CONSULTORIA

Lizeth Yolanis Caro De la Cerda

Kenny Gonzalo Rueda Aguirre

Catalina María Sánchez De León

Yerlis Paola Sánchez Mendoza

Universidad de pamplona

Facultad de ciencias económicas y empresariales

Diplomado de Alta Gerencia

Administración de empresas – X Semestre

2024

Contenido

I. INTRODUCCION 4
II. OBJETIVOS 5
2.1 GENERAL 5
2.2 Específicos 5
III. GERENCIA ESTRATEGICA. 6
3.1 MISION. 6
3.2 VISION. 6
3.3 VALORES. 6
3.4 PORTAFOLIO DE SERVICIOS. 7
3.5 COLABORADORES. 8
..... 9
3.6 PRESETACIÓN HISTORICA DE LE EMPRESA ESCOGIDA 9
IV. ANALISIS DEL ENTORNO ECONOMINCO NACIONAL E INTERNACIONAL 18
4.1 Descripción global del sector 18
4.2 COMO IMPACTA EN LOS ODS EL SECTOR EMPRESARIAL. 19
4.3 Análisis del sector económico desde las siguientes variables: 20
4.4 ENFOQUE INTERNACIONAL, NACIONAL, Y REGIONAL 25
V. ANALSIS TALENTO HUMANO Y CULTURA CORPORATIVA 27
5.1 DIAGNOSTICO DE NECESIDADES 27
5.2 CLASIFICACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE LAS NECESIDADES DE CAPACITACIÓN. 27
5.3 DEFINIR OBJETIVOS. 28
5.4 ELABORACION DEL PORGRAMA. 28
5.5 EJECUCIÓN 28
5.6 EVALUACION DE RESULTADOS 32
5.7 PRESUPUESTO: 33
VI. GERENCIA MERCADEO, PRODUCTIVIDAD Y ANÁLISIS COMPETITIVO. 34
6.1 MARKETING MIX 34
6.2 CINCO FUERZAS DE PORTER 34

6.3 PLAN DE MEJORAMIENTO 35
VII. GERENCIA FINANCIERA 38
VIII. PLANES TACTICOS Y OPERATIVOS. 41
8.1 MEFE 41
8.2 MEFI 42
8.3 MATRIZ PEYEA 43
8.4 MATRIZ IE 44
8.5 MATRIZ DOFA 45
8.6 MPEC 46
8.7 MPC 47
8.8 MIC MAC 48
IX. BALANCE SCORDCARD 52
9.1 PRUPUESTA DE LA NUEVA MISION Y VISION 54
9.2 PRESENTACION DEL PLAN DE ACCION 55
X. RECOMENDACIONES 57
XI. CONCLUCIONES 58
XII. BIBLIOGRAFIAS 60
XIII. ANEXOS 62

I. INTRODUCCIÓN

En el actual entorno empresarial caracterizado por su dinamismo y competitividad, las organizaciones necesitan adaptarse constantemente y mejorar sus procesos para asegurar su sostenibilidad y éxito a largo plazo.

Este trabajo se desarrolló con la finalidad de aplicar los conocimientos teóricos en un entorno práctico y real. Es por esto que se creó una empresa consultora llamada Alfa Consultores y se le realizó una consultoría integral a el Centro de Estudios y Fotocopiados Yiret (CEFYIRET), una empresa ubicada en el municipio de Fundación Magdalena; esta se dedica a ofrecer servicios de impresión, fotocopiado, elaboración de diplomas, apoyo académico, desempeñando un papel fundamental en el apoyo a estudiantes, profesionales y empresas locales

Este trabajo final se estructura en varios capítulos que abordan aspectos esenciales de la gestión empresarial. Se desarrolla la Gerencia Estratégica, definiendo la misión, visión, valores y objetivos estratégicos de CEFYIRET para establecer una dirección clara y coherente para la empresa.

Este trabajo concluye con una serie de Recomendaciones y Conclusiones, que proporcionan una hoja de ruta para el futuro crecimiento y éxito del Centro de Estudios y Fotocopiados Yiret. Además, se incluye una Bibliografía que respalda la investigación y Anexos que complementan el análisis realizado. A través de esta consultoría, Alfa Consultores no solo busca diagnosticar el estado actual de Yiret, sino también ofrecer soluciones estratégicas que potencien su competitividad y sostenibilidad a largo plazo.

II. OBJETIVOS

2.1 GENERAL

Aplicar los conocimientos obtenidos en el diplomado mediante la creación de una empresa consultora, Alfa Consultores, y realizar una consultoría integral al Centro de Estudios y Fotocopiados Yiret del municipio de Fundación Magdalena, con el fin de identificar oportunidades de mejora y desarrollar estrategias que potencien su competitividad, eficiencia operativa y sostenibilidad a largo plazo.

2.2 Específicos

- Desarrollar habilidades para realizar diagnósticos empresariales, identificando fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.
- Implementar técnicas avanzadas de análisis del entorno económico para evaluar su impacto en la empresa consultada.
- Fortalecer la capacidad de evaluar y mejorar la gestión del talento humano y la cultura corporativa, proponiendo estrategias para fomentar un ambiente laboral positivo y productivo.
- Aplicar metodologías efectivas de análisis de mercado, productividad y competitividad para desarrollar estrategias de marketing y operativas alineadas con los objetivos empresariales.

III. GERENCIA ESTRATÉGICA.

3.1 MISIÓN.

Alfa Consultores S.A. nos comprometemos a proporcionar servicios de consultoría administrativa y financiera de alta calidad, orientados a maximizar el éxito y la rentabilidad de nuestros clientes. Nos esforzamos por ofrecer soluciones integrales y personalizadas que impulsen el crecimiento sostenible de las empresas, basadas en nuestro compromiso con la excelencia, la integridad y la ética profesional.

3.2 VISIÓN.

En 5 nos visualizamos como líderes reconocidos en el campo de la consultoría administrativa y financiera, siendo el socio preferido de empresas en busca de asesoramiento experto y soluciones innovadoras para sus desafíos financieros. Aspiramos a expandir nuestra presencia a nivel nacional e internacional, manteniendo siempre nuestro compromiso con la calidad, la innovación y la satisfacción del cliente.

