

Fortalecimiento Administrativo De La Empresa Fábrica De Antenas “DIMAWILL”

María Fernanda Montejo Quiceno

Rafael Andrés Romero Fandiño

Universidad La Gran Colombia

Facultad De Postgrados Y Formación Continuada

Programa Especialización En Gerencia

Bogotá D.C.

2018

Fortalecimiento Administrativo De La Empresa Fábrica De Antenas “Dimawill”

**María Fernanda Montejo Quiceno
Rafael Andrés Romero Fandiño**

Trabajo Para Optar Al Título De Especialista En Gerencia

**Dirigido Por
Alba Lucy Garzón Vanegas**

**Universidad La Gran Colombia
Facultad De Postgrados Y Formación Continuada
Programa Especialización En Gerencia
Bogotá D.C.
2018**

NOTA DE ACEPTACIÓN

Observaciones

Firma Director Trabajo de Grado

Firma del presidente jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bogotá D.C., 8 de septiembre de 2018.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Desarrollo Económico y calidad de vida

SUB LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Control y gestión de las organizaciones

En el presente trabajo, se desarrolla un diagnóstico para detectar y ahí incentivar nuevas estrategias para realizar un plan de fortalecimiento que son determinantes para que la gerencia tome iniciativas para fortalecer el área administrativa y dar cumplimiento con el control y gestión de las organizaciones.

AGRADECIMIENTOS

Inmensamente agradecida con Dios y la vida por esta gran oportunidad académica de crecimiento, por guiarme y darme el entendimiento y la sabiduría de este gran proyecto personal. Agradezco a mis padres por su voz de aliento y darme la mano para lograr este gran escalón profesional. A la Fábrica de Antenas “DIMAWILL” y a su equipo profesional por permitir conocer y ser la fuente principal de este trabajo

A mi hermano Diego Montejo, a mi compañero de vida Andrés Jiménez y a mi amada e incondicional Lola Montejo por creer en mí y por acompañarme en cada instante en este proyecto y ser seres incondicionales que me brindaron su apoyo y me recordaron lo alto que podemos volar. Ustedes lo son todo para mí y les agradeceré siempre.

Y sin duda a la Facultad de Postgrados y a todos los docentes que de corazón le agradeceré cada día en mi paso por el programa de Especialización en Gerencia, ustedes han dejado una huella imborrable en mi camino de aprendizaje.

María Fernanda Montejo Quiceno

Son muchas las personas a las que debo este logro, pero primero quiero darle las gracias a Dios por siempre mostrarme el camino, a mis padres Diego Romero León y Ligia Raquel Fandiño por su apoyo incondicional sin ellos todo esto no sería posible, a mis hermanos por su compañía y paciencia durante este periodo importante en mi vida

A la empresa de acueducto y alcantarillado de Bogotá quien me ha dado la oportunidad de crecer personal y profesionalmente. Y a todas las personas que de alguna forma me acompañaron en este camino, a los docentes y a la universidad por los conocimientos brindados.

Rafael Andrés Romero Fandiño

DEDICATORIA

Dedicado a mis padres por permitir que nuestra empresa familiar fuera la musa de inspiración de este trabajo y permitirnos entrar en ella e iniciar este proceso de aprendizaje y de crecimiento invaluable.

Con todo el amor por ser pacientes y creer en mí, por ser mi gran ejemplo de vida.

RESUMEN

En el siguiente proyecto se realizó un análisis a la empresa de antenas DIMAWILL en donde el objetivo principal es establecer un plan de mejoramiento con el fin de mejorar su funcionamiento.

El documento se divide en varios capítulos en donde en la primera parte encontramos la justificación y la problemática de la empresa, el siguiente capítulo está el marco teórico el cual nos habla de la historia de la estrategia a aplicar, el cual es justo a tiempo y nos brinda la información de las antenas fabricadas y distribuidas por la empresa, más adelante está el marco jurídico, se habla de las normas y las leyes que rigen a la compañía, posteriormente está la metodología a aplicar en la compañía

En los últimos encontramos el diagnóstico que se realizó por medio de las matrices MEFI, MEFE y FODA y la estrategia a ejecutar en la empresa, como conclusión del análisis realizado, se determinó que la empresa puede mejorar en varios aspectos teniendo en cuenta las fortalezas establecidas en la compañía.

Palabras Clave: Empresa, Estrategia, FODA, Justo a Tiempo, MEFE, MEFI, Plan de mejoramiento,

ABSTRACT

In the following project an analysis was made to the company of DIMAWILL antennas where the main objective is to establish an improvement plan in order to improve its operation.

The document is divided into several chapters where in the first part we find the justification and the problem of the company, the next chapter is the theoretical framework which tells us about the history of the strategy to be applied, which is just in time and it gives us the information of the antennas manufactured and distributed by the company, later this is the legal framework, we speak of the rules and laws that govern the company, later this is the methodology to apply in the company

In the latter we find the diagnosis that was made through the matrix MEFI, MEFE and FODA and the strategy to be implemented in the company, as a conclusion of the analysis, it was determined that the company can improve in several aspects taking into account the established strengths in the company.

