



**PLANEACIÓN ESTRATÉGICA CORPORATIVA EN EL EMPRENDIMIENTO
SALIME UBICADO EN SAN JOSE DE PARE EN EL 2026**

Modalidad: Emprendimiento

LEIDY CAROLINA ABRIL QUINTERO
CC 1.057.488.011

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIOECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL
VÉLEZ, SANTANDER**

12 de junio de 2026



**PLANEACIÓN ESTRATÉGICA CORPORATIVA EN EL EMPRENDIMIENTO
SALIME UBICADO EN SAN JOSE DE PARE EN EL 2026**

Modalidad: Emprendimiento

LEIDY CAROLINA ABRIL QUINTERO

CC 1.057.488.011

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE
TECNÓLOGO DE GESTIÓN EMPRESARIAL

DIRECTOR

CÉSAR AUGUSTO DIAZ DIAZ

Grupo de investigación – GIDEVEL

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIOECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL
VÉLEZ, SANTANDER**

12 de junio de 2026

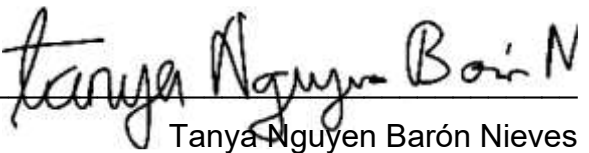
F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO
DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 2.0

Nota de Aceptación

Aprobado el cumplimiento de los requisitos exigidos por las Unidades Tecnológicas de Santander, para optar por el título de Tecnólogo en Gestión Empresarial, según el Acta de Comité de trabajo de grado No. 08 de 2026 del día 12 de Junio de 2026.
Evaluador Tanya Nguyen Barón Nieves



Tanya Nguyen Barón Nieves

Firma del Evaluador



César Augusto Díaz Díaz

Firma del Director

DEDICATORIA

Este trabajo es dedicado principalmente a mi madre por apoyarme siempre en todo, acompañándome en todo este proceso; a mi familia por animarme a seguir adelante y a todos los docentes que hicieron parte de este proceso de conocimiento, gracias por su dedicación, por tomarse el tiempo cuando algo se nos dificultaba; por último, dedicarlo al profe cesar por su paciencia con este proyecto y por todas sus enseñanzas durante los semestres en que nos brindó sus conocimientos para formar los mejores profesionales.

AGRADECIMIENTOS

Agradecida con la señora Mercy por abrirnos las puertas de su empresa y brindarnos toda la información para el desarrollo de este proyecto, gracias por brindarnos los espacios para realizar la entrevista con los clientes y hacer la charla con los empleados. Agradecer a la universidad por todo el apoyo, por los conocimientos que nos brindaron gracias por permitirme culminar esta etapa de mi vida.

Tabla de contenido

<u>RESUMEN EJECUTIVO.....</u>	<u>11</u>
<u>INTRODUCCIÓN.....</u>	<u>13</u>
<u>1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....</u>	<u>15</u>
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	18
1.3. OBJETIVOS.....	20
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	20
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	20
<u>2. MARCO REFERENCIAL.....</u>	<u>22</u>
2.1. MARCO CONCEPTUAL.....	22
2.2. ESTADO DEL ARTE.....	25
2.3. MARCO TEÓRICO.....	26
2.4. MARCO LEGAL.....	28
2.5. MARCO CONTEXTUAL.....	30
<u>3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....</u>	<u>33</u>
3.1. TIPO Y ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN.....	33
3.1.1. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	34
3.1.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	34
3.1.3. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS.....	35
3.1.4. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN.....	36
<u>4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO.....</u>	<u>37</u>

4.1. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ORGANIZACIÓN	37
4.2. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO (ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO).....	38
4.2.1. ANÁLISIS INTERNO	38
4.2.2. ANÁLISIS EXTERNO	38
4.3. MATRIZ DOFA Y MATRIZ TOWS	40
4.3.1. ANÁLISIS MATRIZ DOFA.....	40
4.3.2. ANÁLISIS MATRIZ TOWS	42
<u>5. MARCO ESTRATÉGICO EMPRESA SALIME</u>	<u>43</u>
5.1. MISIÓN:	43
5.2. VISIÓN:.....	44
5.3. VALORES CORPORATIVOS	44
5.4. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	44
<u>6. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA EMPRESA SALIME.....</u>	<u>45</u>
6.1. ESTRATEGIAS CORPORATIVAS	45
6.2. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS.....	45
6.3. ESTRATEGIAS FUNCIONALES	45
<u>7. PLAN DE ACCIÓN EMPRESA SALIME.....</u>	<u>46</u>
7.1. PROGRAMAS Y PROYECTOS ESTRATÉGICOS	46
7.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	48
7.2.1. DEFINICIÓN DE CARGOS:.....	48
7.3. GESTIÓN DEL CAMBIO	53
7.3.1. FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS.....	54
<u>8. SISTEMA DE CONTROL Y EVALUACIÓN</u>	<u>55</u>
8.1. INDICADORES DE DESEMPEÑO (KPI).....	55
8.2. EVALUACIÓN Y RETROALIMENTACIÓN.....	57

9.	<u>PROYECCIÓN ESTRATÉGICA O ESCENARIOS FUTUROS</u>	<u>58</u>
10.	<u>ANÁLISIS DE RESULTADOS</u>	<u>59</u>
10.1.	<u>OBJETIVOS A FUTURO</u>	<u>60</u>
11.	<u>RESULTADOS.....</u>	<u>60</u>
12.	<u>CONCLUSIONES.....</u>	<u>63</u>
13.	<u>RECOMENDACIONES</u>	<u>65</u>
14.	<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	<u>69</u>
	<u>ANEXOS</u>	<u>71</u>

LISTA DE IMÁGENES

Figura 1 Matriz DOFA empresa salime	41
Figura 2.Matriz TOWS empresa Salime	442
Figura 3.PROTOTIPO DE REDES SOCIALES	468
Figura 4Crecimiento de ventas después de la implementación estratégica.....	557

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO
DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 2.0

Figura 5. grafica 1 encuesta.....	73
Figura 6. grafica 2 encuesta.....	74
Figura 7 Grafica 3.....	75
Figura 8. Grafica 4.....	75
Figura 9. Grafica 5.....	76

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: identificación de cargos Nivel Directivo	48
Tabla 2:Identificación de cargos Nivel Táctico	49
Tabla 3: identificación de cargo en el Nivel Operativo	50
Tabla 4: identificación de cargo Nivel Operativo	51
Tabla 5.COMPARACIÓN EMPRESA SALIME	58

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto fue realizado en una pequeña empresa llamada Salime, ubicada en municipio de San Jose de Pare, Boyacá, con el objetivo de mejorar su organización interna y eficiencia productiva para facilitar su legalización y crecimiento sostenible.

La empresa Salime carecía de una estructura organizacional formal y bases legales adecuadas, lo que limitaba su capacidad para operar eficientemente y cumplir con los pedidos en tiempo y forma, afectando la satisfacción de los clientes.

Para abordar esta situación, se realizó un diagnóstico organizacional mediante las matrices DOFA y TOWS, herramientas que permitieron identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del entorno interno y externo de la empresa. A partir de este análisis, se diseñó e implementó una planeación estratégica corporativa que incluyó la formulación de misión, visión, objetivos estratégicos a mediano plazo y una estructura organizacional con funciones y cargos definidos. Asimismo, se establecieron estrategias orientadas a optimizar los procesos productivos y administrativos.

Los resultados obtenidos evidenciaron mejoras significativas en el desempeño de la empresa. Después de la implementación de las estrategias propuestas, se registró un incremento del 30 % en la eficiencia de producción y una reducción del 25 % en los tiempos de entrega. De igual manera, el cumplimiento oportuno de los

pedidos alcanzó el 95 %, lo que generó un aumento considerable en la satisfacción del cliente y fortaleció el proceso de consolidación y formalización empresarial.

En conclusión, la implementación de una planeación estratégica y de una estructura organizacional formal permitió mejorar la capacidad operativa de la empresa, optimizar sus procesos internos y fortalecer su competitividad, sentando bases sólidas para su sostenibilidad y crecimiento futuro.

PALABRAS CLAVE. Planeación, estrategias, clientes, innovación, crecimiento.

INTRODUCCIÓN

En este proyecto se analizará una planeación estratégica corporativa que permita la identificación del proceso de definición de la misión y la visión en la empresa Salime dedicada a la fabricación de lencería de cocina ayudando a buscar una organización y desarrollo de estrategias para alcanzar e identificar las oportunidades y amenazas para que sus recursos se asignen de manera efectiva.

Salime es una pequeña empresa ubicada en el municipio de san José de pare Boyacá dedicada a la fabricación de lencería de cocina (manteles, delantales, mangas, entre otros) una de las mayores dificultades de la empresa es determinar las oportunidades y amenazas enfrentándose así a desafíos que puedan complicar la complejidad del entorno de los cambios de mercado.

Por lo tanto, el objetivo de este proyecto es alcanzar sus objetivos a largo plazo de manera efectiva y determinar un análisis dofa donde nos determine una misión clara basada en una planeación estratégica.

Esta planeación nos permitirá hacer una asignación de cargos que nos permitirá una mejor eficiencia en la producción, con esta asignación los trabajadores tendrán más

ganancia y motivación a seguir trabajando, sacar más producción los clientes también quedarán más satisfechos por ende la empresa tendrá un aumento de ventas.