3.3 VALORES.

- Excelencia: Comprometidos con ofrecer servicios de consultoría de la más alta calidad, buscando siempre la excelencia en cada proyecto.
- Integridad: Actuamos con honestidad, transparencia y ética en todas nuestras interacciones con clientes, colaboradores y la comunidad en general.
- Innovación: Nos esforzamos por estar a la vanguardia de las últimas tendencias y tecnologías en análisis de datos y consultoría para ofrecer soluciones innovadoras a nuestros clientes.

- Colaboración: Trabajamos en equipo, valorando las habilidades únicas de cada miembro y fomentando un ambiente de colaboración y respeto mutuo.
- Orientación al cliente: Nos comprometemos a entender las necesidades específicas de cada cliente y a brindar soluciones personalizadas que impulsen su éxito financiero.

3.4 PORTAFOLIO DE SERVICIOS.

1. Consultoría Financiera:
   - Análisis y evaluación de estados financieros.
   - Elaboración de presupuestos y proyecciones financieras.
   - Asesoramiento en gestión de tesorería y flujo de efectivo.
   - Optimización de estructuras de capital y financiamiento
2. Consultoría Administrativa:
   - Diseño y reingeniería de procesos administrativos.
   - Implementación de sistemas de control interno.
   - Desarrollo de políticas y procedimientos empresariales.
   - Mejora de la eficiencia operativa y reducción de costos.
3. Contabilidad y Fiscalidad:
   - Registro contable y elaboración de estados financieros.
   - Presentación de declaraciones fiscales y cumplimiento tributario.
   - Asesoramiento en temas fiscales y cumplimiento de normativas.
   - Auditoría interna y externa.
4. Gestión de Recursos Humanos:
   - Evaluación y diseño de estructuras organizativas.
   - Selección y reclutamiento de personal.

- Capacitación y desarrollo del talento.
- Gestión de nóminas y beneficios laborales.

5. Servicios Especiales:
   - Evaluación de viabilidad de proyectos de inversión.
   - Valoración de empresas y activos.
   - Asesoramiento en fusiones y adquisiciones.
   - Consultoría en gestión de riesgos financieros.
6. Tecnología y analítica de datos:
   - Implementación de herramientas de análisis de datos
   - Desarrollo de modelos predictivos y de inteligencia empresarial
   - Automatización de procesos mediante tecnología
   - Capacitación en análisis de datos y tecnología empresarial.

3.5 COLABORADORES



3.6 PRESETACIÓN HISTÓRICA DE LE EMPRESA ESCOGIDA

En el año 2010, un grupo de apasionados educadores y emprendedores decidieron unir sus conocimientos y experiencia para fundar el Centro de Estudios y Fotocopiados Yiret. Inspirados por la creencia de que la educación es el motor del progreso y el desarrollo, establecieron la empresa con la visión de proporcionar servicios educativos de calidad y soluciones de impresión confiables para la comunidad.

Al principio, el centro comenzó como una pequeña tienda de fotocopias, ofreciendo servicios básicos de impresión y copiado para estudiantes y profesores locales. Sin embargo, con el tiempo, la demanda de servicios educativos más completos comenzó a crecer. Reconociendo esta oportunidad, el equipo de Yiret decidió expandir sus operaciones para incluir servicios de tutoría, diseño de materiales educativos y asesoramiento pedagógico.

Con dedicación y compromiso, el Centro de Estudios y Fotocopiados Yiret se convirtió rápidamente en un punto de referencia en la comunidad educativa. Su reputación por brindar servicios de alta calidad y su enfoque centrado en el cliente les valió el reconocimiento y la confianza de estudiantes, padres y educadores por igual

A lo largo de los años, Yiret ha seguido creciendo y evolucionando, adaptándose a las necesidades cambiantes del mundo educativo y tecnológico. Ha ampliado su gama de servicios para incluir la creación de guías de estudio personalizadas, el diseño de diplomas y menciones de honor, la planificación de clases y el desarrollo de recursos pedagógicos innovadores.

Hoy en día, el Centro de Estudios y Fotocopiados Yiret continúa siendo un líder en su campo, comprometido con su misión de proporcionar soluciones educativas integrales y de calidad para estudiantes y educadores de todas las edades y niveles académicos. Su historia es un testimonio del poder del emprendimiento y la educación para transformar vidas y comunidades.

MISIÓN

En Centro de Estudios y Fotocopiados Yiret, nos esforzamos por ser el motor del desarrollo educativo y profesional de nuestros clientes. Nuestra misión trasciende la mera prestación de servicios; aspiramos a ser socios en el viaje del aprendizaje, la excelencia académica y el crecimiento personal. Nos comprometemos a ser líderes en la innovación educativa y en la creación de recursos pedagógicos de calidad, que inspiren el pensamiento crítico, fomenten la creatividad y promuevan la equidad educativa.

VISIÓN

En Centro de Estudios y Fotocopiados Yiret, aspiramos en 4 años a ser reconocidos como líderes en la provisión de servicios educativos y la impresión de alta calidad. Nuestra enfocamos en ofrecer soluciones integrales y personalizadas que satisfagan las necesidades de nuestros clientes, contribuyendo así al éxito académico y profesional de estudiantes, tutores y educadores. Nos esforzamos por mantenernos a la vanguardia de la innovación y la excelencia en nuestro campo, asegurando un impacto positivo y duradero en la comunidad educativa a la que servimos.

PORTAFOLIO DE SERVICIO

El portafolio de servicios del Centro de Estudio y Fotocopia Yiret incluye una variedad de soluciones diseñadas para apoyar a docentes y centros educativos.

- Asesorías Pedagógicas: Brindamos asesoramiento personalizado a docentes en áreas como metodologías de enseñanza, evaluación educativa, y desarrollo curricular.
- Planificación de Clases: Ayudamos a los docentes a diseñar planes de clases efectivos, adaptados a las necesidades específicas de sus estudiantes y objetivos educativos.
- Áreas Específicas: Ofrecemos recursos y materiales especializados para diferentes áreas del conocimiento, facilitando la enseñanza y el aprendizaje en disciplinas específicas.
- Plan de Mejoramiento Educativo: Desarrollamos estrategias y programas de mejora escolar, trabajando en colaboración con instituciones educativas para elevar la calidad académica.
- Diseño de Diplomas y Menciones de Honor: Creamos diplomas personalizados y reconocimientos para premiar el logro académico y el desempeño destacado de estudiantes y educadores
- Rubricas de Evaluación: Diseñamos rubricas detalladas y personalizadas para evaluar el progreso de los estudiantes de manera objetiva y transparente.
- Talleres de estudio enfocados en las pruebas icfes basados en las áreas de matemáticas y lectura crítica.

