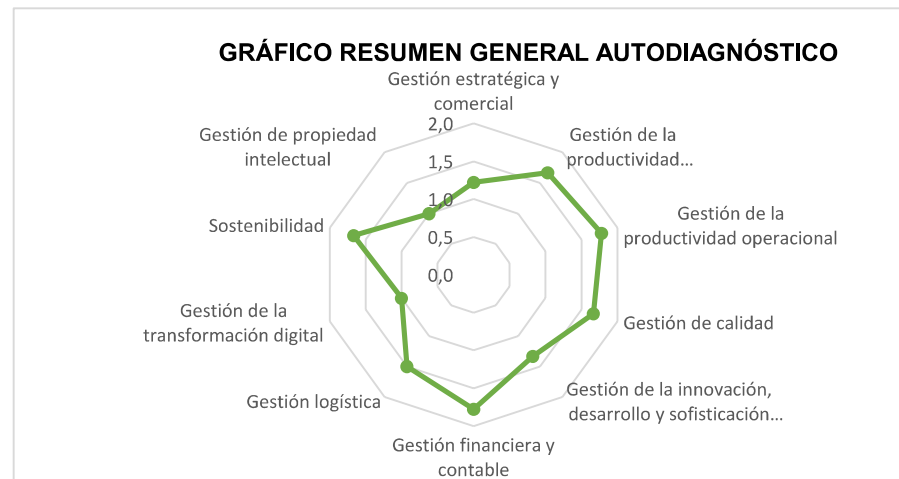


operativa Multiactiva De Productores Campeinos De Paja

INFORME DE AUTODIAGNÓSTICO



La información aquí consignada corresponde a los resultados arrojados por la herramienta de diagnóstico. Este informe apoyará el plan de acción a realizar para mejorar la productividad, competitividad y rentabilidad de su empresa.

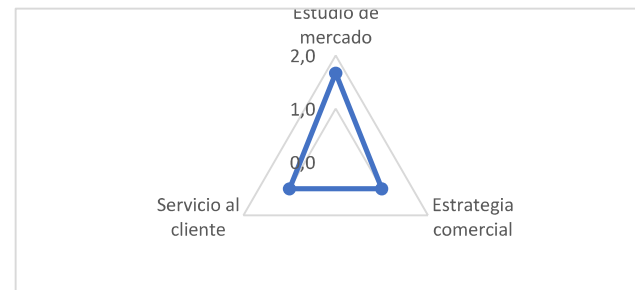


#N/A

1. ÁREA GESTIÓN ESTRATÉGICA COMERCIAL

Esta área contempla las decisiones y acciones en la empresa para defender su participación en el mercado, llegar a nuevos segmentos de mercado, incluidos los esfuerzos para la internacionalización a través de la estrategia del marketing mix, la construcción de una marca y la vigilancia tecnológica. El diagnóstico en esta área permite identificar la participación de la empresa en el mercado, el tamaño del mercado y las restricciones para el crecimiento que tiene la empresa.

DIAGNÓSTICO ÁREA GESTIÓN ESTRATÉGICA Y COMERCIAL



La empresa no aplica herramientas de investigación de mercados lo cual puede estar ocasionando un riesgo alto en el desarrollo del modelo de negocio en el corto y mediano plazo, al igual que influye en sobrecostos en la ejecución de estrategias de marketing y fidelización de clientes al no tener certeza de las verdaderas motivaciones de compra, tendencias, precios o beneficios de los productos sustitutos

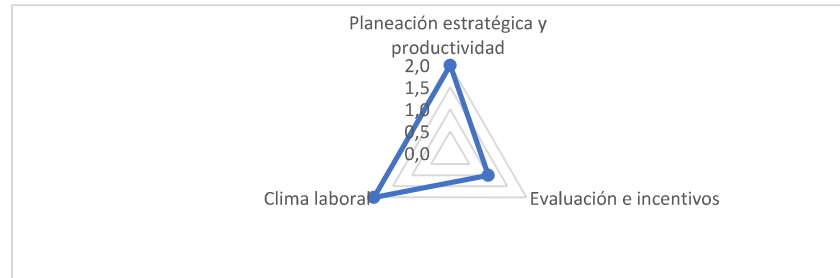
Se resalta que, la empresa no lleva a cabo estrategias de mercadeo y ventas planificadas, que incluyan métricas y responsables, lo cual le impide alcanzar eficientemente objetivos claves como el posicionamiento de la empresa, aumento de las ventas, y fidelización de clientes.