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El emprendimiento Salime, dedicado a la elaboración de manteles, delantales, juegos de mesa y mangas, ha presentado un crecimiento significativo en sus ventas durante los últimos años. Sin embargo, dicho crecimiento no ha estado acompañado de una planeación estratégica corporativa que permita organizar adecuadamente los procesos administrativos y productivos. Esta situación ha generado dificultades en la coordinación de actividades, retrasos en la entrega de pedidos, deficiencias en la distribución de funciones y afectaciones en la calidad de los productos.

La planeación estratégica permite a las organizaciones definir objetivos, coordinar recursos y orientar las acciones empresariales hacia el logro de resultados sostenibles. Según Ochoa Quirola, Loaiza Massuh y Huacon Cruz (2022), (Ochoa Quirola, Loaiza Massuh, & Huacon Cruz, 2022) toda organización debe fundamentarse en estrategias que favorezcan su evolución y desempeño a largo plazo. Asimismo, la productividad se relaciona con la capacidad de optimizar recursos y aumentar la eficiencia en los procesos productivos, permitiendo generar mayor valor en menor tiempo.

La ausencia de una planeación estratégica también impacta el desempeño de los colaboradores, debido a que no existen perfiles de cargo claramente definidos ni

procesos estandarizados que orienten las funciones de cada trabajador. Esto limita la eficiencia operativa y dificulta el cumplimiento oportuno de los pedidos.

Actualmente, Salime carece de una estructura organizacional formal y de lineamientos estratégicos definidos, lo que ocasiona desorganización en las actividades laborales y dificultades en la asignación de responsabilidades. Como consecuencia, algunos productos presentan sobreproducción mientras otros no logran satisfacer la demanda requerida, afectando la rentabilidad y el aprovechamiento de oportunidades comerciales. Además, los retrasos en las entregas disminuyen la satisfacción del cliente y afectan la competitividad del emprendimiento. En este sentido, Goddyn (2021) (Goddyn, 2021) señala que las demoras o incumplimientos en los envíos incrementan la probabilidad de pérdida de clientes y reducen la fidelización.

El emprendimiento Salime ha experimentado un aumento en sus ventas que ha superado su capacidad organizativa. Al carecer de una planeación y una productividad, la empresa enfrenta desorganización en sus procesos y pérdida de oportunidades comerciales. Esta falta de estructura impide que el crecimiento se traduzca en rentabilidad sostenible, afectando la calidad y los tiempos de entrega.

Los retrasos o la falta de entregas impactan significativamente la capacidad de una empresa para retener clientes, ya que aquellos con una mala experiencia de entrega son mucho más propensos a buscar otras opciones. Por lo tanto, si un envío no se recibe, podría ser la última transacción del cliente (Goddyn, 2021).

Por lo anterior, surge la siguiente pregunta de investigación:

¿De qué manera la implementación de una planeación estratégica corporativa influye en la productividad del emprendimiento Salime, medida a través de indicadores como tiempos de entrega, eficiencia operativa, tasa de errores en producción y satisfacción del cliente durante el periodo de estudio?

Este planteamiento permite delimitar de forma clara las variables de investigación y establecer indicadores medibles que facilitan el análisis de los resultados obtenidos.

1.2. JUSTIFICACIÓN

El emprendimiento Salime requiere implementar una planeación estratégica corporativa, en la que se describa la misión, visión, objetivos, perfiles de trabajo para que el emprendimiento tenga una dirección clara y así pueda cumplir cada una de sus metas.

Desde el ámbito empresarial, la planeación estratégica constituye una herramienta fundamental para orientar las acciones organizacionales hacia el logro de objetivos claros y medibles. Según Fred R. David y Forest R. David (David, F. R., & David, F. R., 2020), la planeación estratégica permite a las organizaciones formular, implementar y evaluar decisiones que favorecen el cumplimiento de metas a largo plazo. En este sentido, su aplicación en el emprendimiento contribuirá a establecer lineamientos administrativos, definir responsabilidades y optimizar los procesos operativos.

Al tener una planeación estratégica corporativa ayuda al emprendimiento a que tenga organización y por consiguiente ser más productiva ya que lograra atraer y conseguir clientes, al brindarles un servicio de calidad y eficiencia no solo en sus productos sino también en la atención, además permite identificar y asignar recursos de manera efectiva, ya que no se presentaran cuellos de botella, mal uso de los tiempos y recursos, que puedan retrasar la producción. De acuerdo con Carlos Bernal Torres, (Bernal Torres, C. A., 2016) la planeación estratégica favorece la coordinación de

recursos y la toma de decisiones orientadas al mejoramiento organizacional. Por otra parte, la productividad empresarial se asocia con la capacidad de generar mayores resultados mediante el uso eficiente de los recursos disponibles, aspecto esencial para la sostenibilidad de las pequeñas empresas.

La empresa Salime al tener un proceso productivo más eficiente hará que se reduzcan los tiempos de entrega lo que mejora la satisfacción de los clientes. Al tener una buena planeación facilita cumplir con los plazos acordados fortaleciendo las relaciones comerciales y fomentando la lealtad del cliente.

Con este tipo de planeación cada uno de los empleados va a tener claro los roles y las responsabilidades, garantizando así que todos trabajen en conjunto y por un mismo objetivo, además con esto se evitara que la exista una sobrecarga laboral en algunos de los empleados y se presenten inconvenientes en la producción y en la convivencia.

Finalmente, esta investigación tiene relevancia social y organizacional, ya que el fortalecimiento administrativo del emprendimiento puede contribuir a su consolidación empresarial, generación de empleo y crecimiento económico en el municipio de San José de Pare, Boyacá. En consecuencia, la implementación de una planeación estratégica no solo beneficia a la empresa, sino también a sus trabajadores y clientes, al promover procesos más eficientes, organizados y sostenibles.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar e implementar un plan de planeación estratégica corporativa para el emprendimiento Salime, orientado al mejoramiento de la eficiencia operativa, la calidad del producto y el cumplimiento oportuno de los pedidos, mediante la optimización de los procesos administrativos y productivos.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Diagnosticar la situación interna y externa del emprendimiento Salime mediante el análisis DOFA y la matriz TOWS, con el fin de identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que afectan su productividad.
2. Establecer los elementos fundamentales de la planeación estratégica corporativa, incluyendo misión, visión, objetivos estratégicos y estructura organizacional, para orientar el crecimiento y desarrollo empresarial.
3. Diseñar perfiles y descripciones de cargos que permitan delimitar funciones, responsabilidades y competencias del personal, favoreciendo la organización interna y el desempeño laboral.

4. Formular estrategias administrativas y productivas enfocadas en la optimización de recursos, la reducción de tiempos de entrega y el mejoramiento de la calidad de los productos.

5. Evaluar el impacto de las estrategias implementadas mediante indicadores de desempeño relacionados con eficiencia operativa, cumplimiento de pedidos, reducción de errores y satisfacción del cliente.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO CONCEPTUAL

La planeación estratégica corporativa constituye un elemento fundamental para el fortalecimiento y sostenibilidad de las organizaciones, especialmente en pequeñas empresas que buscan mejorar su competitividad y capacidad operativa. Diversos autores han señalado que la formulación e implementación de estrategias permite orientar los recursos organizacionales hacia el logro de objetivos de largo plazo, incrementando la productividad y la eficiencia empresarial.

Desde la perspectiva de Michael Porter (1980) (Porter M. E., 1980), la estrategia empresarial se fundamenta en la creación de una posición competitiva única dentro del mercado. El autor sostiene que las organizaciones alcanzan ventajas competitivas sostenibles cuando desarrollan actividades diferenciadoras que generan mayor valor para los clientes en comparación con la competencia. En este sentido, conceptos como posicionamiento estratégico, diferenciación y ventaja competitiva resultan esenciales para comprender la relación entre la planeación estratégica y el desempeño organizacional.

Posteriormente, Michael Porter (Porter M. E., 1985), complementa esta idea señalando que la ventaja competitiva se origina en la capacidad de una empresa para

generar mayor valor para sus clientes. En el contexto de la empresa Salime, la estrategia debe de dirigirse hacia la diferenciación en la calidad de materiales, la personalización de los productos y atención a los pedidos de los clientes. Estas actividades en conjunto contribuyen a una mejor percepción de la empresa, permitiéndole consolidarse como una opción confiable en el sector local y aledaño.

Por otra parte, la estrategia no debe entenderse únicamente como un proceso rígido y previamente estructurado. Henry Mintzberg, junto con Bruce Ahlstrand y Joseph Lampel (Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J., 2009), plantean que las estrategias pueden clasificarse en deliberadas y emergentes. Las estrategias deliberadas corresponden a aquellas planificadas formalmente por la organización, mientras que las emergentes surgen como respuesta a cambios del entorno o nuevas necesidades del mercado. Esta perspectiva resulta relevante para Salime, debido a que, aunque la empresa puede establecer planes de producción previamente definidos, también debe adaptarse a oportunidades como pedidos personalizados o cambios en las preferencias de los clientes.

La planificación estratégica constituye un proceso fundamental que permite a las empresas definir su rumbo y tomar decisiones orientadas al logro de sus objetivos. Según Fred R. David (David, 2017), este proceso permite que las organizaciones identifiquen sus fortalezas y debilidades internas, así como las oportunidades y

amenazas externas, facilitando la toma de decisiones orientadas al cumplimiento de objetivos organizacionales. En consecuencia, la aplicación de herramientas como el análisis DOFA y la matriz TOWS favorece el diseño de estrategias coherentes con las necesidades y capacidades de la empresa.