Nuestro objetivo es proporcionar herramientas y servicios integrales que apoyen el desarrollo profesional de los educadores y contribuyan al éxito académico de los estudiantes.

Fotografías





CICLO DE VIDA DE LA EMPRRESA CESFYIRET



Equipo de ThePowerMBA. (2019, March 4). Ciclo de Vida de un Producto | Fases y Ejemplos (2023). ThePower Business School. https://www.thepowermba.com/es/blog/etapas-del-ciclo-de-vida-de-un-producto

Análisis de la Etapa de Madurez

En este punto de su ciclo de vida, Centro Educativo y Fotocopiado Yiret ha alcanzado un nivel de madurez en su mercado objetivo.

La empresa ha logrado establecer una posición sólida en el mercado, con una base estable de clientes y una reputación establecida en la comunidad. Esto sugiere que la empresa ha superado los desafíos iniciales de la fase de crecimiento y ha sido capaz de mantener un rendimiento constante durante un período prolongado.

En esta etapa, es probable que Centro Educativo y Fotocopiado Yiret esté compitiendo en un mercado maduro y altamente competitivo. Es importante destacar cómo la empresa ha sido capaz de diferenciarse de sus competidores y mantener una ventaja competitiva, ya sea a través de la calidad de sus servicios, la atención al cliente o la innovación en su oferta.

Durante la etapa de madurez, la empresa probablemente haya desarrollado relaciones sólidas con sus clientes y haya ganado su lealtad a lo largo del tiempo. Es importante destacar cómo Centro Educativo y Fotocopiado Yiret ha sido capaz de mantener la satisfacción del cliente y fomentar la lealtad a lo largo de los años, lo que contribuye a su estabilidad y éxito continuo.

Análisis FODA

Fortalezas

- Experiencia y conocimientos en educación y servicios de impresión.
- Variedad de servicios ofrecidos.
- Buena reputación y credibilidad en la comunidad.
- Enfoque en la innovación y mejora continua.

Oportunidades

- Expansión del mercado hacia nuevas áreas geográficas.
- Desarrollo de nuevos servicios complementarios.
- Alianzas estratégicas con instituciones educativas.
- Creación de canales de distribución en línea para llegar a una audiencia más amplia.

Debilidades

- Dependencia de la ubicación física.
- Limitaciones de recursos en términos de personal y tecnología.
- Competencia en un mercado maduro.
- Necesidad de inversión en tecnología actualizada y desarrollo de talento humano.

Amenazas

- Competencia intensa en el mercado local y regional.
- Cambios en las preferencias y demandas del mercado.
- Regulaciones gubernamentales y políticas educativas cambiantes.
- Mucho material de estudio gratis en el internet.

Estrategias Recomendadas:

- Diversificación de Servicios: Centro de Estudio y Fotocopiado Yiret puede considerar la introducción de nuevos servicios complementarios, como servicios de impresión personalizada en línea o programas de formación en línea, para satisfacer las necesidades emergentes del mercado y ampliar su base de clientes.
- Expansión Geográfica: Explorar oportunidades para expandir su alcance geográfico mediante la apertura de nuevas sucursales en áreas estratégicas o la asociación con instituciones educativas fuera de su ubicación actual.
- Inversión en Tecnología: Priorizar la inversión en tecnología actualizada y capacitación del personal para garantizar que la empresa pueda mantenerse al día con las últimas tendencias y ofrecer servicios de alta calidad y eficiencia a sus clientes.
- Alianzas Estratégicas: Buscar oportunidades para establecer alianzas estratégicas con instituciones educativas, empresas de tecnología o proveedores de servicios

complementarios para ampliar su oferta de servicios y llegar a nuevos segmentos de mercado.

- Enfoque en la Experiencia del Cliente: Centrarse en la mejora continua de la experiencia del cliente a través de la atención personalizada, la calidad del servicio y la innovación en los servicios ofrecidos, para fomentar la lealtad del cliente y diferenciarse de la competencia.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



EXPECTATIVAS DEL PROPIETARIOS, CLIENTE, PROVEEDORES Y TRABAJADORES

PROPIETARIO

- Crecimiento y rentabilidad: El propietario espera que el negocio crezca de manera sostenida y genere ganancias consistentes a lo largo del tiempo.
- Reputación y prestigio: Desea que Centro de Estudio y Fotocopiado Yiret mantenga una sólida reputación en la comunidad y se convierta en un referente en el mercado.
- Innovación y mejora continua: Espera que la empresa busque constantemente formas de innovar y mejorar sus servicios para mantenerse competitiva y relevante en el mercado.

CLIENTES

- Calidad y fiabilidad: Los clientes esperan que Centro de Estudio y Fotocopiado Yiret ofrezca servicios de alta calidad y confiables que satisfagan sus necesidades educativas y de impresión.
- Atención al cliente: Esperan recibir un trato amable y profesional por parte del personal de la empresa, así como una atención personalizada que les ayude a encontrar soluciones a sus necesidades.
- Variedad de servicios: Los clientes valoran la diversidad de servicios ofrecidos por la empresa y esperan tener acceso a una amplia gama de opciones para cubrir sus requerimientos.

PROVEEDORES

- Relaciones comerciales sólidas: Los proveedores esperan establecer relaciones comerciales sólidas y duraderas con Centro de Estudio y Fotocopiado Yiret, basadas en la confianza y la transparencia.
- Pago puntual: Esperan recibir pagos oportunos por los productos o servicios suministrados a la empresa, lo que les permite mantener su flujo de efectivo y operar de manera eficiente.

- Colaboración y comunicación: Desean una comunicación clara y abierta con la empresa, así como la oportunidad de colaborar en iniciativas conjuntas que beneficien a ambas partes.