KeyWords: Company, FODA, Improvement Plan, Just in Time, MEFE, MEFI, Strategy,

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	4
JUSTIFICACIÓN	6
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
ANTECEDENTES.....	8
OBJETIVOS.....	9
OBJETIVO GENERAL.....	9
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
MARCO TEÓRICO	10
JUST IN TIME	11
ANTENA “DIMAWILL”	11
MARCO JURÍDICO	14
METODOLOGÍA.....	16
DESARROLLO FORTALECIMIENTO ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA	
FÁBRICA DE ANTENAS “DIMAWILL”	18
DIAGNOSTICO ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA FÁBRICA DE ANTENAS “DIMAWILL”	18
ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS QUE FORTALEZCAN A LA FÁBRICA DE ANTENAS “DIMAWILL”	22
ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS DE LA FÁBRICA DE ANTENAS “DIMAWILL”	23
CONCLUSIONES.....	25
RECOMENDACIONES	26
BIBLIOGRAFÍA.....	27

INDICE DE IMÁGENES

GRÁFICAS 1 ANTENAS MULTIBANDA DE CUATRO.....	12
--	----

INDICE DE TABLAS

TABLA 1: ANTECEDENTES NACIONALES	8
TABLA 2: ANTECEDENTES INTERNACIONAL	9
TABLA 3: MATRIZ DE EVALUACIÓN MEFI.....	19
TABLA 4: MATRIZ DE EVALUACIÓN MEFE.....	20
TABLA 5: MATRIZ DOFA.....	21
TABLA 6: ORGANIGRAMA.....	22

INTRODUCCIÓN

Mediante este trabajo, se llevará a cabo un plan de mejoramiento para la Fábrica de antenas “DIMAWILL” dedicada y especializada en la creación de antenas aéreas de televisión en el mercado local y nacional, ubicada en la ciudad de Bogotá D.C. con más de 10 años de experiencia.

Las antenas están diseñadas para cobertura en sitios remotos donde no es posible tener acceso a la televisión por cable o televisión de alta definición, permitiendo acceso a los canales autorizados por la Autoridad Nacional de Televisión - ANTV – antigua Comisión Nacional de Televisión.

La empresa nació de una iniciativa familiar en julio del año 2006 gracias a una necesidad que se vio en el sector del barrio La Aurora donde la empresa TELMEX ofrecía planes de bajo costo y por la suscripción tendrían los tres primeros meses sin costo.

Infortunadamente las personas que adquirieron el plan no lograban cumplir con la obligación de pago, por esta razón, se realizó un estudio de cómo se podía crear una antena que cumpliera con las especificaciones que permitieran emitir señal y lograr ser únicos en el mercado con un producto que ya no era de uso común.

De una manera empírica, “DIMAWILL” ha incursionado en este mercado, permitiendo que las ciudades, municipios, veredas y corregimientos de Colombia, tengan la posibilidad de acceder al servicio, por tal motivo, la televisión vía satélite se ha convertido en una importante solución a este servicio público de competencia nacional.

Durante estos 11 años, la empresa ha venido funcionando sin ningún orden administrativo, ya que siempre se ha manejado en cabeza de su Representante Legal, quien se encarga de las actividades financieras y comerciales, dos empleados que cumplen funciones operativas que van desde el alistamiento de materiales hasta la entrega del producto final.

Sin duda, esta empresa ha marcado la diferencia en el mercado, gracias al emprendimiento que ha tenido para mantener en el mercado un producto, que para algunos es un objeto obsoleto, pero se ha mantenido vigente, ya que siguen creando un producto para esas zonas alejadas que no pueden acceder a uno de los servicios más usados por la humanidad: la televisión.

En el fortalecimiento de la empresa, se van a llevar a cabo dos capítulos, en el primero vamos a desarrollar un diagnostico dirigido al área administrativa de la Fábrica de Antenas “DIMAWILL” haciendo uso de las matrices MEFE y MEFI, herramientas que van a alimentar la matriz FODA de la empresa y su área administrativa. El segundo iniciamos a realizar la implementación de la herramienta gerencial JUST IN TIME para iniciar la ejecución de estrategias y planeación estratégica para el fortalecimiento del área administrativa.

Los resultados obtenidos nos dan a conocer las debilidades que se encuentran en la organización, ya que se identificaron cada uno de los factores del área administrativa y en uso de la herramienta gerencial planteada de la mano de la planeación estratégica, dan viabilidad para la mejora y como lograr fortalecer de manera efectiva el área de estudio de este trabajo, permitiendo proyectar estrategias que logren el fortalecimiento deseado.

JUSTIFICACIÓN

La importancia fundamental de este proyecto es realizar y solidificar la formalización de la Fábrica de Antenas “DIMAWILL”, por medio de estudio específico de la empresa, se identifica el potencial que tiene, no solo en su producto, sino que, durante estos años, han acreditado su producto como líder de venta directa en Bogotá D.C., y en la Costa Atlántica Colombiana.

El propósito es construir una estructura administrativa y organizacional permitiendo fortalecer su crecimiento en ventas, abriendo nuevos mercados en otros territorios del país.

