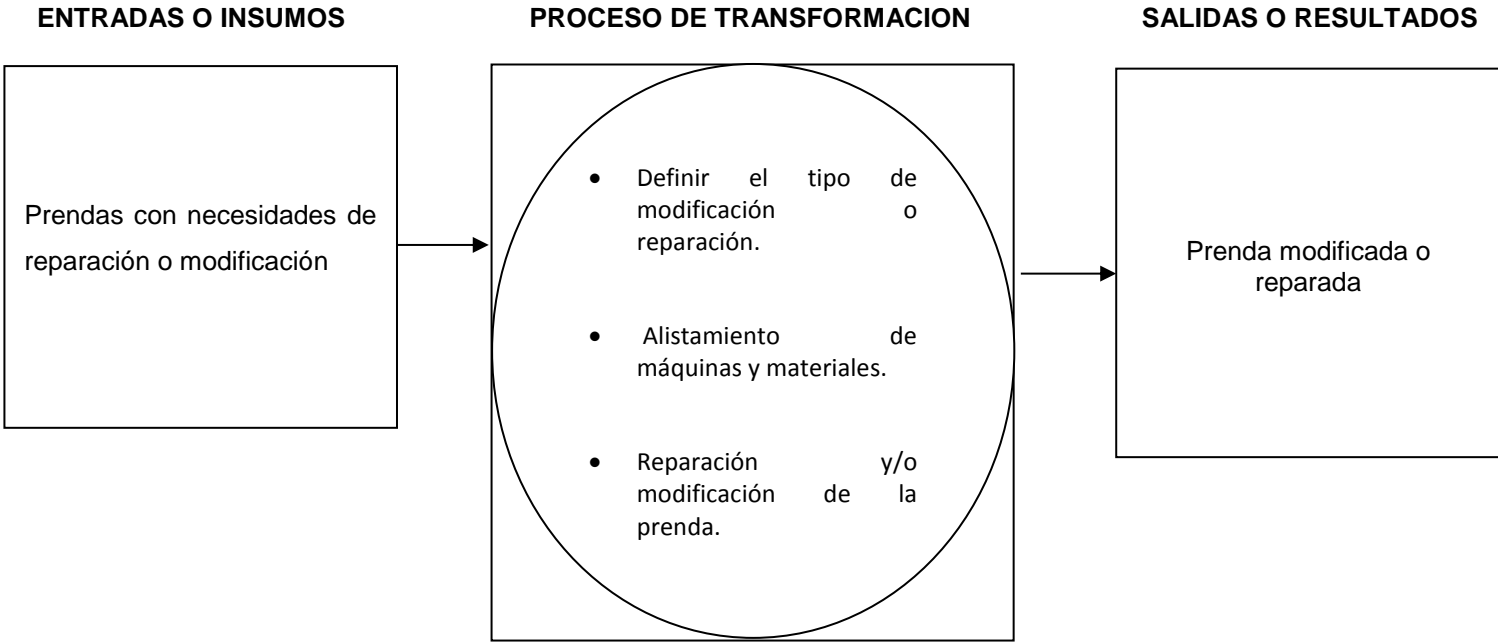
- Supervisión y controles de calidad.

1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO:1 día.

OBSERVACIONES:


CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	Código: FPP 05
--------------------------------	--	----------------

2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO.



3. ESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DEL PROCESO.

REPARACION				Código: FPP 05
No. orden	Procedimiento	Área responsable	Responsable	Tiempo Estimado
1.	Definir el tipo de modificación o reparación.	Producción	Operario	1 día
2.	Alistamiento de máquinas y materiales.	Producción	Operario	
3.	Reparación y/o modificación de la prenda.	Producción	Operario	

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 05
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 DEFINIR EL TIPO DE MODIFICACION O REPARACION

1.2 RESPONSABLE: OPERARIO

1.3 OBJETIVO: Definir a través de dialogo con el cliente, los cambios o reparaciones que deben realizarse a la prenda.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Obtener reparaciones y modificaciones de las prendas de acuerdo a las especificaciones del cliente.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Contacto con el clientes

PUNTO FINAL: Definir modificaciones

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:


- Registro de clientes

1.7 RIESGOS:

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:


1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO:

OBSERVACIONES:

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 05
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

DEFINIR EL TIPO DE MODIFICACION O REPARACION								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1	Contacto con el cliente	Operario	Producción		X			
2	Revisión de la prenda	Operario	Producción		X			
3	Definir modificaciones	Operario	Producción		X			

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 05
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 ALISTAMIENTO DE MAQUINARIA Y MATERIALES

1.2 RESPONSABLE: PRODUCCION

1.3 OBJETIVO: Preparar la maquinaria y los materiales necesarios para llevar a cabo el proceso de reparación y/o modificación de manera eficiente y eficaz.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Maquinaria en excelente funcionamiento y con los materiales necesarios para llevar a cabo la operación.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Definir la maquinaria necesaria

PUNTO FINAL: Ensayar maquina

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Instructivos sobre alistamiento de maquinaria

1.7 RIESGOS:


- Fallas en la maquinaria que produzcan reproceso y demoras.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

- Mantenimiento correctivo y preventivo.