TRABAJADORES

- Ambiente laboral positivo: Los trabajadores esperan un ambiente laboral positivo y respetuoso, donde se valoren sus contribuciones y se les brinde apoyo para alcanzar su máximo potencial.
- Desarrollo profesional: Esperan oportunidades de desarrollo profesional y crecimiento dentro de la empresa, incluyendo capacitación, formación y programas de desarrollo de habilidades.
- Estabilidad laboral: Desean estabilidad laboral y seguridad en el empleo, así como condiciones laborales justas y equitativas que promuevan su bienestar y satisfacción en el trabajo.

IV. ANÁLISIS DEL ENTORNO ECONÓMICO NACIONAL E INTERNACIONAL

4.1 Descripción global del sector

El centro de estudio y fotocopiado Yiret pertenece al sector servicio. En Colombia, el sector de servicios educativos y de apoyo académico abarca una amplia gama de actividades relacionadas con la educación, incluyendo instituciones educativas formales como colegios y universidades, así como servicios de apoyo educativo, como tutorías, academias y servicios de fotocopiado. (Grant 2016).

Las instituciones educativas formales (colegios y universidades): Representan un promedio del 75% del sector educativo, siendo las principales proveedoras de educación formal en el país. Servicios de apoyo educativo (tutorías, academias, servicios de fotocopiado): representan un promedio del 25% restante del sector educativo, brindando servicios complementarios y de apoyo a la educación formal. (el departamento administrativo nacional de estadísticas DANE).

Para 2022, los diez departamentos de mayor registro totalizaron el 65,6% de la matrícula; de estos, los de mayor participación fueron Bogotá D.C. (12,3%) y Antioquia (12,2%). Respecto a 2021, el mayor decrecimiento se registró en Arauca (-4,5%) y Guainía (-4,0%). Mientras, el mayor aumento en el sector se presentó en el departamento de Amazonas, en 14,2%. (El Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE).

La tasa de cobertura educativa del sector representa un indicador que sintetiza la demanda y oferta del servicio educativo. En el departamento del Magdalena, la tasa de deserción escolar en 2022 fue de 4,23%, muy cercana a la media nacional. Para el año 2024, el Ministerio de

Educación Nacional estableció un incremento general para los educadores oficiales del 10,88%. (GOBERNACION DEL MAGDALENA, SANTA MARTA 2023).

Es importante rescatar que la tasa de incrementación educativa informal presento las siguientes características para el año 2020 arrojo un 2.7%; 2021 se manejó en 3.3% y para el año 2022 se sostuvo en 3.9% (FUNDACION SIGUE AVANZANDO 2020-2023).

4.2 COMO IMPACTA EN LOS ODS EL SECTOR EMPRESARIAL.

El sector de servicios educativos y de apoyo al docente puede tener un impacto significativo en varios ODS, especialmente en la educación de calidad, el trabajo decente, la igualdad de género, y la reducción de las desigualdades. Al implementar estrategias y acciones alineadas con estos objetivos, Cefyiret no solo mejora su contribución social y ambiental, sino que también fortalece su posición en el mercado como una institución comprometida con el desarrollo sostenible.

Mejora de la Calidad Educativa: Las empresas de servicios educativos pueden contribuir a mejorar la calidad de la educación ofreciendo programas de formación continua para profesores, recursos educativos innovadores y acceso a materiales de alta calidad.

Tecnología en Servicios de Fotocopiado: Implementar impresoras y equipos de fotocopiado más eficientes y sostenibles, reduciendo el uso de papel y energía.

Reducción de Residuos: Fomentar el uso de papel reciclado y la gestión eficiente de residuos en los servicios de fotocopiado, promover prácticas sostenibles en el uso de recursos, incluyendo la digitalización de materiales para reducir la dependencia del papel.

4.3 Análisis del sector económico desde las siguientes variables:

- Entorno político.
    - **Normativas educativas:** Cambios en las políticas educativas, como la implementación de nuevas currículas, metodologías de enseñanza, y requisitos de acreditación, pueden afectar la demanda de servicios educativos adicionales.
    - **Subsidios y financiamiento:** La disponibilidad de subsidios gubernamentales para instituciones educativas y estudiantes puede influir en la demanda de servicios de apoyo educativo.
    - **Políticas laborales:** Las leyes que regulan las condiciones laborales, como el salario mínimo, beneficios sociales, y las condiciones de contratación, tienen un impacto directo en los costos operativos de las empresas de servicios educativos y de fotocopiado.
    - **Derechos de autor:** Las leyes de propiedad intelectual que regulan el uso de materiales educativos y la reproducción de documentos pueden afectar directamente el sector de fotocopiado. Las empresas deben asegurarse de cumplir con las normativas para evitar sanciones.

- Análisis del entorno económico.
    - **Desempleo:** Las tasas de empleo y desempleo influyen en el gasto de las familias en educación y servicios complementarios.
    - **Costos operativos:** Una alta inflación puede aumentar los costos de insumos como papel, tinta y equipos de fotocopiado, afectando la rentabilidad.

- **Incentivos fiscales:** Los incentivos fiscales para el sector educativo pueden fomentar el crecimiento del negocio, mientras que altos impuestos pueden restringirlo.
- **Acceso al crédito:** Las tasas de interés influencian el acceso al financiamiento para la expansión o mejoras del negocio. Tasas altas pueden desincentivar la inversión.

➢ Análisis del entorno social.

- **Tasa de crecimiento poblacional:** Un mayor número de estudiantes en escuelas, colegios y universidades aumenta la demanda de servicios educativos y de fotocopiado, el crecimiento de la población joven puede generar un mercado creciente para servicios educativos.
- **Alfabetización y educación:** Un alto nivel de alfabetización y valor social de la educación promueve una mayor demanda de servicios educativos complementarios.
- **Importancia de la educación:** En sociedades donde la educación es altamente valorada, es más probable que las familias inviertan en servicios adicionales para mejorar el rendimiento académico. Las prácticas y preferencias culturales respecto al estudio y el uso de materiales impresos o digitales afectan la demanda de servicios de fotocopiado.
- **Tendencias de consumo:** Las tendencias hacia la digitalización y el uso de tecnologías en la educación pueden influir en la demanda de fotocopias tradicionales versus materiales digitales.