En relación con los objetivos estratégicos, diversos autores recomiendan que estos sean formulados bajo el enfoque SMART, es decir, que sean específicos, medibles, alcanzables, relevantes y delimitados en el tiempo. Esta metodología permite evaluar de manera objetiva el cumplimiento de las metas organizacionales y facilita el seguimiento de los resultados obtenidos.

De igual manera, la medición del desempeño organizacional requiere la implementación de indicadores clave de desempeño (KPI), los cuales permiten evaluar la eficiencia de los procesos y el cumplimiento de los objetivos estratégicos. En este contexto, el modelo Balanced Scorecard, desarrollado por Robert Kaplan y David Norton (Kaplan, R. S., & Norton, D. P., 1996) propone analizar el desempeño empresarial desde cuatro perspectivas: financiera, clientes, procesos internos y aprendizaje organizacional. La aplicación de este modelo en Salime permitirá establecer mecanismos de control y evaluación que contribuyan al mejoramiento continuo de sus procesos administrativos y productivos.

2.2. Estado del arte

Diversas investigaciones han demostrado que la implementación de la planeación estratégica influye positivamente en la productividad y competitividad de las pequeñas y medianas empresas. Estudios recientes señalan que las organizaciones que establecen objetivos claros, estructuras organizacionales definidas y mecanismos de evaluación del desempeño logran mejorar sus niveles de eficiencia operativa y satisfacción del cliente.

En el contexto latinoamericano, investigaciones sobre emprendimientos manufactureros evidencian que la ausencia de planeación estratégica genera dificultades relacionadas con retrasos en la producción, deficiencias administrativas y pérdida de competitividad. Por el contrario, aquellas empresas que implementan procesos estratégicos y sistemas de gestión organizacional presentan mejores resultados en términos de productividad, control de recursos y crecimiento sostenible.

Por lo tanto, el presente proyecto busca aportar evidencia sobre la relación existente entre la planeación estratégica corporativa y la productividad empresarial en pequeñas organizaciones del sector textil y de confecciones, tomando como caso de estudio el emprendimiento Salime.

2.3. MARCO TEÓRICO

El análisis estratégico permite comprender tanto el entorno externo como el interno de una empresa, facilitando la toma de decisiones orientadas a la competitividad. En este caso, el modelo de las cinco fuerzas de Porter, (Porter M. E., 1980), constituye una herramienta clave para evaluar el contexto en el que opera la empresa Salime.

La amenaza de nuevos competidores se identifica como una variable fija, la cual está siempre susceptible a la aparición de nuevas empresa con los mismos servicios en la región. Esto obliga a la empresa Salime, a fortalecer su diferenciación mediante la calidad, el cumplimiento y la personalización de sus productos. Por otra parte, la existencia de productos sustitutos, de bajo costo, representa otro reto importante, en donde Salime busca ofrecer un valor agregado que no pueda replicarse fácilmente, como acabados de costuras buenas y prendas de calidad.

La competitividad en el sector se manifiesta en la competencia de empresas de confección de lencería de cocina locales, lo que obliga a la empresa a mejorar continuamente sus procesos y su propuesta de valor. Otro punto esencial, es el poder de negociación con los clientes, en donde se debe de ofrecer precios y calidad eficientes que permitan fidelizar y mejorar la experiencia de estos al momento de

realizar la compra. Según Porter, (Porter M. E., 1985), esta capacidad de negociación ante los proveedores y clientes influye en los costos de producción, adquisición de insumos, los cuales permiten establecer relaciones estables que garanticen calidad y precios competitivos en el sector.

En búsqueda de mejoras competitivas, el uso de la cadena de valor permite a Salime, generar valor a través de actividades internas, en donde se puede mejorar la compra eficiente de telas e insumos, las operaciones enfocadas a la confección, el marketing, contacto con los clientes y el servicio de entrega oportuna y atención personalizada. Este análisis permite identificar que la fortaleza de Salime, radica en la personalización y cercanía con el cliente.

Es así como se evidencia que la relación con el marketing es esencial. De acuerdo con Verhoef et al (Verhoef, 2015), el sistema permite integrar diferentes medios de interacción con el cliente. Esta oportunidad se presenta para Salime, como un medio para el uso de las redes sociales, en donde a través de estas se ofrece un canal de promoción y comunicación, facilitando la exhibición del producto y captación de nuevos clientes. Comprender el comportamiento del cliente es la clave esencial para consolidarse en el sector.

La innovación hace parte fundamental de la empresa Salime, en donde busca la mejora de los procesos y fidelización de los clientes, gestionando oportunidades de mantenerse en el mercado, proyectando su crecimiento y consolidación.

2.4. MARCO LEGAL

El marco legal de la empresa Salime, se rige bajo la reglamentación colombiana que regula la confección y producción textil en el país. Dentro de estas se encuentran:

La ley 1014 de 2006 (Ley 1014, 2006); promueve la cultura de emprendimiento, incentivando la formación empresarial, innovación y acceso de programas de apoyo técnico y financiero. Estos programas permiten que emprendimientos como Salime, tengan oportunidades de crecimiento

El código de comercio (Código de Comercio, Ley 410 de 1971), regula en el país la constitución de sociedades, contratos, contabilidad y responsabilidades del ámbito empresarial, dando claridad y formalidad en las operaciones comerciales. Salime, busca que con su crecimiento pueda formalizar muchas de sus actividades y a futuro lograr implementar los requisitos de una gran empresa en crecimiento.

La Dian, busca implementar el cumplimiento del régimen tributario según las actividades económicas, buscando siempre la inscripción., declaración y pago de

impuesto según aplica, garantizando la legalidad y sostenibilidad financiera de los emprendimientos.

La empresa también debe de regirse y cumplir bajo las normas de protección al consumidor. La Ley 1480 de 2011 o estatuto del consumidor, establece la obligación de informar las características, precios y garantías del producto, a su vez la protección de la seguridad de los clientes. (Ley 1480 de 2011). Para la promoción de comercio electrónico, la ley 527 de 1999, establece los criterios para garantizar la autenticidad, integridad y seguridad de las transacciones digitales. (Ley 527 de 1999.)

Para el caso del marco normativo sobre la protección de los datos personales, la ley 1581 de 2012 y el decreto 1377 de 2013 establecen en conjunto las disposiciones operativas y técnicas para la recolección, almacenamiento y circulación de datos personales, a su vez, el consentimiento de los titulares con fines legítimos de la empresa Salime.

En conjunto, el cumplimiento de esta normatividad proporciona una base sólida para la empresa Salime, que busca garantizar su sostenibilidad en el mercado dentro del sector Textil.

2.5. MARCO CONTEXTUAL

La empresa Salime, dedicada a la confección de productos de lencería de cocina, se encuentra actualmente ubicada en el municipio de San José de Pare, el cual es un municipio del departamento de Boyacá. Según proyecciones del departamento Administrativo nacional de estadística (DANE), tiene una población aproximada de 4794 habitantes. (DANE, 2025).

Su principal economía se basa por actividades tradicionales como la agricultura, producción de panela y ganadería. (Boyacá., 2025). Dentro del sector productivo en el que se única la empresa Salime, corresponde al sector textil y de confección, que en el país se presenta como una economía versátil y productiva. (tunja, 2023). Este sector representa la elaboración de productos personalizados y de calidad, que resaltan las propuestas de valor que puede brindar el departamento al sector textil. En este contexto, el emprendimiento desarrolla actividades relacionadas con el sector textil y de confecciones, específicamente en la fabricación de productos de lencería para cocina como manteles, delantales, limpiones y juegos de mesa.

Para comprender las condiciones externas que influyen en el desarrollo del emprendimiento, se realizó un análisis PESTEL, herramienta que permite evaluar factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que impactan el desempeño organizacional.

Desde el componente político, las políticas públicas orientadas al fortalecimiento del emprendimiento y las pequeñas empresas, promovidas por entidades municipales y departamentales, representan una oportunidad para la consolidación y formalización empresarial. Estos programas facilitan el acceso a capacitaciones, asesorías y posibles incentivos para el desarrollo económico regional.

En el aspecto económico, la demanda de productos textiles para el hogar y la cocina influye directamente en la productividad y sostenibilidad de la empresa. Asimismo, el crecimiento de pequeños emprendimientos en el sector confecciones ha incrementado la competencia, lo cual exige mayores niveles de calidad, diferenciación y eficiencia operativa para mantenerse en el mercado.

Desde la dimensión social, Salime contribuye al fortalecimiento de la economía local mediante la oferta de productos elaborados en el municipio, permitiendo a la comunidad acceder a estos bienes sin necesidad de desplazarse hacia otras ciudades cercanas. Adicionalmente, el emprendimiento favorece la generación de empleo y el desarrollo de capacidades productivas en la población local.

En el componente tecnológico, el uso de redes sociales y plataformas digitales representa una herramienta estratégica para la promoción de productos, captación de nuevos clientes y fortalecimiento de la relación con los consumidores. La

implementación de herramientas tecnológicas también puede contribuir a mejorar los procesos administrativos y de control de pedidos.

Por otra parte, desde la perspectiva ambiental, la elaboración de productos reutilizables y duraderos favorece prácticas de consumo más sostenibles, reduciendo el uso de materiales desechables en actividades domésticas. Finalmente, en el aspecto legal, la empresa debe cumplir con normativas relacionadas con formalización empresarial, obligaciones tributarias y protección de datos, aspectos fundamentales para fortalecer su crecimiento y permanencia en el mercado.