1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO:

OBSERVACIONES:


	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 05
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

ALISTAMIENTO DE LA MAQUINARIA Y LOS MATERIALES								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Definir la maquinaria necesaria	Operario	Producción		X			
2.	Alistamiento de la materiales	Operario	Producción		X			
3.	Alistamiento de la maquina	Operario	Producción		X			
4.	Ensayar maquina	Operario	Producción		X			


	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 05
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

<p>1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO</p> <p>1.1 REPARACION Y/O MODIFICACION DE LA PRENDA</p> <p>1.2 RESPONSABLE: OPERARIO</p> <p>1.3 OBJETIVO: Prestar un servicio de calidad realizando las reparaciones y/o modificaciones deseadas por el cliente.</p> <p>1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Prendas de calidad y que cumplan con todas las especificaciones dadas por el cliente.</p> <p>1.5 LIMITES</p> <p style="padding-left: 40px;">PUNTO INICIAL: Revisado PUNTO FINAL: Embolsado</p> <p>1.6 FORMATOS O IMPRESOS: N/A</p> <p>1.7 RIESGOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Daños en la prenda <p>1.8 CONTROLES EJERCIDOS: 4. Supervisión</p> <p>1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO:</p> <p>OBSERVACIONES:</p>
--

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 05
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

TERMINADO								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Reparación y/o modificación	Operario	Producción		X			
2.	Revisado	Operario	Producción		X			
3.	Planchado	Operario	Producción		X			
4.	Plegado	Operario	Producción		X			

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 06
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCESO

1.1 GESTION FINANCIERA

1.2 AREA TITULAR: GESTION FINANCIERA

1.3 OBJETIVO: Formular, coordinar la ejecución y realizar el seguimiento a las políticas de manejo de los recursos financieros, procurando el uso eficiente de los mismos. Así como velar por el adecuado recaudo de los ingresos y pagos de la empresa, a través del control de los estados financieros.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Garantizar el control tanto de los ingresos y egresos de la empresa, como del presupuesto.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Gestión presupuestaria.

PUNTO FINAL: Contabilidad.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Bases de datos
- Libro mayor/menor
- Facturas
- Libro de soportes
- Cuentas de cobro
- Recibos de caja y consignación
- Cheques
- Comprobantes de pago

1.7 RIESGOS:

- Diferencias significativas entre lo presupuestado y los resultados.
- Presentación no oportuna de los estados contables.

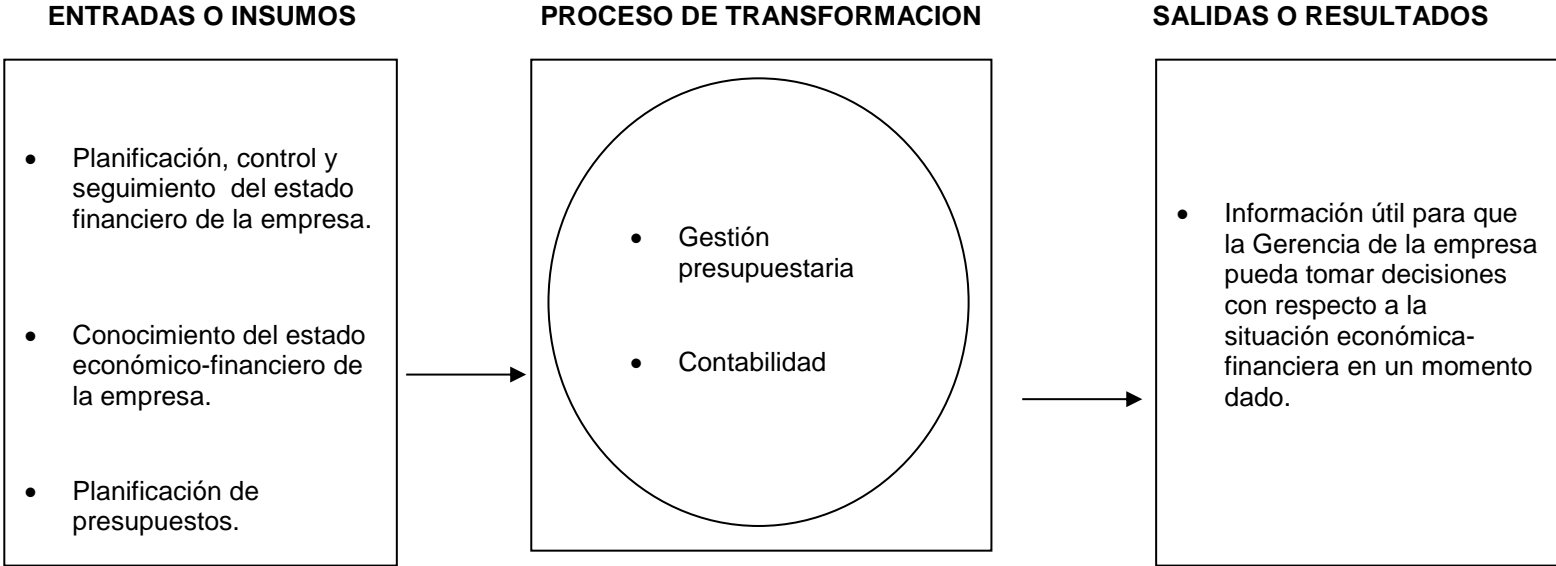
1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

- Supervisión y control del proceso.