- Análisis del entorno tecnológico.
    - **Avances en Tecnología:** La adopción de equipos más eficientes, rápidos y de mayor calidad puede mejorar el servicio y reducir costos operativos y a su vez pone en riesgo la demanda de fotocopias.
    - **Materiales educativos digitales:** El creciente uso de libros electrónicos, plataformas de aprendizaje en línea y otros recursos digitales afecta la demanda de materiales impresos.
    - **Conectividad y acceso a Internet:** Una buena infraestructura de Internet es esencial para el funcionamiento de servicios en línea y para la comunicación eficiente con clientes y proveedores.
    - **Redes sociales y marketing digital:** El uso de plataformas digitales y redes sociales para la promoción y comunicación con los clientes es vital para aumentar la visibilidad y atraer a nuevos clientes.

- Análisis del entorno ecológico.
    - **Cumplimiento ambiental:** Las empresas deben cumplir con normativas sobre emisiones y contaminación, lo que puede requerir inversiones en tecnologías más limpias y prácticas sostenibles.
    - **Reciclaje de papel:** La implementación de programas de reciclaje de papel puede reducir el impacto ambiental y, al mismo tiempo, ser una práctica bien vista por los clientes.
    - **Equipos de bajo consumo:** Invertir en impresoras y fotocopiadoras energéticamente eficientes reduce el consumo de energía y los costos operativos.

- **Iluminación y climatización:** La implementación de sistemas de iluminación y climatización eficientes también contribuye a la sostenibilidad ambiental y a la reducción de costos.

- Análisis del entorno legal.
  - **Leyes laborales:** Cumplir con leyes que regulan el empleo, como las relacionadas con el salario mínimo, las horas de trabajo, la seguridad laboral y los beneficios de los empleados.
  - **Contratos laborales:** Garantizar que los contratos laborales cumplan con las leyes laborales vigentes y protejan los derechos tanto del empleador como de los empleados.
  - **Registro empresarial:** Cumplir con los requisitos de registro empresarial y licencias locales, estatales y federales para operar legalmente la empresa.

PIB: Hoy se estima que Colombia destina 4.1% de su Producto Interno Bruto (PIB) a la educación pública. Esta cifra es superior al promedio latinoamericano -3.6%- pero inferior al promedio mundial de 4.8%. (ministerio de educación nacional)

Inflación: Actualmente, la tasa de inflación en nuestra región es del 4% anual. Esto significa que los precios de nuestros suministros, como papel y tinta, están subiendo, lo que podría afectar nuestros costos operativos. Para mitigar este impacto, debemos considerar ajustes periódicos en nuestros precios o buscar proveedores más económicos.

Desempleo: La tasa de desempleo local es del 8%, lo que indica una disminución en el poder adquisitivo de nuestros clientes potenciales. Esto puede afectar la demanda de nuestros servicios de fotocopiado y cursos de formación. Para contrarrestar esto, podríamos ofrecer promociones y descuentos atractivos para aumentar la clientela.

Oferta y Demanda: En nuestra área hay tres centros de fotocopiado. La demanda de servicios de fotocopiado ha disminuido ligeramente debido al aumento de la digitalización.

Costos de Operación: Los salarios de nuestros 2 colaboradores fijos suman $1.600.000 al mes, los salarios de los empleados en total incluyendo los que están en temporada alta suman $6.650.000. Estos costos fijos representan una parte considerable de nuestros gastos. Podemos optimizar estos costos mejorando la eficiencia energética de nuestras instalaciones.

Precios de la Competencia: Nuestros competidores cobran en promedio $400 por fotocopia en blanco y negro y $1.000 por fotocopia a color. Nosotros mantenemos precios similares, pero podríamos diferenciarnos ofreciendo paquetes de descuento para grandes volúmenes de copias o servicios adicionales como encuadernado gratuito para pedidos de clientes fieles.

Regulaciones Educativas: Nuestras guías de formación deben cumplir con las normativas educativas locales, incluyendo la aprobación de la secretaria de educación del Magdalena. Mantenemos actualizados todos nuestros registros y obtenemos las certificaciones necesarias para garantizar la calidad y legalidad de nuestros cursos.

Digitalización: La nueva era de la digitalización está reduciendo la demanda de fotocopias físicas y planeadores. No obstante, hemos notado un aumento en la demanda de servicios de escaneo y digitalización de documentos. Por lo tanto, hemos incorporado estos servicios en nuestra oferta.

Al comprender y adaptarse a estos factores del entorno económico, CEFYIRET puede tomar decisiones estratégicas informadas que le permitan mantenerse competitivo y prosperar en el mercado. La clave es estar siempre atento a los cambios y tendencias y ajustar nuestras estrategias en consecuencia.

4.4 ENFOQUE INTERNACIONAL, NACIONAL, Y REGIONAL

- **INTERNACIONAL**

  - **Innovaciones Tecnológicas:** Las innovaciones en tecnología, como la impresión 3D, servicios de fotocopiado en la nube y plataformas de aprendizaje en línea, están revolucionando el sector. CEFYIRET debe considerar la adopción de estas tecnologías para mantenerse relevante.
  - **Estándares Internacionales:** Adoptar y mantener estándares de calidad reconocidos internacionalmente puede mejorar la reputación y competitividad de la empresa.
  - **Mercado Global:** Considerar la expansión de servicios digitales que puedan atender a un mercado más amplio fuera de Colombia, como tutorías en línea y servicios de impresión y envío internacional.

- **NACIONAL**

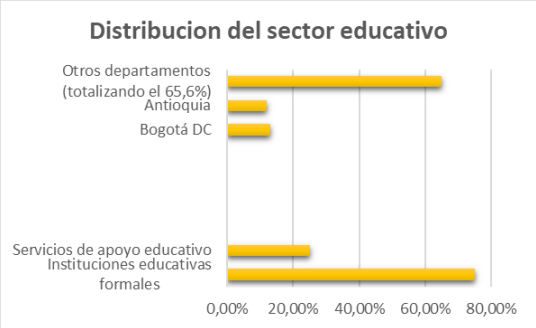
  Colombia

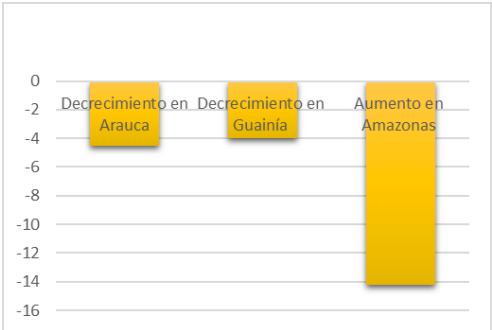
  - **Tendencias Educativas:** En Colombia, hay un creciente énfasis en la educación digital y el uso de recursos tecnológicos en el aula. Las empresas deben adaptarse a estas tendencias proporcionando servicios que complementen estos cambios, como materiales digitales y servicios de impresión bajo demanda.
  - **Regulaciones:** Las políticas educativas y regulaciones gubernamentales impactan directamente al sector, por lo que es crucial mantenerse actualizado sobre los cambios legislativos y oportunidades de subsidios y apoyos gubernamentales.
  - **Competencia Nacional:** La presencia de grandes cadenas y proveedores de servicios educativos y de fotocopiado, lo que requiere una estrategia diferenciadora y eficiente para competir.