En Colombia, el acceso a los operadores de cable en las ciudades es cada vez más amplio, ya que grandes empresas como CLARO, DIRECTV, UNE, ETB, MOVISTAR, entre otras, abarcan un porcentaje alto de cobertura, lo que ha opacado de manera significativa los lugares de difícil desplazamiento, esto ha permitido iniciar una oportunidad de negocio en esos destinos lejanos, además, de establecer nuevamente un mercado que se creía obsoleto por la llegada de las grandes empresas nombradas inicialmente.

Bajo estudio, se identificará la importancia y el impacto positivo que genera estas antenas en la población, ya que hay factores relevantes que permiten que esta oportunidad de negocio sea la puerta de apertura de la televisión.

Durante la investigación para validar el crecimiento oportuno y real de este negocio, se identifica factores técnicos como lo son ubicación, distancia, anchos de banda, frecuencias de transmisión/recepción, distorsión, forma de ondas, modulación y otros componentes que permitirán generar productos de calidad, efectivo y de bajo costo.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente en Colombia las empresas pymes tienen un crecimiento sostenido, la mayoría de estas empresas son familiares, y en su mayoría son empresas empíricas, por lo tanto, no tienen una estructura organizacional.

La falta de planeación de las empresas pymes hacen que no tengan un plan, en cuanto a la organización este tipo de empresas no manejan una estructura organizacional donde se definan las funciones lo que en ocasiones ocasiona una ruptura interna dentro de la empresa.

Aunque, también hay empresas que siguen perdurando sin tener la estructura correspondiente, pero con el desarrollo de la misma, permitirá que algunas puedan surgir y explotar al máximo el potencial tanto de producto como de su personal para su crecimiento y fortalecimiento organizacional.

ANTECEDENTES

Tabla 1: ANTECEDENTES NACIONALES

TÍTULO	ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DE SERVICIO DE MANTENIMIENTO PARA BANDAS	AÑO	CIUDAD
AUTOR	MARIA GUADALUPE SANTOYO NAMBO	2015	LA PAZ, BAJA CALIFORNIA SUR, MEXICO
UNIVERSIDAD	Realizar un diagnóstico que permita posicionar el estado actual de la empresa frente al problema a enfrentar. Desarrollar el modelo de posicionamiento estratégico en donde se tendrán en cuenta los factores internos y externos.		
OBJETIVOS	Diseñar un plan estratégico para FEYCO S.A DE C.V, que permita a la administración de la compañía, definir ventajas competitivas mediante una visión más clara del entorno. Realizar un análisis de la situación actual de la empresa. Diseñar las estrategias adecuadas a las necesidades de la organización.		
RESUMEN	El principal problema que enfrenta la FEYCO S.A DE C.V, es la falta de una planeación estratégica que le permita tener una presentación final establecida por todos los procesos de fabricación en serie considerando una serie de pasos necesarios por el fabricante al referir la fabricación en serie es de manera empírica, sino de manera establecida administrativamente. La situación que origino el tema de este proyecto, es señalar que si bien el empirismo es bueno, no es suficiente, y tanto las pequeñas como grandes empresas, necesitan tener una planeación estratégica, que les permita como organización saber la posición que tiene ahora y la que desean en un futuro, a fin de poder influir y ejercer control de su propio destino de una manera planeada.		
METODO DE INVESTIGACION	Si bien la segmentación de mercado permite saber el punto de partida de penetración de mercado, falta considerar otras variables como participación en el mercado por segmento de cliente, estrategias de penetración para otras regionales, análisis de la competencia y argumentos de valor agregado, entre otros puntos. Para ello se sugiere elaborar a futuro un estudio de mercado mediante el benchmarking.		
CONCLUSION	Es ampliamente recomendable que se tome muy en cuenta la creación de los manuales administrativos que la organización requiere, así como considerar adoptar la cultura de hacer evaluación al desempeño con periodicidad, acompañado de incentivos que ayuden al trabajador a desarrollar actitudes y aptitudes de trabajo.		
FUENTE	(NAMBO, 2015)		

Tabla 2: ANTECEDENTES INTERNACIONAL

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Fortalecer administrativamente a la empresa fábrica de antenas “DIMAWILL”

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar administrativamente a la empresa fábrica de antenas “DIMAWILL”
- Formular estrategias administrativas que fortalezcan a la fábrica de antenas “DIMAWILL”

MARCO TEÓRICO

Un plan de fortalecimiento como su nombre lo indica es un conjunto de acciones y procedimientos requeridos que se realizan con el fin de realizar ajustes o estrategias de una organización en este caso de la empresa de antenas "DIMAWILL".

Empresa de antenas "DIMAWILL" se crea en el año 2010 con el fin de cubrir la demanda en fabricación, comercialización y ventas de antenas para todo tipo de tecnología analógica y digital, ya que en muchas partes rurales y urbanas de la ciudad de Bogotá y sus alrededores no cuenta con la recepción de la señal.