Respecto a la gestión de servicio al cliente, el negocio no realiza esfuerzos concretos por cumplir su promesa de valor a nivel logístico para buscar la plena satisfacción de sus clientes; de igual forma, aún no implementa acciones eficaces de fidelización, co-creación o innovación que le permitan ganar espacio en el mercado, diversificar constantemente su portafolio de bienes y servicios, y lograr mejores resultados en la gestión comercial.

2. ÁREA GESTIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD ADMINISTRATIVA Y LABORAL

El énfasis de la productividad laboral está dado en el talento humano, el nivel de apropiación que tiene la empresa en sus procesos de gestión, el conocimiento de la normatividad aplicable y las políticas que implementan en la empresa para movilizar a sus trabajadores hacia el logro de los objetivos estratégicos. Este componente del diagnóstico permite identificar las habilidades, competencias y motivación que tienen los trabajadores para alcanzar los objetivos que se propone la empresa.

DIAGNÓSTICO ÁREA GESTIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD ADMINISTRATIVA Y LABORAL (GESTIÓN DE



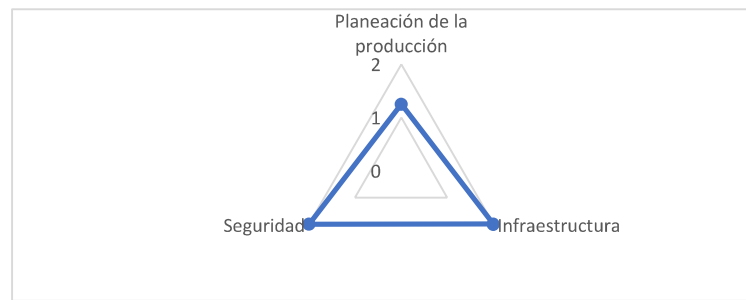
Es importante resaltar que, la empresa hace uso de algunas de las herramientas de planeación estratégica que le permiten tener una organización y visión funcional del negocio y establecer el camino hacia donde quieren dirigir todas sus acciones para cumplir los objetivos de productividad, clima laboral y demás estrategias e indicadores de gestión.

A pesar de aplicar algunas de las acciones y herramientas de planeación estratégica, la empresa aun no cuenta con un sistema de evaluación de desempeño y un plan de incentivos que le ayude a mantener altos niveles de productividad laboral, generar menos índice de rotación de empleados, y mejorar sus resultados comerciales. Además, no se cuenta con un programa de inducción y capacitación permanente a los colaboradores, lo que limita los índices de cualificación laboral que generan mejores resultados técnicos en la operación del negocio e incentivan la innovación, la creatividad y la capacidad de mejorar continuamente los procesos internos.

La falta de mayores esfuerzos para mejorar su sistema de evaluación de desempeño y plan de incentivos, también genera que la empresa mantenga pocos esfuerzos para la aplicación de una estrategia directa para medir el clima laboral y poder detectar distintas fuentes de conflicto que podrían generar actitudes negativas en la organización que mermen la motivación del equipo y su productividad. Estas mediciones sumados a la excelente comunicación entre todos los niveles de la empresa mejoran el rendimiento y la productividad individual, reteniendo talentos, generando motivación, disminuyendo los porcentajes de ausentismo y potenciando el compromiso interno para con el negocio.

3. ÁREA GESTIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD OPERACIONAL

La productividad operacional está enfocada en los procesos y procedimientos, los equipos, la infraestructura con la que cuenta la empresa, la forma en la cual se planea la producción para la optimización de los recursos y las condiciones en las que los trabajadores realizan su labor. Este componente permite medir la capacidad productiva y las restricciones que posee la empresa, así como la gestión operacional para responder los requerimientos del mercado.