1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO: 2 meses.


OBSERVACIONES:

2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO.



3. DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DEL PROCESO.

GESTION FINANCIERA				Código: FPP 06
No. orden	Procedimiento	Área responsable	Responsable	Tiempo Estimado
1.	Gestión presupuestaria.	Financiera	Gerente Auxiliar contable	1 mes
2.	Contabilidad.	Financiera	Gerente Auxiliar contable	1 semana

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 06
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 GESTION PRESUPUESTARIA

1.2 RESPONSABLE: GERENTE – AUXILIAR CONTABLE

1.3 OBJETIVO: Planificar el presupuesto de la empresa que permita cumplir con las metas previstas a corto y largo plazo.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Controlar y medir los resultados cuantitativos y fijar responsabilidades en las diferentes áreas de la empresa para lograr el cumplimiento de las metas previstas.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Planificación del presupuesto operativo.

PUNTO FINAL: Planificación del presupuesto de inversiones.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Formatos de presupuestos

1.7 RIESGOS:


- Diferencias significativas entre lo presupuestado y los resultados.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

- Control y seguimiento a los planes


1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO: 1 mes

OBSERVACIONES:

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 06
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

1. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

GESTION PRESUPUESTARIA								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Planificación del presupuesto operativo: Compras y producción, gastos variables, gastos fijos y gastos de personal directo e indirecto.	Gerente Auxiliar contable	Financiera	2 días		X		
2.	Planificación del presupuesto de inversiones.	Gerente Auxiliar contable	Financiera	1 mes			X	

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 06
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 CONTABILIDAD

1.2 RESPONSABLE: GERENTE – AUXILIAR CONTABLE

1.3 OBJETIVO: Recolectar información útil que permita tomar decisiones, respecto a la situación económico-financiera en un momento dado y a los resultados obtenidos durante un período de tiempo para controlar tanto la gestión en el pasado, como para efectuar estimaciones sobre el futuro.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Estados de resultados y libros contables con información veraz y oportuna.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Registro Contable de las Operaciones Económicas.

PUNTO FINAL: Ordenar y archivar la información económica existente.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Bases de datos
- Libro mayor/menor
- Facturas
- Libro de soportes
- Cuentas de cobro
- Recibos de caja y consignación
- Cheques
- Comprobantes de pago

1.7 RIESGOS:


- Presentación no oportuna de los estados contables.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

- Supervisión, control y seguimiento a los movimientos contables.

1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO: 1 semana


OBSERVACIONES:

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 06
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

CONTABILIDAD								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O

1.	Registro Contable de las Operaciones Económicas.	Auxiliar contable	Financiera	1 día	X				
2.	Elaboración de Estados Contables (Balance General y Estado de Resultados).	Auxiliar contable	Financiera	1 día			X		
3.	Elaboración de informes y documentos solicitados por terceros.	Auxiliar contable	Financiera	1 día				X	
4.	Facturación.	Auxiliar contable	Financiera	1 día	X				
5.	Chequeo de las facturas de compra.	Auxiliar contable	Financiera	1 día		X			
6.	Control de materias primas, producto en proceso y producto terminado.	Gerente Auxiliar contable	Financiera	1 día		X			
7.	Ordenar y archivar la información económica existente.	Auxiliar contable	Financiera	1 día		X			

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 07
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCESO

1.1 COMPRAS.

1.2 AREA TITULAR: COMERCIAL

1.3 OBJETIVOS:

Asegurar el abastecimiento de acuerdo a las necesidades de insumos y materiales, obteniendo materias primas y equipos de calidad a un precio rentable.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS:

Cantidades de materiales y equipos de acuerdo a la demanda, Insumos de calidad que se ven reflejados en el producto final y en la satisfacción del cliente.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Planificación de las compras.

PUNTO FINAL: Revisión ingreso del pedido.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Bases de datos.
- Facturas.

1.7 RIESGOS:

- Elección inadecuada de proveedores.
- Adquirir insumos innecesarios.