- **REGIONAL**

Fundación, Magdalena*

- **Demanda Local:** La población de Fundación, Magdalena, consiste en una gran cantidad de estudiantes de diferentes niveles educativos, lo que crea una demanda constante para servicios de fotocopiado y educativos.
- **Relaciones con Instituciones:** CEFYIRET puede fortalecer alianzas con escuelas, colegios y universidades locales para ofrecer paquetes de servicios exclusivos y descuentos especiales.
- **Competencia Local:** Competir con otros proveedores de servicios similares mediante la diferenciación basada en la calidad del servicio, precios competitivos y atención personalizada.





(Creadas en Excel-2024)

Según el DANE, se observo que la educación en Colombia está predominantemente distribuida en diversas regiones más allá de los centros urbanos principales, con una clara mayoría de instituciones educativas formales sobre los servicios de apoyo educativo.

V. ANÁLISIS TALENTO HUMANO Y CULTURA CORPORATIVA

Describir situación actual en el área de talento humano a través del Diagnóstico:

PLAN DE CAPACITACIÓN:

5.1 DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES

La Empresa ALFA CONSULTORES S.A, diseña, planea, implementa y evalúa "**Fortaleciendo Equipos: Plan de Capacitación Integral"** que sería el nombre del presente programa de capacitación y formación para el desarrollo de nuevas capacidades y mejorar las existentes de los empleados; todo este plan se hizo realizando un estudio previo partiendo del diagnóstico tanto interno como externo de la empresa y matriz DOFA por área o departamento.

Es por ello que ALFA CONSULTORES S.A ha creado un plan de capacitación comprometido y con el objetivo final de garantizar que CEFYIRET ofrezca servicios de alta calidad, cumpla con todos los estándares y responsabilidad en toda la empresa.

5.2 CLASIFICACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE LAS NECESIDADES DE CAPACITACIÓN.

Teniendo en cuenta lo arrojado en la matriz DOFA se logró evidenciar lo siguiente:

- No cuenta con un plan formal de inducción.
- Falta de comunicación interna efectiva.
- Falta de estándares y procedimientos claros.

5.3 DEFINIR OBJETIVOS.

“Fortaleciendo Equipos: Plan de Capacitación Integral”

El objetivo es identificar, analizar y optimizar los procesos internos de la empresa a través de la capacitación y el desarrollo del personal en mejores prácticas y técnicas de trabajo, con el fin de aumentar la eficiencia, reducir los costos y mejorar la calidad del trabajo realizado.

5.4 ELABORACIÓN DEL PROGRAMA.

Estas actividades se describen minuciosamente en fichas técnicas, que son documentos donde se especifican los detalles de cada actividad, como su objetivo, contenido, duración, recursos necesarios y método de evaluación. Esto garantiza que el programa de capacitación se ejecute de manera eficaz y que se alcancen los objetivos establecidos. Las fichas técnicas son como guías detalladas que facilitan la implementación y seguimiento del plan de capacitación.

5.5 EJECUCIÓN

Ficha Técnica			
Código:	001	**Tiempo:**	2 horas
Población:	Digitadores, asesor en venta y editores.	**Número de Participantes:**	5
Tema:	Plan de Integración a la Empresa		
Titulo:	Líderes de la Integración: Empoderando a Nuestros Empleados para Capacitar		
Objetivo:	Capacitar a los empleados existentes para que puedan desempeñar el papel de capacitadores efectivos y brindar una excelente inducción a los nuevos empleados, facilitando su integración en la empresa y promoviendo una cultura de aprendizaje continuo		
Metodología:	Teórica		
Desarrollo de la actividad:	• **Bienvenida.** (Presentación de todos los asistentes) • **Presentación de un pequeño video sobre la buena capacitación.** • **Desarrollo de la temática:** breve charla sobre lo visto en el video, de la misma forma se harán preguntas e interactuaremos con todos los asistentes. • **Juego de roles:** aquí los participantes actuaran como capacitadores y nuevos empleados. Esto permitirá practicar la facilitación de sesiones de inducción y recibir retroalimentación de sus compañeros y el capacitador. • **Conclusión:** se realiza una breve conclusión y terminación del tema, recordando que al final abra una breve evaluación. • **Refrigeración.** • **Evaluación de la capacitación, registro de asistencia, y evidencia fotográfica.** • **Marcha final.**		
Recurso Físico:	Área de digitalización.	**Recurso Tecnológico:**	Equipo necesario para la presentación audiovisual como video vean, computador.

Ficha Técnica			
Código:	002	**Tiempo:**	2 horas
Población:	Todo el personal	**Número de Participantes:**	6
Tema:	Estrategias para Mejorar la Eficiencia Operativa.		
Titulo:	Técnicas para hacer un trabajo eficaz y eficiente en el punto de trabajo.		
Objetivo:	Capacitar a los empleados en técnicas y herramientas de mejora de procesos para identificar, analizar y optimizar los procedimientos existentes, con el fin de aumentar la eficiencia operativa y el rendimiento empresarial.		
Metodología:	Teórica y participativa		
Desarrollo de la actividad:	• **Bienvenida.** (presentación de todos los asistentes) • **Presentación del tema a tratar:** aquí se presentarán casos de estudio reales o simulados que muestren procesos empresariales y los problemas que enfrentan, luego se les pedirán a los asistentes que identifiquen las posibles áreas de mejoras y propongan soluciones. • Luego de esto cada participante podrá hacer de la lluvia de ideas un espacio abierto para generar soluciones creativas a problemas identificados en los procesos de CEFYIRET. • Al final de la capacitación, se pedirá a cada participante que desarrolle un plan de acción personalizado para aplicar lo aprendido en su trabajo diario • **Conclusión:** aquí se dará una charla y conclusión acerca de las respetivas practicas vistas en el video y expuestas por los visitantes en su participación. • **Refrigeración.** • **Evaluación de la capacitación, registro de asistencia y evidencia fotográfica.** • **Marcha final.**		
Recurso Físico:	Salón de digitación.	**Recurso Tecnológico:**	Computador, video vean, entre otros.