Una encuesta realizada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE, (2016) se encontró que el 93,0% de hogares manifestaron tener al menos un televisor ya sea convencional o LCD, plasma o LED, de ese 93,0% de hogares que tenían televisor, el 63,8% era a color convencional y el 46,2% era televisor LCD, plasma o LED, es una tendencia que va al alza cada año, si comparamos los resultados con el año 2015 observamos que el porcentaje es de 92.4% lo que incrementa en un 0.6% la cantidad de televisores en los hogares. (DANE, 2016)

La empresa de antenas "DIMAWILL", es una empresa empírica que iniciara su fortalecimiento basado en un modelo gerencial (Steven, 2008) conocido mundialmente como JUST IN TIME en español Justo a Tiempo, que bajo sus características es el indicado para su proceso.

JUST IN TIME

El Just In Time o Justo a Tiempo es un modelo gerencia creado en Japón por la compañía Toyota, surge en los años 70 por las debilidades y retrasos en la fabricación de diferentes accesorios (Arndt, 2005) Se basa en la reducción o eliminación de elementos innecesarios y en la calidad de los productos o servicios, por medio de un compromiso de los integrantes de la empresa así como una orientación de las tareas, dando lugar a menores costos, más calidad, mayor productividad, más satisfacción al cliente y mayores ventas entre otras cosas.

Los inventarios son reducidos, se mejora el control de calidad y fiabilidad del producto y se aprovechan mejor las capacidades del personal.

Durante los años ochenta empresarios de Estados Unidos realizaron estudios de los comportamientos de las empresas japonesas y su crecimiento, en su libro (Hay, 1989) habla de cómo las empresas estadounidenses tomaron el ejemplo de la Toyota y de otras compañías para lograr un éxito a mediano plazo también obteniendo calidad en sus productos.

El planteamiento para la utilización de la herramienta es utilizarla de manera que optimicemos al personal de la empresa, generando manuales de funciones que permita que nuestro producto tenga una salida más rápida a pesar de que ya tiene posicionamiento en el mercado.

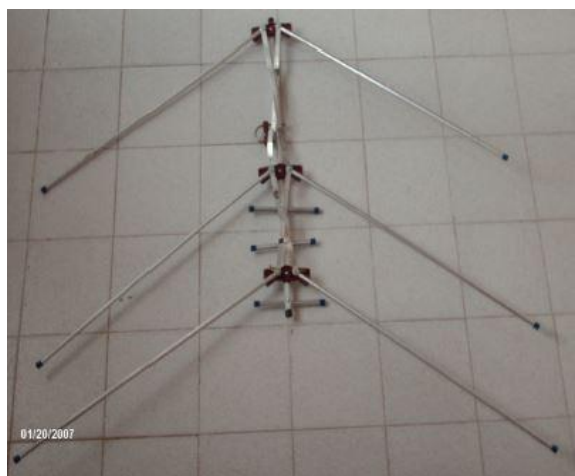
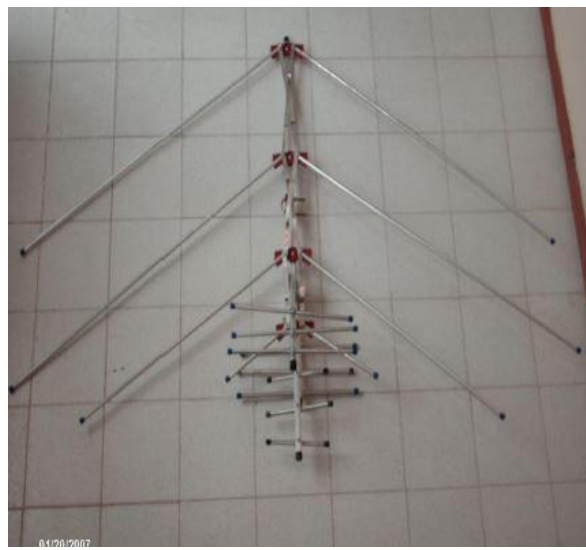
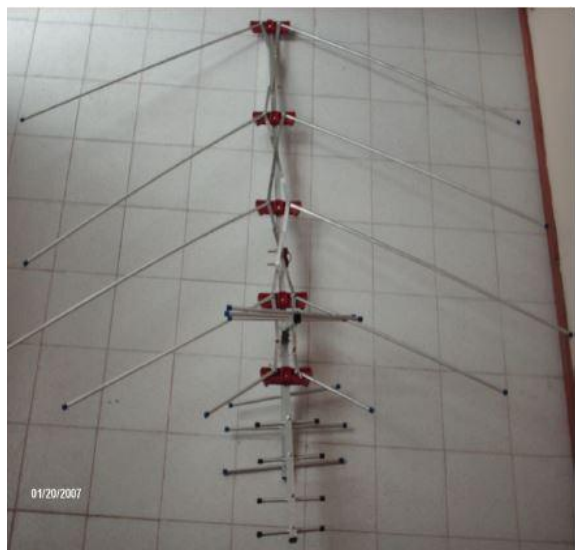
ANTENA “DIMAWILL”

Una antena es un dispositivo que es diseñado con el fin de emitir o recibir ondas electromagnéticas en el espacio libre. Una antena transmite y convierte voltajes en ondas electromagnéticas, y una antena receptora realiza la función inversa. Existe una gran diversidad

de tipos de antenas, dependiendo del uso a que van a ser destinadas; En el caso de la empresa de antenas “DIMAWILL” se especializa en varios tipos de antenas aéreas. (Huidobro, 2013)

Las antenas fabricadas por “DIMAWILL” están diseñadas para bandas de, UHF (Ultra High Frequency) las cuales van desde 300 MHz a 3 GHz, en este rango se encuentra el que es comúnmente utilizado para la transmisión de la señal televisión nacional, esta banda está comprendida entre 470Mhz y 862 MHz y es usada para la televisión TDT (Televisión Digital Terrestre). (Tomasi, 2003)

GRÁFICAS 1 ANTENAS MULTIBANDA DE CUATRO.