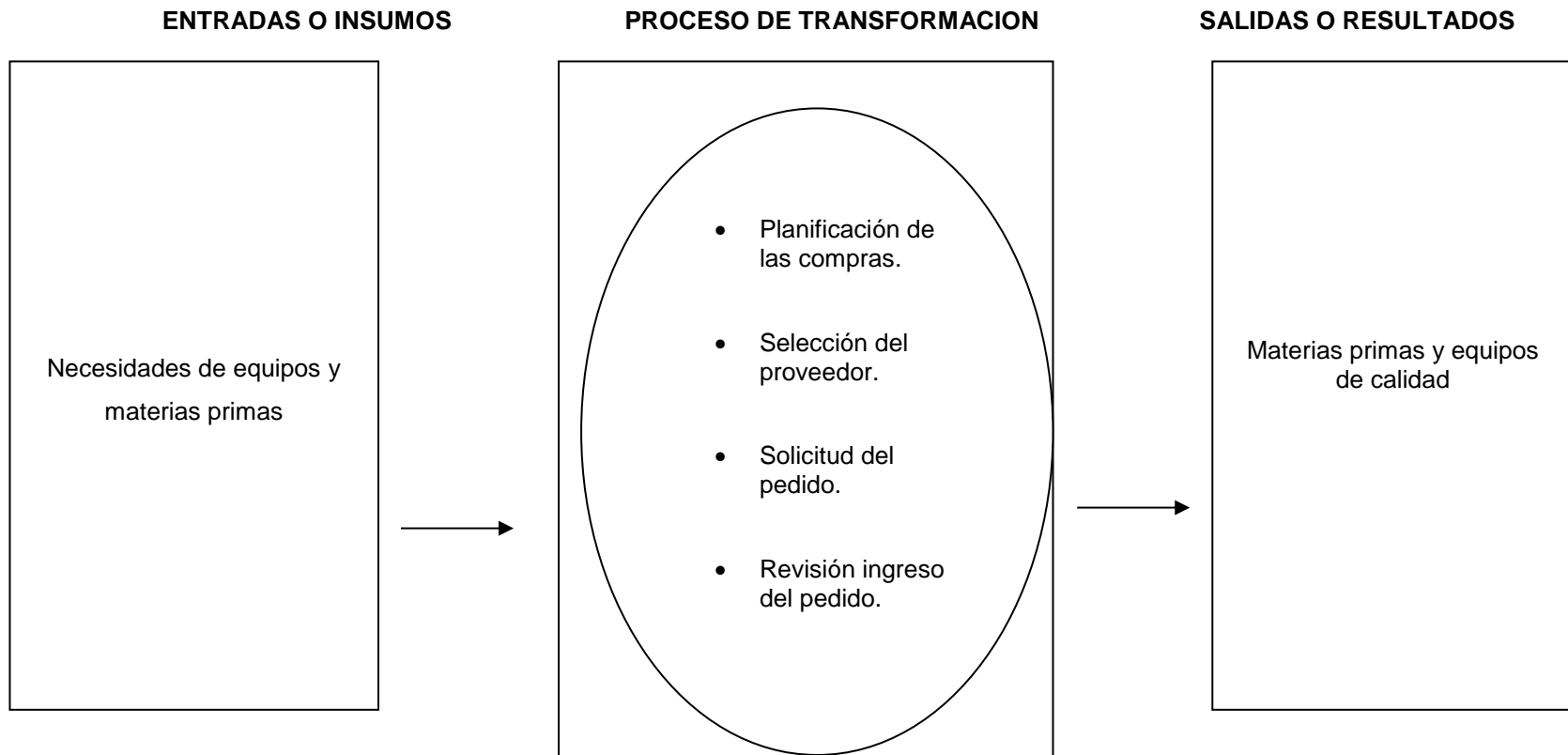
1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

- Verificación, seguimiento y continua evaluación de proveedores.
- Revisión de los costos de compras.
- Revisión de facturas e insumos comprados.

1.9 TIEMPO TOTAL: 4 Días

OBSERVACIONES:

2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO.



3. DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DEL PROCESO.

COMPRAS				Código: FPP 07
No. orden	Procedimiento	Área responsable	Responsable	Tiempo Estimado
1.	Planificación de las compras.	Comercial	Gerente Auxiliar comercial	1 día
2.	Selección del proveedor.	Comercial	Gerente Auxiliar comercial.	1 día
3.	Solicitud del pedido.	Comercial	Auxiliar comercial.	1 día
4.	Revisión ingreso del pedido.	Comercial	Auxiliar comercial.	1 día

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 07
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 PLANIFICACION DE LAS COMPRAS.

1.2 RESPONSABLE: AUXILIARCOMERCIAL - GERENTE

1.3 OBJETIVO: Establecer las cantidades necesarias de materia prima y equipos según la demanda.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Generación de listado de materias primas y equipos necesarios

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Determinar cantidad y tipo de materias primas y equipos a utilizar.

PUNTO FINAL: Establecer cantidades de materiales y equipos a comprar.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:


- Lista de materias primas y equipos a comprar.

1.7 RIESGOS: Información de materias primas y equipos en bodega se encuentre desactualizada.
Errores al definir la cantidad y el tipo de materiales a utilizar en materias primas y equipos.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS: Revisión y verificación de la información.


