ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. | ALCALDÍA LOCAL DE KENNEDY | BOGOTÁ

boost BUSINESS CONSULTING

# PLAN DE MEJORAMIENTO

CP-M-0477 - Canella By Alexander & Dani

**Consultor: Manuel Alejandro Gómez Barajas**

## CP-E-0177 - Pet Kira

| | |
|---|---|
| Id. de la MiPyme o Emprendimiento | MiPyme |
| Nombre de la MiPyme o Emprendimiento | Canella By Alexander & Dani |
| Representante | John Alexander Castaño Barreto |
| Numero de Documento | 1019045126 |
| Correo electrónico | acastano@canelarolls.com |
| Teléfono | 3164028802 |
| Barrio | Timiza |
| UPZ | Timiza |
| Sector económico | 1. Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco |

## PLAN DE MEJORAMIENTO

## 1 ADMINISTRATIVO - FINANCIERO

| | |
|---|---|
| 1.1. ADMINISTRATIVO - FINANCIERO Problemática No. 1 | 2. La contabilidad del negocio no es llevada por un profesional contable |
| 1.2. ADMINISTRATIVO - FINANCIERO Problemática No. 2 | 9. No se ha fijado metas en relación con las ventas que se propone tener para el año en curso |
| 1.3. ADMINISTRATIVO - FINANCIERO Problemática No. 3 | 10. No ha calculado los costos aproximados que tendrá que cubrir para el año en curso. |
| **INTRODUCCIÓN** | El eje Administrativo Financiero es fundamental para el éxito de cualquier unidad económica, ya que establece las bases para la planificación, control y evaluación del flujo de recursos. En unidades productivas con un control financiero deficiente, la falta de metodología y herramientas de gestión financiera puede generar desajustes en las decisiones estratégicas y operacionales. Este plan de mejoramiento busca establecer un sistema estructurado de control interno que optimice la administración de los recursos económicos. |
| **OBJETIVO GENERAL** | Establecer un sistema de control administrativo y financiero eficiente que permita a la unidad productiva gestionar sus recursos de manera efectiva, asegurando la sostenibilidad y crecimiento del negocio. |
| **OBJETIVO ESPECIFICO** | 1. Desarrollar un plan de control financiero básico con herramientas de seguimiento.<br>2. Implementar un sistema de registro de ingresos, egresos y flujo de caja.<br>3. Capacitar al equipo encargado en el uso y seguimiento de las metodologías de control financiero. |
| **PLANEAR** | 1. Crear un plan de control financiero con un presupuesto anual y un sistema de registro de flujo de caja.<br><br>2. Definir indicadores clave de desempeño (KPIs) para el control de ingresos y egresos. |
| **HACER** | 1. Implementar un sistema de registro para el flujo de caja y compararlo con los resultados presupuestados.<br><br>2. Capacitar al equipo sobre cómo usar herramientas de control financiero como hojas de cálculo o software básico. |
| **VERIFICAR** | 1. Realizar una evaluación mensual del flujo de caja y los estados financieros para verificar si los objetivos se cumplen.<br><br>2. Comparar las variaciones entre lo presupuestado y lo ejecutado, identificando posibles desviaciones. |
| **ACTUAR** | 1. Hacer ajustes en el presupuesto y procesos de control según las desviaciones encontradas.<br><br>2. Introducir nuevas herramientas o metodologías si los resultados no son satisfactorios. |
| **RECOMENDACIONES ESPECIALES** | 1. Asegurarse de que todos los registros sean transparentes y accesibles, utilizando plataformas que simplifiquen el control financiero.<br>2. Realizar auditorías internas trimestrales para asegurar la precisión y eficiencia de los registros.<br>3. En caso de dificultades financieras, considerar la contratación de un consultor externo para optimizar la estructura de control. |

## 2 OPERACIONAL - PRODUCTIVO

| | |
|---|---|
| 2.1. OPERACIONAL - PRODUCTIVO Problemática No. 1 | No aplica |
| 2.2. OPERACIONAL - PRODUCTIVO Problemática No. 2 | No aplica |
| 2.3. OPERACIONAL - PRODUCTIVO Problemática No. 3 | No aplica |
| **INTRODUCCIÓN** | El eje Proceso Operacional y/o Productivo se refiere a la capacidad de la unidad económica para optimizar sus procesos de producción, asegurando eficiencia, calidad y cumplimiento de plazos. En empresas con controles deficientes en este ámbito, los costos de producción pueden aumentar y la calidad de los productos puede verse afectada. Este plan busca estructurar el proceso productivo para mejorar la competitividad de la unidad económica. |

| | |
|---|---|
| **OBJETIVO GENERAL** | Mejorar los procesos operacionales y productivos mediante la implementación de metodologías de control y optimización que permitan reducir costos y aumentar la eficiencia. |
| **OBJETIVO ESPECIFICO** | 1. Identificar las etapas críticas del proceso productivo y establecer indicadores de desempeño.<br>2. Implementar herramientas para el monitoreo en tiempo real de los procesos operacionales.<br>3. Capacitar al equipo para que pueda identificar y corregir desviaciones de los estándares operativos. |
| **PLANEAR** | 1. Mapear el flujo de procesos productivos y definir áreas de mejora.<br>2. Establecer KPIs específicos como tiempo de producción, eficiencia operativa y calidad del producto. |
| **HACER** | 1.Implementar un sistema de registro de tiempos y calidad en la producción.<br>2. Entrenar al personal para el monitoreo y gestión eficiente de los procesos. |
| **VERIFICAR** | 1.Realizar revisiones periódicas de los KPIs y comparar el rendimiento con los estándares establecidos.<br>2.Medir la calidad del producto y los tiempos de entrega para verificar el cumplimiento de los objetivos. |
| **ACTUAR** | 1. Ajustar los procesos de producción en función de las revisiones realizadas.<br>2. Si se identifican ineficiencias, implementar nuevas herramientas o mejorar la capacitación. |
| **RECOMENDACIONES ESPECIALES** | 1. Considerar la implementación de un software de gestión de producción para automatizar el monitoreo de KPIs en tiempo real.<br>2. Asegurar que todos los colaboradores reciban formación continua sobre nuevas tecnologías y metodologías de mejora de procesos.<br>3. Introducir prácticas de mejora continua como Kaizen o Lean Manufacturing para optimizar los tiempos y recursos. |