En consecuencia, el análisis del entorno evidencia que el emprendimiento presenta oportunidades de crecimiento derivadas de la demanda local y del apoyo institucional al sector empresarial. Sin embargo, también enfrenta desafíos asociados a la competitividad, la necesidad de modernización organizacional y la optimización de sus procesos productivos, factores que justifican la implementación de una planeación estratégica corporativa.

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se desarrolló en el emprendimiento Salime con el propósito de diseñar e implementar una planeación estratégica corporativa orientada al mejoramiento de la productividad, la eficiencia operativa y la calidad de los productos elaborados por la empresa.

3.1. Tipo y enfoque de investigación

El estudio se enmarca dentro de una investigación aplicada, debido a que busca dar solución a una problemática específica relacionada con la organización y competitividad empresarial. Asimismo, posee un alcance descriptivo, ya que pretende identificar y analizar las condiciones administrativas y productivas actuales del emprendimiento, así como los factores que afectan su desempeño organizacional.

La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, integrando métodos cuantitativos y cualitativos. El enfoque cuantitativo permitió medir variables relacionadas con productividad, tiempos de entrega, eficiencia operativa y satisfacción del cliente mediante indicadores numéricos. Por otra parte, el enfoque cualitativo facilitó comprender las dinámicas internas de la empresa, las funciones del personal y las necesidades organizacionales a través de la observación y las entrevistas realizadas.

Según Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio (2014), el enfoque mixto permite obtener una comprensión más amplia del fenómeno estudiado mediante la integración de datos cuantitativos y cualitativos, fortaleciendo la validez de los resultados obtenidos.

3.1.1. Población y muestra

La población objeto de estudio estuvo conformada por los propietarios, trabajadores y clientes del emprendimiento Salime.

Debido al tamaño reducido de la empresa, se trabajó con una muestra no probabilística por conveniencia, integrada por:

- 1 propietario o administrador del emprendimiento.
- 4 trabajadores vinculados al proceso productivo.
- 20 clientes frecuentes de la empresa.

La selección de los participantes se realizó teniendo en cuenta su relación directa con las actividades operativas y comerciales de la organización.

3.1.2. Técnicas e instrumentos de recolección de información

Para la obtención de información se emplearon las siguientes técnicas:

- **Encuestas:** aplicadas a los clientes con el fin de identificar su nivel de satisfacción, percepción de calidad y cumplimiento en las entregas.
- **Entrevistas semiestructuradas:** dirigidas al propietario y trabajadores para conocer aspectos relacionados con la organización interna, funciones laborales y procesos administrativos.
- **Observación estructurada:** utilizada para analizar el desarrollo de las actividades productivas y detectar posibles falencias en los procesos.
- **Revisión documental:** enfocada en el análisis de registros internos, pedidos y documentación administrativa de la empresa.

Los instrumentos utilizados incluyeron cuestionarios de encuesta, guías de entrevista y formatos de observación previamente diseñados de acuerdo con los objetivos de la investigación.

3.1.3. Validación de instrumentos

Los instrumentos de recolección de información fueron revisados mediante validación por juicio de expertos, con el propósito de verificar la claridad, pertinencia y coherencia de las preguntas formuladas respecto a los objetivos del estudio. Además, se realizó una prueba piloto básica para identificar posibles dificultades de comprensión antes de su aplicación definitiva.

3.1.4. Técnicas de análisis de información

La información recolectada fue organizada y analizada mediante herramientas de análisis estratégico como la matriz DOFA y la matriz TOWS, las cuales permitieron identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del emprendimiento.

Los datos cuantitativos obtenidos a través de las encuestas fueron tabulados y representados mediante porcentajes e indicadores de desempeño relacionados con tiempos de entrega, eficiencia operativa y satisfacción del cliente. Por otra parte, la información cualitativa derivada de entrevistas y observaciones permitió complementar el análisis organizacional y formular estrategias de mejora acordes con las necesidades de la empresa.

En consecuencia, la metodología aplicada permitió obtener un diagnóstico integral del emprendimiento y establecer propuestas estratégicas orientadas al fortalecimiento de su estructura organizacional y productividad.

4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO

4.1. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ORGANIZACIÓN

La empresa salime, es una emprendimiento local ubicado en el municipio de san jose de pare, en el departamento de Boyacá. Su actividad principal se centra en la producción textil de artículos de lencería de cocina(manteles, mangas, limpiones, delantales, entre otros), dirigidos tanto al consumo individual como al comercio local del municipio.

Esta empresa se creó como un microemprendimiento familiar, con un equipo de mano de obra pequeño que son los encargados de todo el proceso productivo, diseño y entrega del producto final. Su producción está enfocada principalmente a la población local y mucepos cercanos, ofreciendo productos de uso en actividades diarias.

Su objetivo corporativo, busca consolidarse en el ámbito regional, mediante productos de calidad, con estrategias innovadoras en donde se incluya canales presenciales y digitales.

4.2. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO (ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO)

4.2.1. ANÁLISIS INTERNO

Dentro del análisis interno, la empresa Salime, identifico los recursos, capacidades, procesos y cultura organizacional que son requeridos para mantener su ventaja competitiva dentro del sector textil artesanal. La empresa actualmente cuenta con recursos tangibles, como maquinarias de confección básicas, materias primas locales y un taller propio en el municipio. En el caso de los recursos intangibles, se destaca la experiencia del personal a cargo.

Dentro de la cadena de valor, Salime, busca organizar sus actividades primarias buscando una logística interna de insumos, mejoras en las operaciones de confección e implementación de estrategias de marketing. Estas actividades buscan crear un factor diferenciador en los productos, mejorando la calidad y fortaleciendo la relación con el cliente.

Salime, actualmente tiene costos controlados y ventas contantes en el ambiente local, presentando un perfil potencial de crecimiento mediante la expansión a mercados regionales y el uso de plataformas digitales para e aumento de la visibilidad y ventas.

4.2.2. ANÁLISIS EXTERNO

Dentro de este análisis se permitió identificar que:

- La rivalidad en el sector textil artesanal es moderada, con varios emprendimientos en el sector que también buscan competir con calidad y personalización.
- La amenaza de nuevos competidores en el municipio es baja, debido a la baja experiencia de confección y acceso a proveedores de materias primas.
- En el caso de los proveedores, el acceso es limitado, ya que si no se tiene proveedores locales, se deben de buscar opciones en el departamento o hacia la capital del país.
- La economía del cliente es diversa, en general es población campesina que busca productos de calidad y precios accesibles.
- La amenaza de productos sustitutos representa amenaza, ya que muchos competidores pueden ofrecer sus productos a menor precio, aunque con menor calidad.

Haciendo uso del análisis **PESTEL**, se identificaron las siguientes variables:

- **Políticas:** Políticas de fomento al emprendimiento y formalización empresarial.
- **Económicas:** Disponibilidad de ingresos locales y demanda de productos artesanales.
- **Sociales:** Preferencia por productos hechos a mano y apoyo a emprendimientos locales.

- **Tecnológicas:** Acceso a redes sociales y herramientas digitales para promoción y venta.
- **Ambientales:** Tendencias hacia materiales sostenibles y responsabilidad ambiental.
- **Legales:** Cumplimiento de normas empresariales, de protección al consumidor y de datos personales.

4.3. Matriz DOFA y Matriz TOWS

Figura 1

Matriz DOFA empresa salime



Fuente: autoría propia (2026)

4.3.1. Análisis Matriz DOFA

- Fortalezas:

La empresa Salime cuenta con experiencia en la elaboración de productos de lencería de cocina, destacándose por su calidad y la posibilidad de personalización. En sus costos de producción presenta costos relativamente bajos y flexibilidad en el diseño de productos según las necesidades del cliente.

- Oportunidades:

Se evidencian oportunidades en el crecimiento del comercio digital, especialmente mediante redes sociales. Además, existe una tendencia favorable hacia el consumo de productos artesanales y personalizados, así como la posibilidad de participar en ferias locales y expandirse hacia mercados regionales aledaños como Barbosa y Tunja.

- Debilidades:

Entre las principales debilidades se encuentran la baja visibilidad de marca, el limitado uso de herramientas digitales para la comercialización, la producción a pequeña escala y la falta de una estructura organizacional formal.

- Amenazas:

La empresa enfrenta amenazas como la competencia de productos sustitutos de bajo costo, el incremento en los precios de insumos textiles, los

cambios en las tendencias de consumo y la entrada de nuevos competidores al mercado.

Figura 2.
Matriz Tows realizada en la empresa Salime



Fuente: Elaboración propia(2026)

4.3.2. Análisis Matriz TOWS

- **Estrategias FO (Fortalezas-Oportunidades):**

En esta se indica aprovechar la capacidad de personalización de los productos para fortalecer la presencia en canales digitales y participar en ferias artesanales, con el fin de ampliar el mercado objetivo.

- ***Estrategias DO (Debilidades-Oportunidades):***

Se plantea implementar estrategias de marketing digital, incluyendo el uso de redes sociales y catálogos virtuales, para fortalecer la identidad de marca.

- ***Estrategias FA (Fortalezas-Amenazas):***

Se recomienda diferenciar los productos mediante la calidad y el diseño, con el objetivo de competir frente a productos industriales.

- ***Estrategias DA (Debilidades-Amenazas):***

Se sugiere formalizar los procesos internos, mejorar la eficiencia productiva y diversificar proveedores para mitigar riesgos.