1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO: 1 día.

OBSERVACIONES: realizar una buena planificación de las compras es indispensable ya que se evitan tanto excesos como faltantes en la cantidad de materia prima y equipos.

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 07
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

2 DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

PLANIFICACIÓN DE LAS COMPRAS								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Determinar cantidad y tipo de materias primas y equipos a utilizar.	Auxiliar comercial	Comercial	1 día		X		
2.	Verificar el estado de materiales y equipos existentes en bodega.	Auxiliar comercial	Comercial	1 día		X		
3.	Establecer cantidades de materiales y equipos a comprar.	Gerente Auxiliar comercial	Comercial	1 día		X		

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 07
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 SELECCIÓN DEL PROVEEDOR.

1.2 RESPONSABLE: AUXILIAR COMERCIAL.

1.3 OBJETIVO: Seleccionar el o los proveedores que ofrezcan mejores condiciones y garantías para la empresa.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Encontrar proveedores que suministren materias primas y equipos de calidad a buen precio.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Investigar y estudiar posibles proveedores de la materia prima y equipos requeridos.

PUNTO FINAL: Seleccionar el proveedor.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Licitaciones
- Bases de datos


1.7 RIESGOS: Descartar buenos proveedores.
Baja calidad de materias primas y equipos.

Precios elevados.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS: Seguimiento periódico a proveedores


1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO: 1 día

OBSERVACIONES:


	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 07
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

3 DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

SELECCIÓN DEL PROVEEDOR								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Investigar posibles proveedores de la materia prima y equipos requeridos.	Auxiliar comercial	Comercial	1 día		X		
2.	Evaluar y analizar los posibles proveedores.	Auxiliar comercial	Comercial	1 día		X		
3.	Seleccionar el proveedor	Auxiliar comercial	Comercial	1 día		X		


	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 07
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

<p>1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO</p> <p>1.1 SOLICITUD DEL PEDIDO</p> <p>1.2 RESPONSABLE: AUXILIAR COMERCIAL</p> <p>1.3 OBJETIVO: Acordar el tipo de materia prima y equipos con sus respectivas cantidades.</p> <p>1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Cumplimiento en los tiempos pactados para la entrega. Cantidades de acuerdo a lo solicitado.</p> <p>1.5 LIMITES PUNTO INICIAL: Contactar al proveedor PUNTO FINAL: Pactar fecha y lugar de entrega</p> <p>1.6 FORMATOS O IMPRESOS: anexos, formato de pedido, facturas, bases de datos, información general.</p> <p>1.7 RIESGOS: Incumplimiento por parte del proveedor. Error en diligenciamiento del formato. Equivocación en las referencias y cantidades de materias primas y/o equipos solicitados al proveedor.</p> <p>1.8 CONTROLES EJERCIDOS: verificación de la información contenida en el formato de pedido. Confirmación de la recepción del formato por el proveedor.</p> <p>1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO: 1 día.</p> <p>OBSERVACIONES:</p>

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 07
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

SOLICITUD DEL PEDIDO								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Contactar al proveedor	Auxiliar Comercial	Gestión comercial	1 día		X		
2.	Especificar los insumos y equipos requeridos	Auxiliar Comercial	Gestión Comercial	1 día		X		
3.	Diligenciamiento del formato de pedido.	Auxiliar comercial	Gestión comercial	1 día		X		
4.	Pactar fecha y lugar de entrega	Auxiliar comercial	Gestión comercial	1 día		X		

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 07
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 REVISION INGRESO DEL PEDIDO

1.2 RESPONSABLE: AUXILIAR COMERCIAL

1.3 OBJETIVO: Verificar que las condiciones del pedido sean las pactadas inicialmente con el proveedor.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Detectar fallas en el pedido.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Comparar la factura con lo establecido en el formato de pedido.

PUNTO FINAL: Verificar cantidades y referencias de materiales y equipos.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:


- Facturas.
- Bases de datos.
- Formato de pedido.

1.7 RIESGOS: Errores en la revisión del pedido.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS: Verificación de los formatos y facturas.

1.9 TIEMPO TOTAL EMPLEADO: 1 día.

OBSERVACIONES:


	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FPP 07
	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

REVISION INGRESO DEL PEDIDO								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Comparar la factura con lo establecido en el formato de pedido.	Auxiliar comercial	Comercial	1 día.	X			
2.	Ingresar el pedido a bodega.	Auxiliar comercial	Comercial		X			
3.	Verificar cantidades y referencias de materiales y equipos	Auxiliar comercial	Comercial		X			

ANEXO 5. Manuales de funciones

2. AUXILIAR COMERCIAL.

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código:FMF02
	MANUAL DE FUNCIONES POR PROCESOS	

