Inicio
Recientes
Anclado
Mi trabajo
Actividades
Acelerador de ventas
Paneles
Clientes
Clientes
Contactos
Informes
Servicios
Cliente Potencial
Oportunidad
Documentación y material adjunto
Resultados
Documentación de v...
Actividades de clientes
Orientaciones y entr...
Ventas

Plan de acción de fortalecimiento Print Soluciones : Guardado

Tarea · Tarea

Rafael Jose Garcia Cujia
Propietario

REGISTRO DE ACTIVIDADES | Relacionados

Área de asesoría *	Administración de Empresas	Asesoría para *	Fortalecimiento
Sociedades BIC *	No	Ayuda adicional *	Asistencia Gerencial
Economía popular *	No	Economía campesina *	No

Fecha realización *	19/05/25	
	12:00 PM	
Tiempo	1 hora	
	1,00	

Notas

Antecedentes del cliente: ---

Resumen de la sesión de asesoría *

Plan de acción
Conforme a los resultados del diagnóstico, con el empresario se formula el Plan de acción para fortalecer los indicadores que permitan hacer la empresa más competitiva:
1- Gestión estratégica comercial

La empresa lleva a cabo algunas estrategias de mercadeo y ventas planificadas, que incluyen métricas y responsables, logradas a partir de los resultados de los análisis de mercado que realiza esporádicamente, lo cual, le permite conocer el sector en el que desarrolla su actividad y alcanzar algunos objetivos de posicionamiento de la marca, aumento de las ventas y fidelización de clientes.

Acciones proyectadas:
Según los resultados arrojados por el diagnóstico, aun es necesario profundizar en este tipo de investigaciones de mercadeo que le permita tener más información para la toma de decisiones estratégicas del negocio. y en búsqueda constante de satisfacer las necesidades de los clientes con la diversificación del portafolio.
Fecha programada 21/05/2025

2- Gestión administrativa y laboral
La empresa cuenta con un sistema de evaluación de desempeño y un plan de incentivos, lo cual le ayuda a mantener altos niveles de productividad laboral, menos índice de rotación de empleados y mejores resultados comerciales. Además, se cuenta con un programa de inducción y capacitación permanente a los colaboradores, lo que mejora los niveles de cualificación laboral, genera mejores resultados técnicos en la operación del negocio e incentiva la innovación, la creatividad y la capacidad de mejorar continuamente los procesos internos.

Acciones proyectadas:
Según los resultados arrojados por el diagnóstico, por el momento, no se identificaron oportunidades de mejoras en este indicador
Fecha de revisión: 19/05/2025

3. Gestión de la productividad operacional
La empresa tiene alineado su proceso productivo con el mercado, logrando el control de los indicadores de producción, sustentados en la estandarización de todos los procesos y el control de las métricas de los mismos. 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.
Acciones proyectadas
Según los resultados arrojados por el diagnóstico, por el momento, no se identificaron oportunidades de mejoras en este indicador

Fecha de revisión: 19/05/2025
4. Gestión de la Calidad
La empresa cuenta con el diseño de una política de calidad, estandarización y documentación de procesos clara, que le permite tener el insumo para generar planificaciones adecuadas acorde con los grupos de interés y asegurar su supervivencia en el mercado La empresa controla de forma ordenada y sistematizada todos sus procesos, lo que le permite operar bajo condiciones de seguridad óptimas y controladas.
Acciones proyectadas:
Según los resultados arrojados por el diagnóstico, por el momento, no se identificaron oportunidades de mejoras en este indicador
Fecha de revisión: 19/05/2025

5. Gestión de la innovación sofisticación.
La empresa debe identificar las necesidades de formación que le permiten a los trabajadores mejorar las competencias y gestionan tanto la formación, como la apropiación de ese conocimiento en beneficio del desarrollo de productos y/o servicios creativos y útiles en el mercado.

Acciones proyectadas.
La empresa debe analizar el comportamiento del mercado, las tendencias y preferencias de los clientes; lo que les permitirá implementar metodologías y procedimientos formales para capacitar y aprovechar al máximo el talento humano para obtener viabilidad de nuevos productos y/o servicios, lo cual les permite posicionarse en el mercado.

Fecha programada: 24/06/2025