La empresa desconoce el comportamiento del mercado y por lo tanto sus esfuerzos de estandarización, control y seguimiento son ineficientes para asegurar la competitividad de la misma

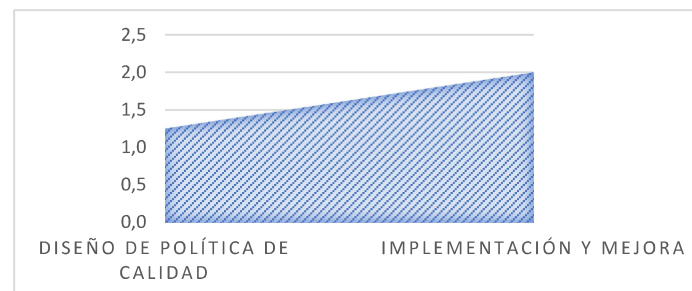
Y aunque, la empresa posee algunos elementos de infraestructura que permiten su actual operatividad; la falta de lineamientos estratégicos hacen inaprovechable esta mediana ventaja.

A esto se le suma, que a pesar de que la empresa pueda tener identificados los posibles riesgos y peligros del proceso, estos carecen de sentido al no responder a lineamientos estratégicos específicos

4. ÁREA GESTIÓN DE LA CALIDAD

Contempla el diseño y la implementación de procesos y procedimientos, así como ejecución del plan de mejoramiento continuo, orientados a la estandarización de la producción. Este componente permite medir los esfuerzos que realizan en la empresa para lograr la satisfacción de los clientes, a través de la producción de bienes y servicios uniformes y que satisfagan sus requerimientos.

DIAGNÓSTICO ÁREA GESTIÓN DE LA CALIDAD



La empresa carece de estandarizaciones y documentaciones de los procesos, lo que la convierte en un sistema vulnerable a los cambios del mercado y condiciones productivas, ya que sus decisiones gerenciales están siendo tomadas sin mandos de control y parámetros claros que sirvan de base de decisión.

A esto se le suma, que a pesar de que la empresa pueda tener identificados los posibles riesgos y peligros del proceso,

A esto se le suma, que a pesar de que la empresa pueda tener identificados los posibles riesgos y peligros del proceso, estos carecen de sentido al no responder a lineamientos estratégicos específicos

5. GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN / DESARROLLO Y SOFISTICACIÓN DE PRODUCTO

Permite comprender aspectos como la formación pertinente a los trabajadores, la investigación de mercados y soluciones a sus problemas, a través de la elaboración de nuevos productos y servicios. Aquí se miden las acciones de la empresa para construir nuevas soluciones a problemas actuales y futuros de los clientes.

DIAGNÓSTICO ÁREA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN / DESARROLLO Y SOFISTICACIÓN DE PRODUCTO



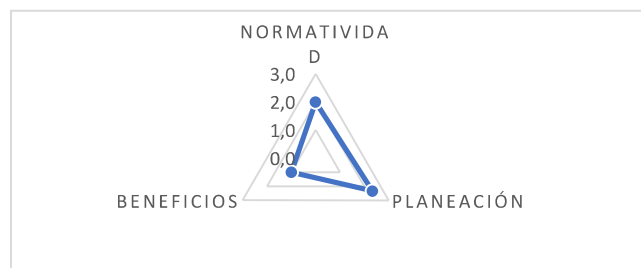
Identificar las necesidades de formación de los trabajadores que permitan impulsar la innovación no es prioritario para la empresa, por tanto, no se destina un presupuesto para tal fin, ni se realizan gestiones en ese sentido.

No están interesados en identificar tendencias en el mercado o nuevas tecnologías disponibles; ni en desarrollar nuevos productos o servicios, por ello no destinan recursos para diseñar un procedimiento formal que les permita prototipar y validar productos y/o servicios en el mercado.