Fuente: Propia

Base de la planeación estrategia se toma como referencia para iniciar con un diagnóstico, hablaremos de la matriz MEFE y MEFI. MEFE (Matriz de evaluación de factores externos) y MEFI (Matriz de evaluación de factores internos) que su función es evaluar eficazmente las debilidades oportunidades, fortalezas y amenazas tanto internas como externas logrando un diagnóstico estratégico. Ya con el diagnostico, alimentamos con información asertiva la matriz FODA que será la base fundamentada en la planeación de las estrategias.

En el estudio, se debe desarrollar cada una de las herramientas nombradas, es de gran importancia hablar sobre la planeación estratégica y su definición, se define como el arte y la ciencia de formular, implantar y evaluar las decisiones a través de las funciones que permitan a una empresa lograr sus objetivos. Según esta definición, la dirección estratégica se centra en la integración de la gerencia, la mercadotecnia, las finanzas, la contabilidad, la producción, las operaciones, la investigación y desarrollo, y los sistemas de información por computadora para lograr el éxito de la empresa. (DAVID, 2003)

Es un término que es muy utilizado en el campo empresarial, ya que refiere básicamente a la creación y formulación de estrategias que, para llegar a este punto, es fundamental desarrollar las matrices mencionadas anteriormente.

MARCO JURÍDICO

La constitución política de Colombia, es su capítulo 2 correspondiente a DE LOS DERECHOS SOCIALES, ECONÓMICOS Y CULTURALES, encontramos un artículo fundamental para el proyecto que se lleva a cabo.

El Artículo 75 manifiesta: (Asamblea Nacional Constituyente , 1991) El espectro electromagnético es un bien público inajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado. Se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a su uso en los términos que fije la ley.

Para garantizar el pluralismo informativo y la competencia, el Estado intervendrá por mandato de la ley para evitar las prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético.”

Sin duda, el artículo indica que en nuestro país, todos tienen la posibilidad de acceder al uso del servicio de televisión, claramente, este servicio se encuentra regulado por una entidad autónoma de orden nacional, que en nuestro caso, es la Autoridad Nacional de Televisión – ANTV, que su objeto es ofrecer las herramientas para la ejecución de los planes y programas de la prestación del servicio público de televisión y ser el principal interlocutor con los usuarios y la opinión pública en relación con la difusión, protección y defensa de los intereses de los

televidentes como lo manifiestan en su presentación como entidad que a partir de la (LEY 1507, 2012) le dio paso a su creación.

Su misión es luchar contra la piratería, evitando que las personas hagan uso ilegal de usos no autorizados de las señales de otros operadores.

Es de gran importancia hacer énfasis en este punto, ya que los puntos directos de ataque en este momento sobre la piratería es la Contraprestaciones del Servicio de Televisión por Suscripción y la Televisión Comunitaria; los mencionados anteriormente, hacen parte de redes clandestinas que no solo tiene implicaciones económicas, sino penales.

Para la Fábrica de Antenas “DIMAWILL” bajo la normatividad nombrada, manifiesta la legalidad de su producto y los beneficios dando cumplimiento a la norma, generando uso debido de la señal garantizando a sus clientes que el producto que obtienen cumple con los términos fijados prestando el servicio público.

METODOLOGÍA

Durante este proceso, desarrollaremos un tipo de estudio descriptivo y tomamos como herramienta para establecer el estado real del área administrativa de la empresa, el uso de La Matriz De Evaluación Del Factor Interno (MEFI) y La Matriz De Evaluación Del Factor Externo (MEFE).

Estas matrices que nos permitirá detectar cada una de las fallas administrativas y gerenciales que nos ayudaran a alimentar la Matriz FODA, la cual da paso para identificar e iniciar a implementar estrategias de fortalecimiento y de complemento con el fin para la formalización de la empresa.

Desde que se inició el proceso para la debida organización de la empresa, se requiere generar una planeación estratégica, pero para llegar a este paso, se realizara un diagnóstico del estado general de la empresa para determinar los diferentes factores que dificultan la organización de la empresa.

Para entrar en contexto de que son las matrices MEFE y MEFI, nos trasladaremos a al libro “*Conceptos de la Administración Estratégica*” donde su autor, el Estadounidense *Fred R. David* identifica claramente los conceptos para llegar a los objetivos estratégicos de una empresa y lograr el posicionamiento y metas, realizando las debidas acciones que permitan ese resultado.

Ya entrando en materia, la MEFE permite a los estrategas resumir y evaluar la información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, legal, tecnológica y competitiva. (DAVID, 2003, pág. 110).