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
<ol style="list-style-type: none">1. Denominación del Cargo: Auxiliar Comercial2. Nivel: Operativo3. Dependencia Jerárquica: Gerencia4. Número de cargos con la misma denominación dentro de la unidad: 1	
II. OBJETIVO	
<ul style="list-style-type: none">• Gestionar la actividad comercial de “Creaciones y Confecciones Mery” asegurando la estabilidad de los clientes desde su incursión en la empresa como su fidelización y mantenimiento prestando un excelente servicio de atención.	
III. FUNCIONES DEL CARGO	
FUNCIONES	PROCEDIMIENTO INVOLUCRADO

<ol style="list-style-type: none"> 1. Detectar, estudiar y analizar las necesidades del cliente. 2. Diseñar y poner en marcha campañas publicitarias para la atracción de nuevos clientes a la compañía. 3. Captar clientes, cerrar negociaciones y realizar seguimiento y control de la venta para el mantenimiento y fidelización del cliente. 4. Recibir PQRS, ya sea de forma verbal o por medio del buzón de sugerencias, dar respuesta y realizar seguimiento a la misma. 5. Aplicar semestralmente encuestas de satisfacción al cliente, diseñando formatos, tabulación de la información, análisis de los resultados y presentación de informes con propuestas para la toma de decisiones. 6. Llevar seguimiento y control del buzón de sugerencias de la empresa. 7. Apoyar el proceso de compras estudiando los posibles proveedores, solicitando el pedido y realizarle seguimiento. 	<p style="text-align: center;">Mercadeo</p> <p style="text-align: center;">Ventas</p> <p style="text-align: center;">Manejo de PQRS</p> <p style="text-align: center;">Compras</p>
--	--

IV. RESPONSABILIDADES


1. Elaborar textos, tablas y gráficos utilizando diferentes aplicaciones informáticas.
2. Transmitir los documentos obtenidos mediante medios informáticos, asegurando su confidencialidad.
3. Realizar tareas básicas de almacenamiento y archivo de información y documentación, tanto en soporte digital como convencional, de acuerdo con los protocolos establecidos.
4. Utilizar los equipos de telefonía, recibiendo, distribuyendo y emitiendo llamadas y mensajes con precisión.
5. Integrarse en el grupo o equipo de trabajo, manteniendo relaciones laborales cordiales con el resto de compañeros.
6. Atender al cliente, demostrando interés y preocupación por resolver satisfactoriamente sus necesidades.
7. Utilizar las normas de cortesía en su relación con los clientes, teniendo en cuenta la imagen corporativa de la empresa
8. Mantener el área de trabajo en orden y limpieza a lo largo de su actividad.

V. COMPETENCIAS

El encargado deberá cumplir con las competencias laborales específicas para desempeñarse en el área comercial y de ventas, tener una excelente actitud de Servicio al Cliente, dominio de la Informática, habilidad para trabajar en equipo y buenas habilidades sociales.

- 1. Estudios:** Técnico o tecnólogo en áreas afines a las ventas, con conocimiento en sistemas u office.
- 2. Experiencia:** 1 año de experiencia en áreas afines.

3. AUXILIAR DE GESTION HUMANA

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FMF 03
	MANUAL DE FUNCIONES POR PROCESOS	

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

1. **Denominación del Cargo:** Auxiliar de Gestión Humana
2. **Nivel:** Operativo
3. **Dependencia Jerárquica:** Gerencia
4. **Número de cargos con la misma denominación dentro de la unidad:** 1

II. OBJETIVO

- Ejecutar planes y programas pertinentes a la administración de personal, aplicando técnicas administrativas relacionadas con el recurso humano, a fin de contribuir con el desarrollo de los procesos administrativos relacionados con la gestión de talento humano.

III. FUNCIONES DEL CARGO

FUNCIONES	PROCEDIMIENTO INVOLUCRADO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Apoyar el proceso de selección de personal, publicando la vacante, realizando pruebas psicotécnicas y verificación de referencias. 2. Programar el cronograma de inducción y entrenamiento del personal nuevo y evaluación del desempeño. 3. Emitir orden médica para exámenes de ingreso, periódicos y de retiro. 4. Realizar las afiliaciones a ARP, EPS, Fondo de pensiones y caja de compensación. 5. Liquidar y reportar la nómina de los empleados. 6. Realizar el papeleo correspondiente al retiro de los empleados. 	<p>Selección de personal</p> <p>Inducción y entrenamiento</p> <p>Contratación</p> <p>Planeación del talento humano</p>

IV. RESPONSABILIDADES

1. Velar por el cumplimiento de las exigencias mínimas de Salud Ocupacional y Seguridad Industrial.
2. Mantener actualiza las bases de datos de los trabajadores.
3. Manejo confidencial de la información.
4. Presentación de informes periódicos.
5. Mantener actualizado el archivo de las hojas de vida e historias clínicas de los empleados.

V. COMPETENCIAS


1. Habilidades para la comunicación.
2. Trabajo en equipo.
3. Buenas relaciones interpersonales.
4. Orientación a los resultados.