5. MARCO ESTRATÉGICO EMPRESA SALIME

5.1. MISIÓN:

Salime es un emprendimiento fabricante de delantales, mangas, manteles entre otros productos encargada de satisfacer las necesidades de los consumidores combinando funcionalidad con calidad, en productos duraderos, contribuyendo al desarrollo económico local.

5.2. VISIÓN:

El proyecto Salime espera en el 2032 ser un emprendimiento reconocido a nivel regional como una empresa líder en lencería de cocina, destacándose por su innovación, calidad y presencia en canales digitales.

5.3. Valores corporativos

- Responsabilidad.
- Calidad
- Creatividad
- Compromiso
- Honestidad
- Trabajo en equipo

5.4. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Incrementar las ventas en un 20 % en el próximo año
- Implementar el uso de redes sociales como un canal de ventas en 6 meses
- Aumentar la producción en un 10 % en 1 año
- Posicionar la marca en el mercado regional en 3 años

6. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA EMPRESA SALIME

6.1. Estrategias corporativas

Para la empresa se plantean las siguientes estrategias corporativas:

- Estrategia de crecimiento mediante expansión de mercado.
- Estrategia de innovación en diseño de productos
- Estrategia de fortalecimiento de marca

6.2. Estrategias competitivas

- Estrategia de implementación: basada en la calidad y productos de durabilidad.
- Estrategia de enfoque: interesado en el nicho local con posibilidad de expandirse al mercado regional.

6.3. Estrategias funcionales

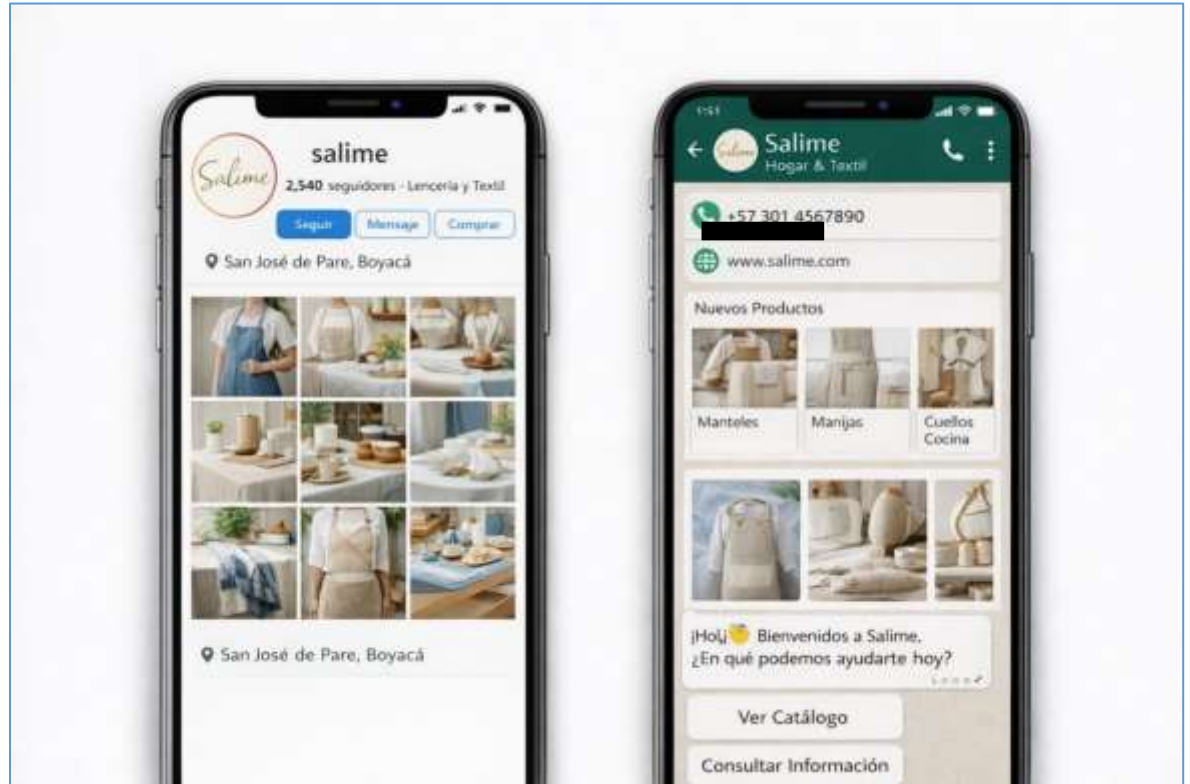
- Marketing: usar redes sociales y hacer promociones.
- Producción: mejorar la calidad y organización del trabajo.
- Finanzas: controlar gastos y administrar mejor el dinero.
- Talento humano: capacitar en confección y ventas.
- Innovación: crear nuevos diseños.
- Logística: mejorar las entregas.

7. PLAN DE ACCIÓN EMPRESA SALIME

7.1. Programas y proyectos estratégicos

Una vez definidas las estrategias, la empresa Salime procedió a su implementación mediante diferentes actividades orientadas al fortalecimiento comercial y productivo.

Figura 3. PROTOTIPO DE REDES SOCIALES



FUENTE: Elaboración Propia (2026)

En primer lugar, se hizo el prototipo de los perfiles en redes sociales como Instagram y WhatsApp Business, los cuales se crearon con el fin mejorar la visibilidad de la empresa y facilitar la comunicación con los clientes. Asimismo, se diseñó un catálogo digital con fotografías de los productos, lo que contribuyó a presentar de manera más organizada la oferta. Por políticas internas de la propietaria de la empresa, no se permite publicar información de las redes directamente, es por esto por lo que se adjuntó prototipo del diseño de estas.

Resultados obtenidos:

- Incremento en la cantidad de clientes.
- Mayor reconocimiento de la marca a nivel local.
- Aumento en los pedidos personalizados.

Resultados de la implementación:

Como resultado de estas acciones, las ventas mensuales pasaron de aproximadamente \$1.000.000 a un rango entre \$1.250.000 y \$3.500.000. Igualmente, se evidenció un aumento en la cantidad de clientes, incluyendo nuevos compradores y clientes recurrentes. El uso de redes sociales permitió que se consolide como un canal importante de ventas.

7.2. Estructura organizacional

Durante la implementación, la empresa organizó sus funciones de manera más clara, estableciendo una estructura básica compuesta por el área administrativa (propietario), producción y ventas. Esta organización permitió mejorar la distribución de tareas, optimizar el tiempo y aumentar la eficiencia en la elaboración y entrega de productos.

7.2.1. DEFINICIÓN DE CARGOS:

Tabla 1:

Identificación de cargos Nivel Directivo

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
TITULO O DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Gerente
NUMERO DE EMPLEADOS EN EL PUESTO	1
DEPENDENCIA	Administrativa
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	N/S

II. PROPÓSITO PRINCIPAL DEL CARGO

Planificación y coordinación de los productos

III. FUNCIONES ESPECIFICAS

Supervisar y capacitar al personal

Control de calidad, costos y ventas

Gestionar recursos como materiales y maquinaria

Verificar el cumplimiento de los objetivos de producción

IV. RASGOS PERSONALES

Liderazgo

Comunicación efectiva

Visión estratégica

Pensamiento crítico para resolver problemas

Habilidades para la motivación y trabajo en equipo

V. REQUISITOS ESTUDIO Y EXPERIENCIA

EDUCACIÓN:

Profesional en
administración

CAPACITACIÓN:

Curso en gestión
de la calidad, logística y
manejo de inventarios

EXPERIENCIA:

Seis (6) meses
como mínimo en un
puesto similar.

Fuente: Elaboración Propia (2026)

Tabla 2:

Identificación de cargos Nivel Táctico

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

TITULO O DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Supervisora de costura
NUMERO DE EMPLEADOS EN EL PUESTO	1
DEPENDENCIA	Administrativa
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Gerente

II. PROPÓSITO PRINCIPAL DEL CARGO

Supervisar la calidad de los productos

III. FUNCIONES ESPECIFICAS

Planificar y asignar trabajos

Capacitar y evaluar a los costureros

Controlar la calidad del producto

Solucionar problemas presentados con los productos

IV. RASGOS PERSONALES

Habilidades de liderazgo

Organización y comunicación para guiar al equipo de trabajo

Creativa

Eficiencia para gestionar el personal

V. REQUISITOS ESTUDIO Y EXPERIENCIA

EDUCACIÓN:	CAPACITACIÓN:	EXPERIENCIA:
Formación técnica en corte y confección	Cursos de control de calidad, manejo de materiales y optimización de procesos	Seis (6) meses como mínimo en un puesto similar.

Fuente: elaboración propia (2026)

Tabla 3:
Identificación de cargo en el Nivel Operativo

I. IDENTIFICACION DEL CARGO	
TITULO O DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Operadora de máquina de cocer
NUMERO DE EMPLEADOS EN PUESTO	2

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO
DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 2.0

DEPENDENCIA

Producción

CARGO DEL JEFE INMEDIARIO

Supervisora de costura

II. PROPÓSITO PRINCIPAL DEL CARGO

Confección de lencería de cocina entre otros productos

III. FUNCIONES ESPECIFICAS

Confección de delantal de tela

Confección de mangas

Confección de manteles

Confección de juegos de mesa

IV. RASGOS PERSONALES

Paciente

Atenta al detalle

Capaz de seguir instrucciones

Coordinación mano/ojo

V. REQUISITOS ESTUDIO Y EXPERIENCIA

EDUCACIÓN:

Secundaria

CAPACITACIÓN:

Curso de manejo
de máquinas de cocer

EXPERIENCIA:

Seis (6) meses
como mínimo en un
puesto similar.