Es importante en este proceso nombrar absolutamente todas las amenazas y oportunidades, ya que la matriz tendrá información veraz para la detección y así determinar si la empresa responde efectivamente a resolver las amenazas y aprovechar las oportunidades o si de lo contrario no han sido respondidas de manera efectiva y positiva los factores evaluados.

Ahora bien, conoceremos el objetivo de la matriz MEFI, esta herramienta resume y evalúa las fortalezas y las debilidades principales en las áreas funcionales de una empresa, al igual que proporciona una base para identificar y evaluar las relaciones entre las áreas. (DAVID, 2003, pág. 149)

Para lograr el objetivo en las dos matrices, se debe realizar 5 pasos que corresponden a elaborar, asignar un valor a cada factor, asignar una clasificación de uno a cuatro de cada factor (internos y externos), multiplicar el valor de cada factor por su clasificación y sumar los valores ponderados.

Esta auditoría interna es fundamental para evaluar las fortalezas y las debilidades de la empresa, que igual que la MEFE, se deben clarificar el nivel de importancia y relevancia que la empresa está 100% enfocada en aprovechar las fortalezas que tienen y mitigar las debilidades o en que se debe robustecer para que estas estrategias sean vitales en el desarrollo empresarial.

DESARROLLO FORTALECIMIENTO ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA FÁBRICA DE ANTENAS “DIMAWILL”

El fortalecimiento que se va a desarrollar va dirigido al área administrativa de la Fábrica de Antenas “DIMAWILL” con el fin de optimizar los recursos internos y externos que permitirán una evolución significativa en la empresa, se desarrollará partiendo del uso de las matrices MEFE, MEFI y FODA para llegar al diagnóstico, que será el punto de partida de las estrategias que se propondrán para su desarrollo y aplicación en la empresa.

DIAGNOSTICO ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA FÁBRICA DE ANTENAS “DIMAWILL”

Iniciando con la matriz de factores internos, indicamos las fortalezas y debilidades relevantes para la Fábrica de Antenas “DIMAWILL”, validando la clasificación, se identifica la excelencia en la calidad del producto, experiencia en el mercado y la maquinaria para su respectiva elaboración que permiten establecer la posición de nuestro objeto social.

Por otra parte, se identifican las debilidades que, de primer impacto, se detecta la falta del organigrama de la empresa y la falta de uso de medios publicitarios ya sean físicos o tecnológicos que resta puntos a diferencia del mercado.

Como se evidencia en el siguiente cuadro donde las ponderaciones nombradas anteriormente, da un resultado el valor de 2.64, que son valores ponderables promedio, indicando que, aunque revelan que la empresa conoce claramente sus fortalezas y debilidades, no ha

trabajado lo necesario para iniciar cambios inmediatos, pero se debe priorizar dar las debilidades con la calificación más relevante.

TABLA 3: MATRIZ DE EVALUACIÓN MEFI

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS		PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PRODUCTO
0.56	FORTALEZAS			
F1	Calidad del producto	0.19	4	0.76
F2	Reconocimiento de la marca	0.09	3	0.27
F3	Experiencia en el mercado	0.10	4	0.40
F4	Personal capacitado	0.09	3	0.27
F5	Maquinaria calificada	0.09	4	0.36
0.44	DEBILIDADES			
D1	No hay un organigrama claro de la empresa	0.15	1	0.15
D2	Ausencia publicitaria	0.06	2	0.12
D3	No comercialización por internet	0.07	1	0.07
D4	Extensión TDT	0.08	1	0.08
D5	Plan de desarrollo desactualizado	0.08	2	0.16
		1.00		2.64

Fuente: Propia resultado de la entrevista a la Gerente General de la Fábrica de Antenas “DIMAWILL”

Siguiendo con el diagnostico, la matriz de factores externos, donde se reflejan claramente las oportunidades que tenemos en beneficio de la empresa y las amenazas que el mercado nos presenta diariamente, identificando que una gran oportunidad se ve reflejada en el nuevo mercado a explorar, al igual que dar provecho de las oportunidades a nivel nacional para las pyme a nivel nacional, pero sin duda la gran amenaza que ataca a la empresa, es la falta de organización administrativa (organigrama) que afecta radicalmente en la planeación estratégica que cada compañía debe generar para alcanzar los objetivos y metas específicas.

TABLA 4: MATRIZ DE EVALUACIÓN MEFE

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS		PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PRODUCTO
0.59	OPORTUNIDADES			
O1	Expansión del mercado en ciudades remotas del país	0.20	3	0.60
O2	Creación de nuevas antenas	0.07	3	0.21
O3	Apoyo de banca a pymes	0.10	3	0.30
O4	Ventas por internet	0.07	1	0.07
O5	Estabilidad con los proveedores	0.15	4	0.60
0.41	AMENAZAS			
A1	Desconocimiento de la competencia	0.10	1	0.10
A2	Falta de organigrama de la empresa	0.20	2	0.40
A3	Descenso de la demanda	0.05	2	0.10
A4	Aumento de precios de las materias primas	0.03	3	0.09
A5	Alta demora en pago de los clientes	0.03	3	0.09
		1.00		2.56

Fuente: Propia resultado de la entrevista a la Gerente General de la Fábrica de Antenas “DIMAWILL”

Validando las ponderaciones estamos en un porcentaje de 2.56, claramente estamos pasando el promedio por muy poco, pero junto con el resultado de la MEFI podemos iniciar a construir la matriz FODA que será el punto de partida para lograr iniciar las estrategias acompañadas de la herramienta gerencial que se decidió para la fábrica.