1. Estudios: Técnico o tecnólogo en administración de empresas.

2. Experiencia: Experiencia de 1 año en el área de Gestión Humana.

Conocimiento y uso de sistemas y/o herramientas para el reclutamiento y selección de personal que permita la eficiente y oportuna captación de empleados. Experiencia y dominio de entrevistas. Experiencia en la administración del área de reclutamiento y selección, incluyendo todas las actividades y procesos, mediante el uso interno de formatos y controles, para la rendición de resultados.

4. AUXILIAR CONTABLE.

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código:FMF04
	MANUAL DE FUNCIONES POR PROCESOS	

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Denominación del Cargo: Auxiliar contable 2. Nivel: Operativo 3. Dependencia Jerárquica: Gerencia 4. Número de cargos con la misma denominación dentro de la unidad: 1 	
II. OBJETIVO	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar las transacciones contables de las operaciones de la compañía y verificar su adecuada contabilización, apoyar actividades administrativas de archivo, control y elaboración de correspondencia, digitar y, efectuar asientos de las diferentes cuentas, revisando, clasificando y registrando documentos, a fin de mantener actualizados los movimientos contables que se realizan en la empresa. 	
III. FUNCIONES DEL CARGO	
FUNCIONES	PROCEDIMIENTO INVOLUCRADO

<ol style="list-style-type: none">1. Apoyar en la realización de la planificación del presupuesto operativo y de inversión, y en el desarrollo de actividades como Compras, producción, gastos variables, gastos fijos y gastos de personal directo e indirecto.2. Realizar el registro Contable de todas las Operaciones económicas que realiza la empresa.3. Elaborar Estados de resultados, Balance General y Estado de Resultados, que serán presentados periódicamente a la gerencia.4. Elaborar informes y documentos solicitados por terceros.5. Realizar la facturación correspondiente6. Revisar y controlar periódicamente las facturas de compra.7. Apoyar en el control y manejo de materias primas, producto en proceso y producto terminado.8. Ordenar y archivar la información económica existente	<p>Gestión presupuestaria</p> <p>Contabilidad</p>
---	--

IV. RESPONSABILIDADES

1. Clasificar, preparar, codificar y registrar cuentas, facturas y otros estados financieros de acuerdo con procedimientos establecidos, usando sistemas manuales y computarizados.
2. Procesar, verificar y preparar balance de prueba, registros financieros y otras transacciones como: cuentas por pagar, cuentas por cobrar, e ingresar datos en libros auxiliares o aplicación computarizada.
3. Elaborar comprobantes de ingreso y egreso.
4. Liquidar impuestos de redefuente y aportes parafiscales.
5. Calcular costo de materiales y otros desembolsos con base en cotizaciones y listas de precios.
6. Realizar otras funciones de oficina como: mantener el archivo y sistemas de Registro y completar informes.
7. Analizar los estados financieros.
8. Presentar un diagnóstico financiero.


V. COMPETENCIAS

1. Habilidades para la comunicación.
2. Competencia de trabajo en equipo.
3. Orientación a los resultados.
4. sentido de la responsabilidad.
5. Recursividad.

3. Estudios: Tecnólogo en contabilidad y finanzas, preferiblemente egresado del SENA.

4. Experiencia: 2 años

5. CORTADOR.

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código:FMF05
	MANUAL DE FUNCIONES POR PROCESOS	

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
<ol style="list-style-type: none">1. Denominación del Cargo: Cortador2. Nivel: Operativo3. Dependencia Jerárquica: Gerencia4. Número de cargos con la misma denominación dentro de la unidad: 1	
II. OBJETIVO	
Realizar y cortar los patrones de la prenda a confeccionare identificar y agrupar las piezas cortadas por tallas, de tal forma que puedan ser manipuladas fácil y cómodamente en la sección de costura.	
III. FUNCIONES DEL CARGO	
FUNCIONES	PROCEDIMIENTO INVOLUCRADO
<ol style="list-style-type: none">1. Tomar las medidas necesarias para cada uno de los moldes2. Realizar patrón base3. Realizar patrón – Transformación4. Extendido5. Marcado6. Corte manual	<p>Patronaje</p> <p>Corte</p>

IV. RESPONSABILIDADES

1. Organizar y limpiar su área de trabajo, según lo establecido por la empresa.
2. Distribuir los moldes optimizando el uso de la tela, considerando características de la tela, tallas, número de piezas por modelo, simetría, aplomo del tejido, y de acuerdo a la orden de producción.
3. Trazar el tizado en la tela, papel o impresión sobre papel, revisando la pertinencia de los moldes y la optimización de las mismas, de acuerdo a la orden de producción.
4. Reportar la conformidad del tizado / trazo realizado para que pase a proceso de corte, según procedimientos establecidos.
5. Cumple las disposiciones de calidad de la empresa, según instrucciones del gerente.


V. COMPETENCIAS

1. Habilidades para la comunicación.
2. Competencia de trabajo en equipo.
3. Orientación a los resultados.
4. sentido de la responsabilidad.
5. Recursividad.