Fuente: elaboración propia (2026)

Tabla 4:

identificación de cargo Nivel Operativo

I. IDENTIFICACION DEL CARGO

TITULO O DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Operadora de máquina de cortar
NUMERO DE EMPLEADOS EN EL PUESTO	1
DEPENDENCIA	Producción
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Supervisora de costura

II. PROPÓSITO PRINCIPAL DEL CARGO

Corte de lencería de cocina entre otros productos

ELABORADO POR:
Docencia

REVISADO POR:
Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder del Sistema Integrado de Gestión
FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023

III. FUNCIONES ESPECIFICAS

Corte de delantal de tela
Corte de mangas
Corte de manteles
Corte de juegos de mesa

IV. RASGOS PERSONALES

Paciente
Atento al detalle
Capaz de seguir instrucciones
Coordinación mano/ojo

V. REQUISITOS ESTUDIO Y EXPERIENCIA

EDUCACIÓN:
Secundaria

CAPACITACIÓN:
Curso de manejo
de máquinas de cortar

EXPERIENCIA:
Seis (6) meses
como mínimo en un
puesto similar.

Fuente: elaboración propia (2026)

Resultados obtenidos:

- Mejor organización del trabajo.
- Reducción en tiempos de entrega.
- Mayor control sobre las actividades diarias.

Resultados de la implementación:

Se logró una mayor organización en las actividades diarias, lo que permitió reducir los tiempos de entrega de 5–7 días a 3–5 días. Asimismo, se mejoró el control sobre la producción y la atención al cliente.

7.3. Gestión del cambio

La implementación de nuevas estrategias implicó cambios en la forma de trabajar, especialmente en el uso de herramientas digitales. Para ello, se promovió la capacitación y la disposición al aprendizaje.

7.3.1. FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS

- **Implementación de los cargos:** Se le designara a cada empleado cuáles son sus funciones específicas para acelerar los procesos y poder tener el producto en un corto tiempo
- **Expansión de mercados:** Al acelerar los procesos de fabricación de los productos se van a cumplir los tiempos de entrega y se dará la posibilidad de expandirse a nuevos mercados
- **Aumentar las ventas:** con la implementación de los cargos y las especificaciones de las tareas a realizarse los trabajadores demostraron más eficiencia lo que demuestra que puede llegar a recibir más pedidos y por ende aumentar sus ventas.

Resultados obtenidos:

- Mayor uso de redes sociales en la empresa.
- Mejor atención al cliente.
- Actitud positiva frente a la innovación.

Resultados de la implementación:

Se evidenció una mayor adaptación al uso de redes sociales, mejorando la interacción con los clientes. Además, se fortaleció la actitud positiva frente a la innovación, lo que permitió a la empresa responder de manera más eficiente a las demandas del mercado.

8. SISTEMA DE CONTROL Y EVALUACIÓN

8.1. Indicadores de desempeño (KPI)

Con el fin de medir los avances, la empresa implementó indicadores básicos de desempeño, basados en el modelo de Kaplan y Norton.

Entre los principales indicadores se encuentran:

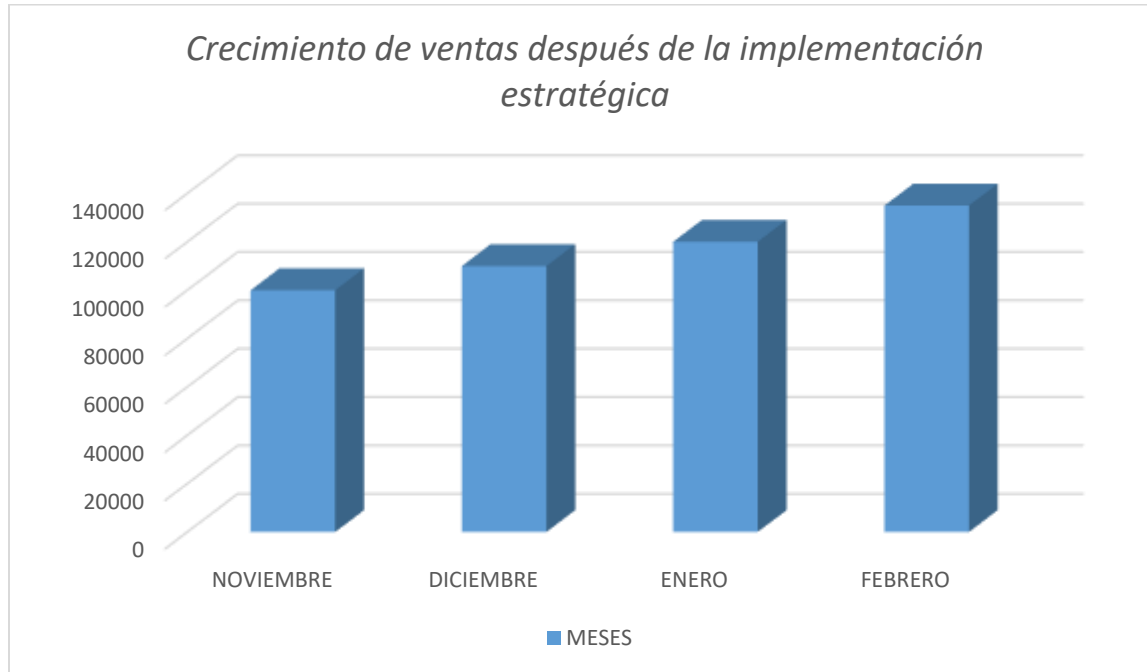
- Ventas mensuales
- Número de clientes nuevos
- Tiempo de entrega de pedidos
- Nivel de satisfacción del cliente

Resultados obtenidos:

- Incremento aproximado del 25% en ventas.
- Aumento en la cantidad de clientes recurrentes.
- Mejora en el cumplimiento de tiempos de entrega.

Figura 4.

Crecimiento de ventas después de la implementación estratégica



Fuente: elaboración propia (2026)

Resultados de la implementación:

Se evidenció un incremento aproximado del 25% en las ventas, así como un aumento en la fidelización de clientes. Además, los tiempos de entrega mejoraron significativamente y se logró un mayor cumplimiento en los pedidos.

8.2. Evaluación y retroalimentación

La empresa realizó revisiones mensuales de los resultados, lo que permitió identificar aspectos a mejorar y ajustar las estrategias implementadas.

Este proceso facilitó la toma de decisiones más acertadas y el mejoramiento continuo.

Resultados obtenidos:

- Corrección oportuna de errores.
- Mayor control del negocio.
- Adaptación rápida a cambios del mercado.

Resultados de la implementación:

La empresa logró mejorar su capacidad de toma de decisiones, corregir errores de manera oportuna y adaptarse a los cambios del entorno, fortaleciendo así su gestión interna.

Con el fin de evidenciar el impacto de las estrategias implementadas en la empresa Salime, se realizó una comparación entre la situación inicial y los resultados obtenidos posteriormente.

Tabla 5.

comparación empresa salime

Ventas mensuales	\$1.000.000 aprox.	\$1.250.000 – \$3.500.000
Clientes	Principalmente conocidos	Clientes nuevos + recurrentes
Canales de venta	Solo presencial	Presencial + redes sociales
Tiempo de entrega	5 a 7 días	3 a 5 días
Reconocimiento de marca	Bajo	Medio (nivel local)
Organización interna	Informal	Funciones definidas

FUENTE: Elaboración Propia (2026)

- **Análisis:** Se evidencia una mejora significativa en las ventas, organización y alcance comercial de la empresa, especialmente gracias al uso de herramientas digitales y a la optimización de procesos.

9. PROYECCIÓN ESTRATÉGICA O ESCENARIOS FUTUROS

Después de la implementación de las estrategias, la empresa Salime proyecta su crecimiento considerando diferentes escenarios:

- **Escenario positivo:** Se espera un crecimiento sostenido en las ventas gracias al fortalecimiento de los canales digitales y la fidelización de clientes. Además, se proyecta la expansión hacia nuevos mercados regionales.
- **Escenario moderado:** La empresa mantendría estabilidad en sus ventas, conservando su clientela actual y fortaleciendo su posicionamiento local.
- **Escenario negativo:** Podría presentarse una disminución en las ventas debido a factores externos como el aumento en los costos de insumos o mayor competencia; sin embargo, la empresa cuenta ahora con herramientas para adaptarse.

Resultados esperados:

- Mayor preparación para enfrentar cambios.
- Mejor toma de decisiones estratégicas.
- Proyección de crecimiento a mediano plazo.

10. ANÁLISIS DE RESULTADOS

A partir de la implementación del plan estratégico, la empresa Salime logró avances importantes en diferentes áreas.

En el área comercial, el uso de redes sociales permitió ampliar el mercado y atraer nuevos clientes, lo cual se reflejó en el aumento de las ventas. Asimismo, la creación de un catálogo digital facilitó la presentación de los productos.

En cuanto a la producción, la organización de funciones permitió reducir los tiempos de entrega y mejorar la eficiencia. Esto también contribuyó a una mayor satisfacción del cliente.

Por otra parte, la empresa comenzó a tener un mayor control sobre sus actividades, lo que le permitió tomar decisiones más acertadas y adaptarse mejor a los cambios del entorno.