TABLA 5: MATRIZ DOFA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Calidad del producto	Expansión del mercado en ciudades remotas del país
Reconocimiento de la marca	Creación de nuevas antenas
Experiencia en el mercado	Apoyo de banca a pymes
Personal capacitado	Ventas por internet
Maquinaria calificada	Estabilidad con los proveedores
DEBILIDADES	AMENAZAS
No hay un organigrama claro de la empresa	Desconocimiento de la competencia
Ausencia publicitaria	Falta de organigrama de la empresa
No comercialización por internet	Descenso de la demanda
Extensión TDT	Aumento de precios de las materias primas
Plan de desarrollo desactualizado	Alta demora en pago de los clientes

Fuente: Propia

Profundizando los hallazgos encontrados, podemos encontrar que lo que el área requiere es una planeación estratégica que es el inicio de la formulación de las estrategias, ya que al tener el diagnóstico identificado la creación de estrategias opcionales y la elección de las específicas que vamos a seguir. Logrando lo anteriormente mencionado, se pueden solucionar con implementación de la estructuración de la empresa, porque identificamos que los resultados de los diagnósticos son de enfoque y determinar el personal de desarrollo generando compromiso al cambio y lo más importante, generando sentido de pertenencia a la empresa.

ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS QUE FORTALEZCAN A LA FÁBRICA DE ANTENAS “DIMAWILL”

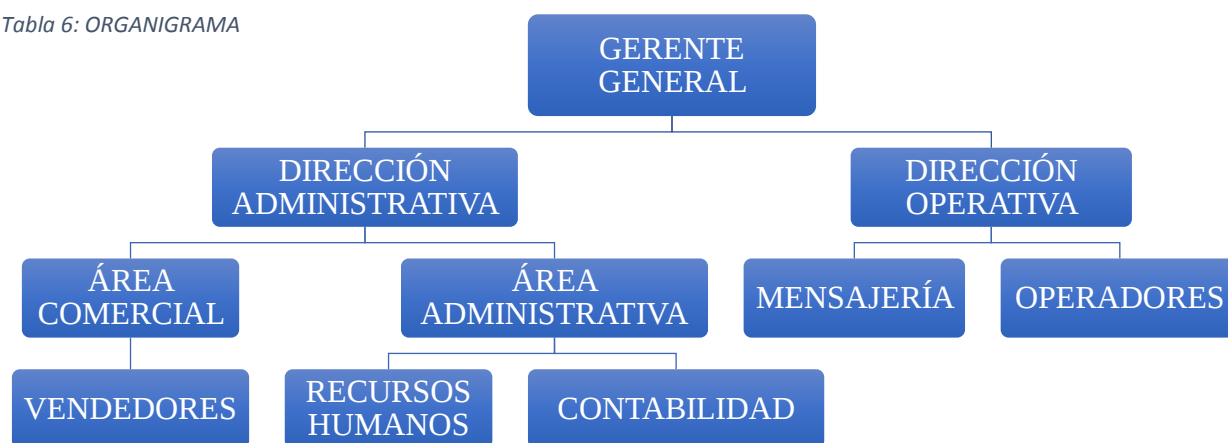
Se parte de la premisa que esta herramienta ha sido creada, no solo para reducción de costos, sino para la optimización de personal y de los recursos que se tienen en la empresa para llegar a la planeación estratégica requerida, porque contamos con los elementos que necesitamos, las cantidades que necesitamos en el momento que lo necesitamos.

Para iniciar vamos a tomar la metodología planteada en la herramienta gerencial que corresponde a cómo poner el proceso en marcha, ya identificamos cuales son los factores a mejorar que se desarrollaran un cambio de actitud, donde se realice inicialmente la organización administrativa requerida.

Ahora vamos a la segunda fase que es donde nos enfocaremos en mentalizar la empresa al cambio, teniendo en cuenta que el personal es poco, pero que bajo planeación pueden cumplir las funciones de manera organizada.

En la tercera fase, vamos a iniciar la mejora de los procesos, es decir, se inicia la organización desde la gerencia hasta la producción de la siguiente manera:

Tabla 6: ORGANIGRAMA



Fuente: Propia

Bajo esta planeación se verá reflejado en los resultados de la empresa a corto plazo, teniendo en cuenta su posicionamiento en el mercado.

En la cuarta fase se auditará si utilizando el método JIT ha sido efectivo en la empresa y si ha logrado las expectativas de mejora administrativa.

Finalizando con la quinta fase, lograremos ver los cambios positivos para los clientes y los proveedores, que nivelan fácilmente nuestra mejora en los procesos, al igual los proveedores.

Teniendo en cuenta que para que su aplicación sea efectiva, se debe establecer en la planeación estratégica del desarrollo estableciendo esta herramienta.