6. GESTIÓN FINANCIERA Y CONTABLE

Se identifica el nivel de conocimiento y aplicación que tiene la empresa sobre la normatividad asociada al marco financiero, tributario y contable, así como la planeación de las finanzas a través del registro oportuno de sus operaciones para la toma de decisiones gerenciales, que aseguren la sostenibilidad y el crecimiento de la empresa en el mercado. Aquí se mide el nivel de gestión que realizan en la empresa sobre las finanzas, para asegurar el funcionamiento de la operación y la administración.

DIAGNÓSTICO ÁREA GESTIÓN FINANCIERA Y CONTABLE



La empresa conoce el marco normativo que regula su actividad comercial y se adapta parcialmente al mismo. Gestiona empíricamente los riesgos legales inherentes a su gestión financiera y contable, pero no realiza monitoreo de los cambios en el marco legal que pueden afectar su operación.

Además, cuentan sólo con algunos elementos de una estrategia financiera definida, como pueden ser: presupuestos, políticas de créditos y políticas de pagos a proveedores; sin embargo, no están documentados, ni se hace seguimiento periódico a su cumplimiento.

La estrategia financiera de la empresa está definida, pero no está documentada; por lo que probablemente, tampoco puedan generar la rentabilidad suficiente para cubrir los gastos de operación de la empresa en el corto plazo, ni distribuir utilidades a sus propietarios.

7. GESTIÓN LOGÍSTICA

Aborda la infraestructura de la empresa que soporta la cadena de suministro, la eficiencia de los procesos y el sistema para la evaluación del desempeño de los proveedores. Aquí se mide el nivel de eficiencia en costos y tiempos de la cadena de suministro de la empresa, lo cual incide en la competitividad operacional.

DIAGNÓSTICO ÁREA GESTIÓN LOGÍSTICA



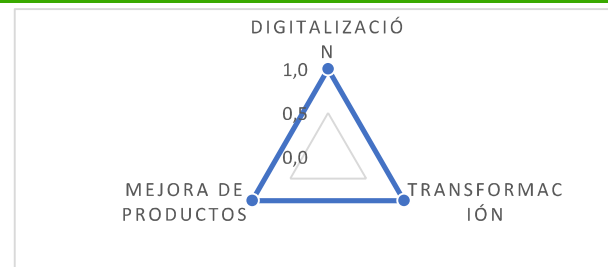
La empresa realiza actividades para garantizar la seguridad del proceso logístico sin embargo no lo hace en marco de un sistema de planeación; en la empresa gestionan inventarios de forma empírica y han definido un responsable para la gestión de compras, transporte y distribución de insumos y productos o servicios.

G22

8. GESTIÓN DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Es el nivel de apropiación de las herramientas digitales y tecnológicas para el desarrollo de actividades operativas, misionales y estratégicas de la empresa, lo cual permite contar con información oportuna para la toma de decisiones para el mejoramiento continuo, a partir del monitoreo de las tendencias del mercado y el grado de satisfacción de los clientes. Aquí se puede identificar el nivel de conocimiento y apropiación que tiene la empresa sobre las tecnologías de la información y las comunicaciones, para mejorar sus productos y/o servicios.

DIAGNÓSTICO ÁREA GESTIÓN DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL



La empresa tiene muy pocos o ningún tipo de avance en el uso de las herramientas digitales y tecnológicas tanto para la operación técnica y administrativa del negocio como para el desarrollo de actividades de mercadeo y ventas; lo cual la limita en el aprovechamiento de las oportunidades de los entornos digitales para expandir su modelo de negocio, alcanzar nichos de mercado fuera de su entorno local y retroalimentar de forma inmediata y eficaz a sus clientes y consumidores acerca de su nivel de satisfacción con los productos o servicios, para aumentar tanto el nivel de satisfacción y como el

nivel de ventas.