1. Estudios: Bachiller

2. Experiencia: 1 año

6. OPERARIO.

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código: FMF 06
	MANUAL DE FUNCIONES POR PROCESOS	

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

1. **Denominación del Cargo:** Operario
2. **Nivel:** Operativo
3. **Dependencia Jerárquica:** Gerencia
4. **Número de cargos con la misma denominación dentro de la unidad:** 4

II. OBJETIVO

Excelente manejo y manipulación de máquinas industriales de confección, elaborando prendas con alta calidad desde la manipulación de las materias primas hasta el producto terminado.

III. FUNCIONES DEL CARGO

FUNCIONES	PROCEDIMIENTO INVOLUCRADO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Preparación y alistamiento de maquinaria y materiales. 2. Unión de partes para la posterior confección de las prendas. 3. Pulido, planchado, etiquetado, plegado y embolsado de prendas. 4. Reparación y o modificación a prendas. 	<p>Confección y reparación de prendas.</p>

IV. RESPONSABILIDADES


1. Puntualidad y responsabilidad en los horarios.
2. Mantener organizada y limpia su área de trabajo, según la normatividad de la empresa.
3. Cumplir con los tiempos establecidos de producción.
4. Ser respetuoso tanto con el jefe como con los compañeros de trabajo.

V. COMPETENCIAS

1. Capacidad para sobrellevar un trabajo rutinario.
2. Capacidad para lidiar con trabajos que implican desorden.
3. Capacidad para prestar atención al detalle.
4. Capacidad para escuchar y seguir instrucciones.
5. Capacidad para seguir la normatividad en materia de salud y seguridad.
6. Capacidad para trabajar tanto solo como en equipo.

1. **Estudios:** Curso básico en manejo de máquinas industriales.
2. **Experiencia:** mínimo 1 año en el manejo de máquinas industriales de confección como la maquina plana, fileteadora, collarín, entre otras.

7. DISEÑADOR

	CREACIONES Y CONFECCIONES MERY	Código:FMF07
	MANUAL DE FUNCIONES POR PROCESOS	

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

1. **Denominación del Cargo:** Diseñador
2. **Nivel:** Operativo
3. **Dependencia Jerárquica:** Gerencia
4. **Número de cargos con la misma denominación dentro de la unidad:** 1

II. OBJETIVO

Realizar las operaciones básicas de diseño, apoyando el corte y confección, aplicando las técnicas y procedimientos requeridos en cada proceso para conseguir productos con la calidad y con los acabados requeridos.

III. FUNCIONES DEL CARGO

FUNCIONES	PROCEDIMIENTO INVOLUCRADO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar boceto preliminar. 2. Definir formas, medidas y tallas. 3. Realizar diseño definitivo. 	<p>Diseño</p>

IV. RESPONSABILIDADES

1. Diseñar los modelos e acuerdo con lo que se exige.
2. Realiza prototipos de las distintas tallas.
3. Reportar al encargado de producción los materiales necesarios para el producto.
4. Realizar y hacer llegar a los operarios las formas más adecuadas y optimas de las diferentes operaciones a realizar sobre el producto.
5. Proponer alternativas para crear nuevos diseños

V. COMPETENCIAS

1. Habilidades para la comunicación.
2. Competencia de trabajo en equipo.
3. Orientación a los resultados.
4. sentido de la responsabilidad.
5. Recursividad.

1. Estudios: Tecnólogo en diseño textil y de modas.

2. Experiencia:3 años

BIBLIOGRAFIA

- ALVARADO MARTINEZ, Tomás Everardo. Metodología para Elaborar un Plan Estratégico y Rediseño Organizacional de una Unidad de Producción Agropecuaria. En: Reviste Mexicana de Agronegocios. México. Vol. 9 (jul. – dic. 2001).
- SERNA GOMEZ, Humberto. Gerencia Estratégica. Colombia. 3R editores, Agosto de 2010. Décima Edición. Disponible de Interne: (<http://es.scribd.com/doc/66872891/Gerencia-Estrategica-HUMBERTO-SERNA-GOMEZ>)
- SERNA, G, Humberto. Gerencia Estratégica. Bogotá. Colombia: 3R editores. Sexta Edición. 2003.
- VILLAMIL, Elizabeth. Gerencia Moderna: Un Enfoque Sistémico y Estratégico. Pereira: Cargaphics S.A, 2000.
- SALKIND, Neil J. Métodos de Investigación. Pearson, Tercera Edición.
- CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la Teoría General de Administración. Editorial Mc Graw Hill, 2006.
- DRUCKER, Peter F. La Gerencia, Tareas, Responsabilidades y prácticas. Edición El Ateneo.
- PLANEACIÓN ESTRATÉGICA LOGÍSTICA PARA UN HOLDING EMPRESARIAL. Scientia Et Technica, vol. XVI, núm. 44, abril 2010, pp. 90-95.