Ficha Técnica			
Código:	003	**Tiempo:**	2 horas
Población:	Todo el personal	**Número de Participantes:**	7
Tema:	Fortalecimiento de Habilidades de Comunicación y Relaciones Interpersonales.		
Titulo:	Creando un Ambiente Laboral Colaborativo y Orientado al Servicio al Cliente		
Objetivo:	Capacitar a los empleados en habilidades de comunicación efectiva y relaciones interpersonales, con el fin de promover un ambiente laboral colaborativo, empático y orientado al servicio al cliente.		
Metodología:	Ejercicios de juegos de roles, estudios de casos, discusiones en grupo y retroalimentación individualizada.		
Desarrollo de la actividad:	• **Bienvenida.** (presentación de todos los asistentes) • **Presentación del tema a tratar:** esta parte empezara con el juego de roles, en este espacio los participantes practicaran la resolución de conflictos en el lugar de trabajo. Proporcionare escenarios de conflicto y guía a los participantes a través de un proceso de negociación y búsqueda de soluciones. • Se organizará actividades de trabajo en equipo donde los participantes deban colaborar para alcanzar un objetivo común. Esto para practicar habilidades de comunicación, resolución de problemas y toma de decisiones en un entorno colaborativo. • **Conclusión:** aquí se dará una charla y conclusión acerca de las actividades realizadas en la capacitación. • **Refrigeración.** • **Evaluación de la capacitación, registro de asistencia y evidencia fotográfica.** • **Marcha final.**		
Recurso Físico:	Salón de digitación.	**Recurso Tecnológico:**	Computador, video vean, entre otros.

5.6 EVALUACIÓN DE RESULTADOS

DIAGNÓSTICO: Antes de implementar el programa de capacitación en el Centro de Estudios y Fotocopiados Yiret, se llevó a cabo un exhaustivo proceso de diagnóstico para identificar las necesidades de formación y los objetivos del programa. Se realizó un análisis de las competencias existentes y se evaluaron las áreas de mejora tanto en los empleados actuales como en los futuros capacitadores. Además, se recopiló información sobre las expectativas de los empleados y de la dirección de la empresa en relación con el programa de capacitación.

DESARROLLO: En el programa de capacitación se desarrollaron módulos de formación que abordaban temas clave, como técnicas de instrucción, habilidades de comunicación, diseño de materiales didácticos, entre otros. El desarrollo del programa incluyó la selección de metodologías de enseñanza adecuadas y la creación de recursos de aprendizaje pertinentes.

IMPACTO: Tras la implementación del programa de capacitación, se llevaron a cabo evaluaciones para medir su impacto en los empleados y en la empresa en general. Se observaron mejoras significativas en la capacidad de los empleados para impartir formación de manera efectiva, así como en la calidad de las inducciones realizadas a los nuevos empleados. Además, se registró un aumento en la satisfacción y la confianza tanto de los empleados capacitados como de los nuevos miembros del equipo.

INDICADORES: Los indicadores clave de rendimiento utilizados para medir el éxito del programa de capacitación incluyeron la tasa de participación de los empleados, la retroalimentación recibida durante y después de la capacitación, la calidad de las inducciones realizadas por los capacitadores capacitados, y el rendimiento general de los empleados en términos de productividad y satisfacción laboral.

5.7 PRESUPUESTO:

N°	ACTIVIDAD/TEMA	PERIODO	HORA	LUGAR	PRESUPUESTO			
					Refrigerio	Material pedagógico y didáctico	Valor por facilitador	Tipo de facilitador
1	Plan de integración de la empresa (líderes de la integración empleando a nuestro empleados para capacitar)	Mensual	8:00 am a 10:00 am.	sala de conferencia de las instalaciones del CENTRO DE ESTUDIO Y FOTOCOPIADO YIRETH.	$ 60.000	$ 50.000	$ 150.000	Personal externo (capacitadores).
2	Estrategias para mejorar la eficiencia operativa (técnicas para hacer un trabajo eficaz y eficiente en el punto de trabajo)	Mensual	4:00 pm a 6:00 pm.		$ 60.000	$ 50.000	$150.000	Personal Externo (capacitadores)
3	Fortalecimiento de habilidades de comunicación y relaciones interpersonales (creando un ambiente laboral colaborativo y orientado al servicio al cliente)	Mensual	8:00 am a 10:00 am.		$ 60.000	$ 50.000	$150.000	Personal Externo (capacitadores).
Subtotal					$180.000	$ 150.000	$450.000	
Total					**$**		**780.000**	

VI. GERENCIA MERCADEO, PRODUCTIVIDAD Y ANÁLISIS COMPETITIVO.

6.1 MARKETING MIX



6.2 CINCO FUERZAS DE PORTER

Rivalidad entre competidores	Intensidad de la competencia en el mercado de servicios educativos y de fotocopiado en Fundación, Magdalena, Número y tamaño de competidores locales. Diferenciación de servicios ofrecidos por competidores.
Amenazas de nuevos competidores	Barreras de entrada al mercado como la inversión inicial en equipos de fotocopiado y la lealtad de los clientes hacia CEFYIRET y otros proveedores existentes. Economías de escala alcanzadas por competidores establecidos.
Poder de negociacion de los proveedores	Concentración de proveedores de papel, tóner y otros insumos utilizados en la operación diaria. Disponibilidad de proveedores alternativos y costos asociados al cambio de proveedor.
Poder de Negociación de los Clientes	Sensibilidad de los clientes al precio y disponibilidad de servicios similares en la zona. Importancia de la calidad del servicio y la atención al cliente en la lealtad del cliente. Costo de cambiar de proveedor en términos de tiempo y esfuerzo.
Amenaza de Productos/Servicios Sustitutos	Disponibilidad de servicios educativos y de fotocopiado en línea o en otras localidades cercanas. Costo y conveniencia de utilizar servicios alternativos como la impresión en casa o en otros establecimientos.