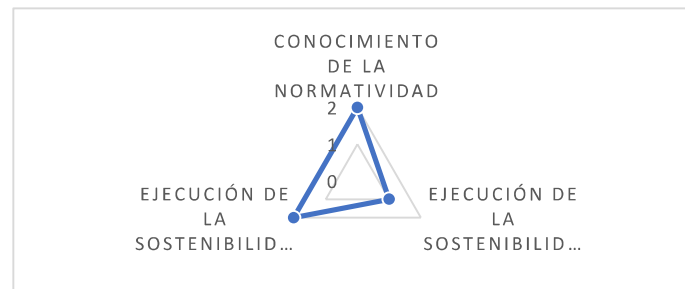
No hacen uso de las herramientas de almacenamiento y captura de información digitales que se pueden lograr a través de canales online, lo cual le generaría la oportunidad de contar con bases de datos organizadas, de fácil acceso, tabulación y análisis para la toma de decisiones, para la aplicación de nuevas estrategias o el refuerzo de las ya existentes a nivel de mercadeo, ventas o administración, e incluso, le podría ayudar a tomar la decisión sobre la necesidad de considerar redefinir su modelo de negocio hacia una mayor participación del mercado digital.

Además de no hacer uso de herramientas digitales; no están interesados en lograr la mejora continua de sus procesos y productos y por ello no han realizado búsqueda de apoyo de instituciones públicas como el SENA o empresas privadas privados para incorporarse a la era digital de una forma más eficiente.

9. SOSTENIBILIDAD

Se aborda el nivel de conocimiento y aplicación de la normatividad ambiental, tanto en el diseño de los productos o servicios como en la ejecución de los procesos, buscando el mínimo impacto negativo al ambiente. Lo anterior permite identificar el nivel de riesgo que tiene la empresa asociado al nivel de cumplimiento sobre la normatividad ambiental y el riesgo reputacional, asociados al nivel de compromiso de la empresa con la producción sostenible.

DIAGNÓSTICO AREA SOSTENIBILIDAD



En la empresa conocen algunas de las normas y regulaciones, que las leyes han establecido con respecto a las políticas medioambientales y de sostenibilidad del sector en el cual se desempeñan, y han comenzado a establecer procedimientos que atienden el cumplimiento de dichos requerimientos.

Conocen parcialmente la normatividad ambiental; pero no han tomado medidas pertinentes para asegurar el aprovechamiento eficiente de los recursos generando el mínimo de impacto en el ambiente, el diseño de sus productos y/o servicios, lo cual ocasiona procesos poco eficientes.

10. ÁREA GESTIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Aborda el conocimiento que tienen en la empresa sobre derechos de autor, sobre propiedad intelectual y sobre todo la forma en la que gestionan esos conocimientos en beneficio de la empresa, para la protección de sus invenciones y derechos derivados de esas invenciones, incluido los beneficios tributarios. Esto permite medir el nivel de conocimiento y gestión en la empresa para utilizar los mecanismos legales para proteger sus creaciones en invenciones.

DIAGNÓSTICO AREA GESTIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL



Desconocen los procedimientos para la protección de las creaciones que realizan las empresas a través de los derechos de autor y derechos conexos; también, desconocen los beneficios e incentivos que otorga el Gobierno a empresas que hacen parte de las industrias culturales y creativas o de economía naranja.

En la empresa no aprovechan los beneficios tributarios que otorga el gobierno asociados a las creaciones e innovaciones de su empresa.

11. INDICADORES DE GESTIÓN

Esta información es el punto de partida del plan de acción, y permite definir la base del escalonamiento que tu empresa logrará a partir del trabajo conjunto entre su equipo de trabajo y el equipo de profesionales de los Centros de Desarrollo Empresarial del SENA. Esta información se utilizará única y exclusivamente para este proceso de acompañamiento.

INDICADORES DE GESTIÓN

Unidades mensuales vendidas producto estrella

15.000

Precio producto estrella o más vendido

\$ 1.500

Costo directo del producto o servicio estrella o más vendido por su empresa

\$ 1.250

Costo indirecto del producto o servicio estrella o más vendido por su empresa

\$ 250

Gastos fijos mensuales

\$ 3.600.000

La empresa exporta

NO

Participación de las exportaciones en las ventas totales

\$ 0

Su empresa se encuentra enmarcada en en el sector de industrias creativas y culturales?

NO

Indice de productividad empresarial

1,200
Positivo