11. OBJETIVOS A FUTURO

- Mejorar el tiempo de desarrollo de los productos
- Ampliación de nuevos mercados
- Estar legalmente constituida
- Coordinar los tiempos de entrega de los pedidos para que no se retrasen

12. RESULTADOS

Como parte de la implementación de la planeación estratégica corporativa en el emprendimiento Salime, se realizó una socialización con los trabajadores con el propósito de presentar las nuevas estrategias organizacionales, la estructura de cargos y los cambios implementados en los procesos productivos y administrativos.

Durante esta actividad, los colaboradores manifestaron que la definición clara de funciones y responsabilidades permitió disminuir la asignación de tareas que no correspondían a sus cargos, favoreciendo una mayor concentración en las actividades

específicas de cada proceso. Esta reorganización contribuyó a mejorar el desempeño laboral y la eficiencia operativa dentro de la empresa.

Asimismo, los trabajadores expresaron un aumento en su motivación laboral, debido a que la optimización de los procesos permitió incrementar la productividad individual y colectiva. Considerando que la remuneración de algunos empleados depende del número de productos elaborados o procesos realizados, el aumento en la producción generó mejoras en sus ingresos económicos.

Los resultados obtenidos después de la implementación de las estrategias evidenciaron un incremento aproximado del 30 % en la eficiencia de producción y una reducción del 25 % en los tiempos de entrega de los pedidos. Estos resultados permitieron mejorar el cumplimiento de las fechas establecidas con los clientes y optimizar la capacidad de respuesta del emprendimiento frente a la demanda del mercado.

De igual manera, se aplicó una encuesta de satisfacción a 20 clientes frecuentes de la empresa con el fin de evaluar la percepción sobre la calidad de los productos, el cumplimiento de las entregas y la atención recibida. Los resultados mostraron que el 95 % de los clientes encuestados manifestó satisfacción con el servicio prestado y destacó mejoras en la puntualidad de las entregas y en la organización del proceso de atención.

Los clientes también señalaron que los productos ofrecidos por la empresa presentan una adecuada relación entre calidad y precio, aspecto que fortalece la competitividad del emprendimiento en el mercado local. Además, varios encuestados manifestaron intención de continuar adquiriendo los productos debido a la mejora evidenciada en los tiempos de respuesta y cumplimiento.

Aunque los resultados obtenidos evidencian un impacto positivo de la planeación estratégica implementada, el análisis realizado corresponde principalmente a un nivel descriptivo, basado en porcentajes e interpretación de percepciones de trabajadores y clientes. Por lo tanto, se recomienda que futuras investigaciones incorporen herramientas estadísticas más avanzadas y métodos de evaluación cuantitativa que permitan medir con mayor rigurosidad la relación entre planeación estratégica y productividad empresarial.

Estos hallazgos coinciden con lo planteado por Fred R. David (David, F. R., 2017) quien sostiene que la planeación estratégica facilita la coordinación organizacional y mejora la eficiencia en el cumplimiento de objetivos empresariales. Asimismo, los resultados reflejan que la motivación del personal y la claridad en las responsabilidades laborales representan factores determinantes para el incremento de la productividad y el fortalecimiento de la competitividad empresarial.

13. CONCLUSIONES

La implementación de la planeación estratégica corporativa en el emprendimiento Salime permitió identificar factores internos y externos que afectaban su desempeño organizacional, mediante la aplicación de herramientas de análisis estratégico como la matriz DOFA y la matriz TOWS. Estos instrumentos facilitaron el reconocimiento de debilidades relacionadas con la organización interna y oportunidades de mejora orientadas al fortalecimiento productivo y administrativo de la empresa.

Los resultados obtenidos evidenciaron que la definición de una estructura organizacional y la asignación clara de funciones contribuyeron al mejoramiento de la eficiencia operativa. La reorganización de actividades permitió reducir la duplicidad de tareas, optimizar los tiempos de producción y fortalecer el desempeño laboral de los trabajadores, reflejándose en un incremento aproximado del 30 % en la eficiencia productiva y en una reducción del 25 % en los tiempos de entrega.

Asimismo, la implementación de estrategias administrativas y productivas favoreció el cumplimiento oportuno de los pedidos y el fortalecimiento de la satisfacción del cliente. Los resultados de las encuestas aplicadas evidenciaron que el 95 % de los clientes manifestó conformidad con la calidad de los productos y con la mejora en la

puntualidad de las entregas, lo que contribuyó al fortalecimiento de la imagen y competitividad del emprendimiento en el mercado local.

De igual manera, el establecimiento de indicadores de gestión permitió realizar seguimiento al desempeño organizacional y apoyar la toma de decisiones dentro de la empresa. La utilización de herramientas de control facilitó la evaluación de variables relacionadas con productividad, tiempos de entrega y calidad del servicio, contribuyendo al mejoramiento continuo de los procesos internos.

Por otra parte, el estudio permitió evidenciar que la planeación estratégica constituye un elemento fundamental para la sostenibilidad y crecimiento de las pequeñas empresas, debido a que facilita la adaptación frente a cambios del entorno y mejora la capacidad organizacional para responder a las necesidades del mercado.

Finalmente, aunque los resultados obtenidos muestran efectos positivos de la implementación de la planeación estratégica en el emprendimiento Salime, se reconoce que el estudio presenta limitaciones metodológicas relacionadas con el tamaño de la muestra y el alcance descriptivo de la investigación. Por ello, se recomienda que futuras investigaciones incorporen análisis estadísticos más rigurosos y métodos de evaluación cuantitativa que permitan fortalecer la validez científica de los resultados obtenidos.

14. RECOMENDACIONES

En análisis de los resultados obtenidos durante la implementación de la planeación estratégica corporativa en el emprendimiento Salime, se plantean las siguientes recomendaciones con el propósito de fortalecer su crecimiento, sostenibilidad y competitividad en el mercado:

- Fortalecer el uso de redes sociales y herramientas digitales

Se recomienda fortalecer de manera continua el uso de redes sociales como principal canal de promoción y comercialización de los productos. Plataformas digitales como Instagram, Facebook y WhatsApp Business permiten aumentar la visibilidad de la empresa, captar nuevos clientes y mantener una comunicación más directa con los consumidores.

Asimismo, se sugiere desarrollar estrategias de marketing digital orientadas a la publicación constante de contenido, promoción de nuevos diseños y difusión de promociones comerciales. Según Philip Kotler y Kevin Keller (Kotler, P., & Keller, K. L, 2016) el marketing digital fortalece el posicionamiento de las pequeñas empresas y mejora su capacidad competitiva en mercados locales y regionales.

- Implementar un sistema organizado de registro y control

Se recomienda implementar un sistema organizado de registro de ventas, pedidos, clientes e inventarios, con el fin de mejorar el control administrativo y facilitar la toma de decisiones. El uso de hojas de cálculo digitales o software básico de gestión permitirá

llevar seguimiento de ingresos, productos más vendidos, tiempos de entrega y comportamiento de los clientes.

Además, contar con información organizada facilitará la proyección de ventas, el control de producción y la identificación de oportunidades de mejora dentro del emprendimiento.

- Innovar constantemente en productos y diseños

Se recomienda mantener procesos permanentes de innovación en los diseños, materiales y estilos de los productos elaborados por la empresa. La diferenciación constituye un factor estratégico para aumentar la competitividad y fortalecer la fidelización de los clientes.

En este sentido, la empresa puede incorporar nuevas tendencias del mercado, personalización de productos y mejoras en acabados, buscando responder a las necesidades y preferencias de los consumidores. Según Michael Porter (Porter, M. E., 1985) la diferenciación representa una estrategia clave para generar ventajas competitivas sostenibles en las organizaciones.

- Participar en ferias y eventos comerciales

Se recomienda incrementar la participación en ferias empresariales, eventos comerciales y espacios de emprendimiento organizados a nivel municipal, departamental y regional. Estas actividades permiten ampliar la red de clientes, fortalecer relaciones comerciales y dar mayor reconocimiento a la marca.

Asimismo, la participación en este tipo de eventos facilita el análisis de tendencias del mercado y el intercambio de experiencias con otros emprendedores del sector textil y de confecciones.

- Evaluar periódicamente las estrategias implementadas

Es importante realizar evaluaciones periódicas de las estrategias implementadas mediante indicadores de desempeño relacionados con productividad, tiempos de entrega, satisfacción del cliente y crecimiento en ventas. Esto permitirá identificar fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora para garantizar la sostenibilidad de la empresa.

De igual manera, se recomienda aplicar encuestas de satisfacción a clientes y reuniones periódicas con los trabajadores para conocer percepciones sobre el funcionamiento de los procesos y fortalecer el mejoramiento continuo.

- Fortalecer la capacitación del talento humano

Se sugiere promover procesos de capacitación continua para los trabajadores en temas relacionados con atención al cliente, producción, manejo de herramientas digitales y organización empresarial. La formación del talento humano contribuye al mejoramiento de la productividad y favorece el desarrollo de competencias laborales dentro de la organización.

Según Idalberto Chiavenato (Chiavenato, I, 2019) la capacitación del personal representa un elemento esencial para incrementar el desempeño organizacional y fortalecer la competitividad empresarial.

- Consolidar el proceso de formalización empresarial

Finalmente, se recomienda continuar fortaleciendo el proceso de formalización legal y administrativa del emprendimiento, cumpliendo con obligaciones tributarias, registros comerciales y normativas relacionadas con protección de datos y actividad económica. La formalización permitirá acceder a nuevos mercados, programas de apoyo empresarial y oportunidades de financiamiento para el crecimiento futuro de la empresa.