ESTRATEGIAS ADMINISTRATIVAS DE LA FÁBRICA DE ANTENAS “DIMAWILL”

Las estrategias que se van a presentar, se están realizando bajo los resultados de los diagnósticos que nos manifestaron el panorama real y se empezará a desarrollar para dar cumplimiento en el proceso con los lineamientos presentados anteriormente con la herramienta gerencial de Just In Time:

- Iniciar creación de cargos y perfiles claros para el desarrollo de las actividades tanto administrativas como operativas.
- Realizar el organigrama de la empresa claro y conciso para identificar la línea de dirección de la empresa.
- Realizar inventario de las materias primas y de producto final para iniciar a crear una línea de abastecimiento.

- Concientizar a los directivos de la empresa la importancia del desarrollo de las actividades correspondientes a la planeación estratégica de la fábrica, para que tenga un fortalecimiento real, aunque legalmente se encuentre constituida, pueda crecer más en el mercado que se encuentra.
- Crear nuevas antenas para seguir llegando al mercado que se encuentra en ciudades remotas del país.
- Creación de un portal web, presentando el portafolio de la fábrica de antenas “DIMAWILL”, facilitando la opción de compra en línea del producto.
- Iniciar campañas de mercadeo para comercialización del producto (Brochure, sala de ventas directa showroom, ferias comerciales y ofrecimiento a almacenes de cadena.)

CONCLUSIONES

Los resultados del análisis y evaluación de las matrices desarrolladas en uno de los objetivos como método de diagnóstico, nos lleva a la creación del organigrama de la empresa, que permitirá el sentido de pertenencia en sus empleados y por supuesto, se evidenciará el compromiso de sus directivos en las acciones mencionadas para que el cambio y crecimiento de la organización.

La creación de perfiles y roles son fundamentales para que cada uno de sus empleados tenga claro sus funciones y así sacarlos de la zona de confort y emprender la tarea de darles a conocer todos los cambios que se reflejaran en los resultados de sus funciones.

El uso de plataformas tecnológicas hace parte del proceso de fortalecimiento y por tal razón se creará página web para dar a conocer la empresa y será una nueva oportunidad para ser reconocida en nuevos mercados.

La fábrica se encuentra en la capacidad de desarrollar al 100% con el plan de fortalecimiento, con aceptación de cambio y cambios en la cultura organizacional. Sin duda, este

fortalecimiento permitirá crecimiento en todas las unidades de trabajo y sentido de pertenencia de sus empleados a la empresa, de esa manera la fábrica no solo lograra seguir en el mercado, sino que permitirá que su mercado siga expandiéndose a nivel nacional.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que la empresa ejecute la estrategia planteada JIT, con el fin de mejorar rendimientos administrativos y operativos bajo una planeación estratégica.

La creación de un portal web en donde se muestre el portafolio de productos que ofrece la empresa.

La empresa debe crear un manual de funciones en el cual se definan las actividades de cada miembro de la organización, con el fin de mejorar el rendimiento de la compañía.

Establecer un plan de gestión ambiental con los residuos de la materia prima usados en la construcción de antenas

Es importante que la empresa realice medición y proyección en sus ventas por medio indicadores con ello se pretende identificar amenazas o debilidades en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- Arndt, P. (2005). *Just in Time: El sistema de producción Justo a Tiempo*. GRIN .
- Asamblea Nacional Constituyente . (4 de julio de 1991). Constitución Política de Colombia. *Artículo 75*.
- Catalina, J. (06 de Marzo de 2012). *Wikilibro*. Obtenido de http://www.eoi.es/wiki/index.php/La_t%C3%A9cnica_del_Benchmarking_en_Finanzas
- DANE. (16 de 03 de 2016). *DANE*. Obtenido de dane.gov.co: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/salud/calidad-de-vida-ecv/encuesta-nacional-de-calidad-de-vida-ecv-2016>
- DAVID, F. R. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica* (9 ed.). Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.
- Hay, E. (1989). *justo a tiempo: la técnica japonesa que genera mayor ventaja competitiva*. NORMA.
- HERRERA, Y. A. (2015). *ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE*. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/7804/1/ZarateHerreraYheisonAlexander2016.pdf>
- Huidobro, J. M. (2013). Antenas de Telecomunicaciones. *Revista Digital Acta* , 1.
- LEY 1507. (10 de 01 de 2012). *TITULO 11 DE LA AUTORIDAD NACIONAL DE LA TELEVISION*. COLOMBIA.
- NAMBO, M. G. (2015). *PLAN ESTRATEGICO PARA FEYCO S.A. DE C.V.* Obtenido de <http://posgrado.itlp.edu.mx/uploads/archivos/562e66d2991f3.pdf>
- ortiz, n. r. (1999). Análisis y mejoramiento de los procesos de la empresa. 147.
- Steven, F. (22 de JULIO de 2008). *Modelos Gerenciales y tecnicas modernas*. Obtenido de <http://modelosgerencialestecnicasmodernas.blogspot.com.co/>
- Tomasi, W. (2003). *Sistemas de Comunicaciones Electrónicas*. Mexico: Pearson Educación .