## 3 COMERCIALIZACIÓN

| | |
|---|---|
| 3.1. COMERCIALIZACIÓN Problemática No. 1 | 2. No ha visitado el negocio de al menos un competidor para ver qué productos están disponibles a la venta. |
| 3.2. COMERCIALIZACIÓN Problemática No. 2 | 4. No ha hablado con al menos un excliente para averiguar por qué había dejado de comprar en su negocio. |
| 3.3. COMERCIALIZACIÓN Problemática No. 3 | No aplica |
| **INTRODUCCIÓN** | El eje Comercialización está vinculado directamente con la capacidad de la unidad productiva para generar demanda y aumentar sus ventas. El control deficiente en esta área puede limitar el alcance del negocio y generar pérdidas potenciales debido a la falta de conocimiento sobre los clientes o el mercado. Este plan busca estructurar una estrategia comercial sólida que aumente la visibilidad y competitividad del producto o servicio. |
| **OBJETIVO GENERAL** | Desarrollar una estrategia comercial integral que optimice la promoción, distribución y venta de productos o servicios mediante el uso adecuado de herramientas de marketing. |
| **OBJETIVO ESPECIFICO** | Establecer una estrategia de marketing que defina los segmentos de mercado y canales de distribución.<br>Implementar tácticas promocionales para aumentar las ventas y atraer nuevos clientes.<br>Utilizar plataformas digitales para potenciar la visibilidad de los productos y generar engagement con los clientes. |
| **PLANEAR** | Realizar un análisis de mercado para definir el público objetivo y los canales de comercialización más adecuados.<br>Crear un plan de marketing que incluya acciones de promoción, publicidad y estrategias de venta. |
| **HACER** | Implementar campañas publicitarias en redes sociales y otros canales.<br>Ofrecer promociones o descuentos para atraer nuevos clientes y fidelizar a los existentes. |

| | |
|---|---|
| **VERIFICAR** | Monitorear el desempeño de las campañas mediante KPIs como volumen de ventas, tasa de conversión y retorno de inversión.<br>Analizar la interacción con los clientes a través de plataformas digitales y ajustar las campañas si es necesario. |
| **ACTUAR** | Realizar ajustes en la estrategia comercial basándose en los resultados obtenidos, explorando nuevos canales o mejorando las ofertas.<br>Revisar las tácticas de marketing para adaptarse a cambios en las preferencias del consumidor. |
| **RECOMENDACIONES ESPECIALES** | 1. Explorar nuevas plataformas de comercialización digital como TikTok o LinkedIn para ampliar la base de clientes.<br>2. Realizar estudios de mercado periódicos para ajustar las ofertas de productos según las necesidades y tendencias del cliente.<br>3. Implementar un sistema de gestión de relaciones con clientes (CRM) para personalizar las interacciones y mejorar la experiencia del cliente. |

## RECURSOS PARA IMPLEMENTAR SOLUCIONES

| | |
|---|---|
| Que recurso requiere para desarrollar todo su plan de mejoramiento | Económico, Formación |

## HERRAMIENTAS Y RECOMENDACIONES

| | |
|---|---|
| **ADMINISTRATIVO - FINANCIERO** | Para fortalecer la gestión administrativo-financiera de una unidad productiva, se recomienda implementar herramientas accesibles como hojas de cálculo automatizadas, aplicaciones gratuitas de contabilidad y sistemas digitales de facturación. Estas soluciones permiten mejorar el control de ingresos, egresos y flujo de caja, así como optimizar la planificación presupuestaria mediante plantillas dinámicas y formularios en línea. Además, se sugiere el uso de plataformas de capacitación y software de gestión de proyectos para facilitar el aprendizaje continuo y el seguimiento eficiente de tareas administrativas. |
| **PROCESO OPERACIONAL Y/O PRODUCTIVO** | Para optimizar los procesos operacionales y productivos de una unidad económica, se recomienda el uso de herramientas accesibles como diagramas de flujo, hojas de cálculo y sistemas de gestión visual que faciliten el monitoreo y análisis de la eficiencia. También se sugiere implementar checklists digitales y software de control de producción para asegurar la calidad y gestionar recursos. Complementariamente, se promueve la capacitación continua en metodologías de mejora mediante plataformas educativas en línea. |
| **COMERCIALIZACIÓN** | Para optimizar la estrategia comercial, se recomienda implementar herramientas accesibles que faciliten el análisis de mercado, la promoción digital, la gestión de ventas y la relación con clientes. Estas incluyen plataformas como Google Trends, Canva, Meta Ads y tiendas en línea gratuitas, que permiten identificar tendencias, crear contenido atractivo y comercializar productos eficientemente. Además, el uso de CRMs, encuestas digitales y herramientas de análisis como Google Data Studio mejora la toma de decisiones y fortalece la experiencia del cliente. |

| | |
|---|---|
| Profesional o Técnico | Manuel Alejandro Gómez Barajas |
| Observaciones adicionales | |