15. BIBLIOGRAFÍA

Bernal Torres, C. A. (2016). *Metodología De La Investigación: Administración, Economía, Humanidades Y Ciencias Sociales (4.ª Ed.)*. Pearson Educación.

Boyacá., S. (2025). *Municipio De San José De Pare: Información Turística Y Económica. Gobernación De Boyacá.*

Chiavenato, I. (2019). *Gestión Del Talento Humano (5.ª Ed.)*. Mcgraw-Hill Education.

Código De Comercio, Ley 410 De 1971. (S.F.). *Diario Oficial No. 33.239. Colombia.*

DANE. (2025). *Departamento Administrativo Nacional De Estadística. (2025). Proyección De Población Municipal Total Por Área 2005–2035: San José De Pare.*
<https://www.dane.gov.co>.

David, F. R. (2017). *Conceptos De Administración Estratégica (15.ª Ed.)*. Pearson Educación.

David, F. R. (2017). *Concepts Of Strategic Management: A Competitive Advantage Approach (16th Ed.)*. Pearson.

David, F. R., & David, F. R. (2020). *Conceptos De Administración Estratégica (16.ª Ed.)*. Pearson Educación.

DREW. (S.F.). *¿Qué Es La Productividad?* Obtenido De <https://marketing.wearedrew.co/que-es-la-productividad>

Goddyn, M. (2021). *Csatransportation*. Obtenido De Introducción A Los Retrasos En Los Envíos: Cómo Gestionar Correctamente Una Entrega Tardía.:
<https://www.csatransportation.com/blog/shipping-delays-101-how-handle-late-delivery-right-way>

Iberoamericana, C. U. (204). *Planificación Estratégica: Cómo Establecer Metas Y Estrategias Para El Éxito Empresarial*. Obtenido De
<https://www.iber.edu.co/blog/articulos/planificacion-estrategica-para-el-exito-empresarial>

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy Into Action*. Harvard Business School Press.

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO
DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 2.0

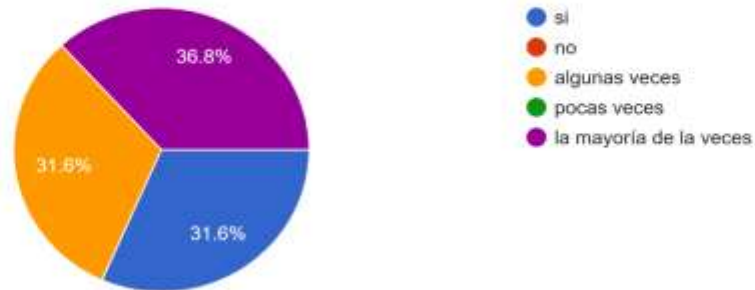
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección De Marketing (15.ª Ed.)*. Pearson Educación.
- Ley 1014. (2006). *Diario Oficial No. 46.864. Colombia*. Obtenido De Por La Cual Se Fomenta La Cultura Del Emprendimiento En Colombia.
- Ley 1480 De 2011. (S.F.). *Estatuto Del Consumidor. Diario Oficial No. 48.088. Colombia*.
- Ley 527 De 1999. (S.F.). *Por La Cual Se Reglamenta El Comercio Electrónico, Mensajes De Datos Y Firmas Digitales. Diario Oficial No. 43.098. Colombia*.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2009). *Strategy Safari: Your Complete Guide Through The Wilds Of Strategic Management (2nd Ed.)*. Pearson Education.
- Ochoa Quirola, K. G., Loaiza Massuh, E., & Huacon Cruz, P. A. (2022). Importancia De La Planificación Estratégica Para El Crecimiento Empresarial. *RECIMUNDO*. Obtenido De <https://www.recimundo.com/~recimund/index.php/es/article/view/1750>
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques For Analyzing Industries And Competitors*. Free Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating And Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating And Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Sostenible, M. D. (03 De 05 De 2026). *Temas De Planeación Y Seguimiento*. Obtenido De <https://archivo.minambiente.gov.co/index.php/temas-planeacion-y-seguimiento/47-Tema-Inicial>
- Tunja, C. D. (2023). *Informe Sectorial De Emprendimiento Artesanal. Tunja, Colombia*.
- Verhoef, P. C. (2015). *From Multi-Channel Retailing To Omni-Channel Retailing. Journal Of Retailing, 91(2), 174–181*.

Anexos

Anexo 1. Encuesta realizada en a empresa Salime.

figura 5. grafica 1 encuesta

los pedidos se están entregando dentro de las fechas establecidas
19 respuestas



fuentes: elaboración propia

Se puede evidenciar que tenemos un gran porcentaje donde los clientes ya están recibiendo los pedidos en las fechas establecidas lo que nos dice que la nueva organización funciona y se pudo sacar los pedidos en un menor tiempo posible, sin embargo, todavía hay un porcentaje un poco alto donde los pedidos se están demorando llegar por ende se tiene que seguir trabajando en como los trabajadores pueden rendir más o analizar más a fondo si de pronto ya es problema de sobrecarga de trabajo.

Figura 6. grafica 2 encuesta

la calidad que les ofrece la fabrica es rentable
19 respuestas

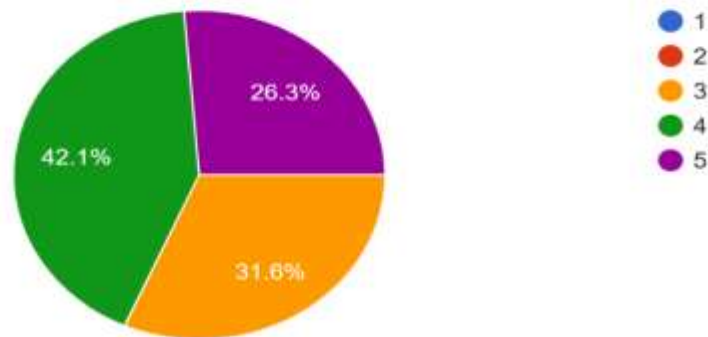


fuelle: elaboración propia

Con esta pregunta podemos ver que sin importar los cambios que se hicieron la calidad no fue afectada y que la empresa sigue teniendo intacta esa fortaleza, esto es bueno ya que había una posibilidad de que los trabajadores por sacar rápido los pedidos bajaran la calidad del producto.

Figura 7 Grafica 3

Del 1 al 5 que tanta mejoría tuvo la empresa con la entrega de los pedidos
19 respuestas

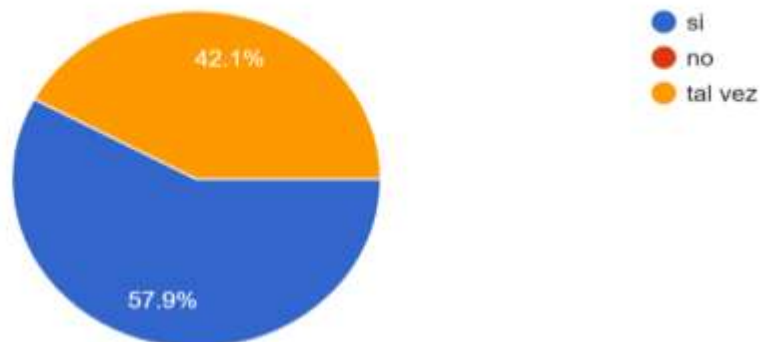


Fuente: elaboración propia

Tuvimos una gran mejoría con la entrega de los pedidos y aunque tenemos un grande porcentaje en “3” no es malo ya que solo llevamos un par de semanas implementado los cambios este porcentaje demuestra que hay que seguir trabajando y seguir dándole un seguimiento a la entrega de los pedidos.

Figura 8. Grafica 4

Nos recomendaría a otros negocios para que adquieran nuestros productos
19 respuestas

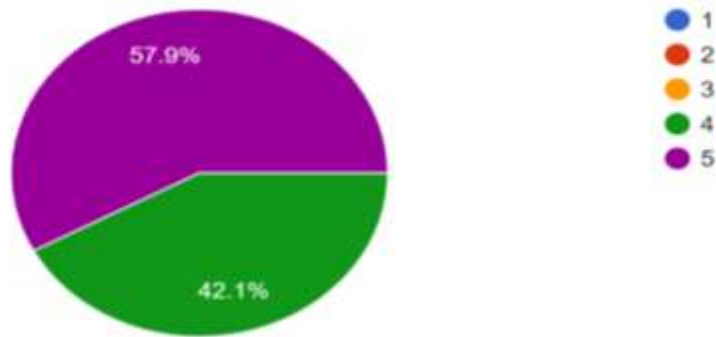


Fuente: elaboración propia

Esta pregunta fue con el fin de saber si nos podemos expandir a nuevos mercados y hemos obtenido una respuesta gratificante ya que, aunque algunos clientes lo dudaron con la respuesta “tal vez” todos los clientes de alguna manera nos recomendarían dándonos la oportunidad de expandirnos a nuevos mercados.

Figura 9. Grafica 5

De 1 a 5 que tan rentable a sido nuestros productos para tu negocio
19 respuestas



Fuente: elaboración propia

Nuestros productos son muy accesibles lo que hace que sean rentables para los negocios, en esta grafica podemos ver que los clientes piensan igual ya que los productos son de calidad a precios accesibles para el público que los consume lo que es bueno para nosotros si queremos abrir nuevos mercados.