6.3 PLAN DE MEJORAMIENTO

Debilidades

- Limitada presencia en línea.
- Dependencia de proveedores específicos.
- Capacidad de expansión limitada por recursos financieros.

Oportunidades

- Oportunidades
- Creciente demanda de educación en línea y servicios digitales.
- Avances tecnológicos en equipos de impresión y fotocopiado.
- Programas gubernamentales de apoyo a pequeñas empresas y educación.

PLAN DE MEJORAMIENTO

OBJETIVO: Ofrecer soluciones educativas personalizadas y servicios de fotocopiado eficientes, utilizando tecnologías avanzadas y prácticas sostenibles para satisfacer las necesidades de estudiantes, instituciones educativas y empresas.

Objetivos Estratégicos

- Mejorar la Calidad del Servicio.
    - Asegurar la capacitación continua del personal.
    - Implementar y mantener equipos tecnológicos de vanguardia.

- Expandir el Alcance del Mercado.
    - Aumentar la presencia en línea y las campañas de marketing digital.
    - Expandirse a nuevas regiones y mercados potenciales.

Estrategias de Marketing

- **Marketing Digital:**
  - Desarrollar una estrategia de SEO para mejorar la visibilidad en motores de búsqueda.
  - Implementar campañas en redes sociales y marketing de contenido para atraer y retener clientes.
- **Marketing Local:**
  - Participar en ferias educativas y eventos comunitarios para aumentar la visibilidad local.
  - Colaborar con instituciones educativas locales para ofrecer paquetes de servicios personalizados.

Plan de acción.

- Primer Trimestre:
  - Lanzar la estrategia de marketing digital y mejorar presencia en redes sociales.
  - Iniciar un programa de capacitación para el personal.
- Segundo Trimestre:
  - Desarrollar y lanzar la plataforma en línea para servicios educativos y pedidos de fotocopiado.
  - Iniciar alianzas con instituciones educativas locales.
- Tercer Trimestre.
  - Evaluar el impacto de las estrategias de marketing y ajustar según sea necesario.

El "Centro de Estudio y Fotocopiado Yiret" debe enfocarse en mejorar la calidad del servicio, expandir su alcance, fomentar la innovación, promover la sostenibilidad y optimizar la experiencia del cliente. Al implementar este plan estratégico, la empresa podrá fortalecer su posición competitiva, satisfacer mejor las necesidades del mercado y asegurar un crecimiento sostenible.

VII. GERENCIA FINANCIERA

La gestión financiera es un componente crucial para el éxito y la sostenibilidad de CEFYIRET. A través de una administración eficiente de los recursos financieros, la empresa puede asegurar su crecimiento, rentabilidad y estabilidad a largo plazo. Esta gestión incluye la planificación, organización, dirección y control de las actividades financieras, abarcando aspectos como la generación de ingresos, el control de costos, la rentabilidad, el flujo de caja y las estrategias de financiamiento. Un enfoque riguroso y estratégico en la gestión financiera permitirá a CEFYIRET no solo mantenerse competitiva en un mercado dinámico, sino también expandir sus servicios y mejorar continuamente la calidad de atención a sus clientes.

- **Plan de Mejoramiento para CEFYIRET: Creación de un Balance General y Estado de Resultados**

Actualmente, la empresa solo cuenta con libros contables, que realizan de forma manual lo que limita su capacidad de análisis financiero y toma de decisiones estratégicas.

OBJETIVO ESTRATÉGICO

El objetivo de este plan de mejoramiento es establecer una estructura financiera sólida para CEFYIRET mediante la creación de un Balance General y un Estado de Resultados.

La implementación de estos estados financieros proporcionará una visión clara de la situación financiera de la empresa, facilitando la planificación y gestión financiera eficiente.

Plan de acción

Paso 1: Revisión y Organización de la Información Contable

Actividades:

- Revisión de Libros Contables: Revisar y organizar todos los registros contables existentes, verificar la exactitud y completitud de los datos.
- Clasificación de Transacciones: Clasificar las transacciones en categorías como activos, pasivos, ingresos, y gastos.
- Registro de Transacciones: Registrar todas las transacciones en un software contable para facilitar el manejo y análisis de los datos.

Plazo: 1 mes

Paso 2: Creación del Balance General

Actividades:

- Identificación de Activos: Detallar todos los activos de la empresa (efectivo, cuentas por cobrar, inventario, equipos.
- Identificación de Pasivos: Listar todos los pasivos (deudas, cuentas por pagar, préstamos, etc.).
- Determinación del Patrimonio: Calcular el patrimonio neto (activos menos pasivos)
- Migración de Datos:

Migrar todos los datos contables al nuevo sistema.

Responsables:

- Gerente de la empresa
- Contador/a

CENTRO DE ESTUDIO Y FOTOCOPIADO YIRET

NIT: 32.864.229-1

BALANCE GENERAL

(Cifras Expresadas en Pesos Colombianos)

BALANCE GENERAL		
ACTIVO		
CAJA GENERAL	$	1.500.000
BANCOS	$	25.000.000
CUENTAS POR COBRAR	$	2.000.000
INVENTARIO	$	7.000.000
DETERIORO DE INVENTARIO		0.00
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	$	3.000.000
TOTAL ACTIVOS	**$**	**38.500.000**
PASIVOS		
OBLIGACIONES FINANCIERA	$	900.000
PROVEEDORES NACIONES	$	2.000.000
CUENTAS POR PAGAR	$	450.000
PRESTACIONES SOCIALES POR PAGAR	$	1.100.000
TOTAL PASIVOS	**$**	**4.450.000**
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL	$	25.830.750
RESULTADO DEL EJERCICIO	$	8.219.250
TOTAL PATRIMONIO	**$**	**34.050.000**
TOTAL PASIVOS MAS PATRIMONIO	**$**	**38.500.000**

CENTRO DE ESTUDIO Y FOTOCOPIADO YIRET

NIT: 32.864.229-1

ESTADO DE RESULTADO

(Cifras Expresadas en Pesos Colombianos)

ESTADO DE RESULTADO		
INGRESOS OPERACIONALES		
COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR	$	20.000.000
COSTO DE VENTAS		
COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR	**$**	**1.850.000**
UTILIDAD BRUTA	**$**	**18.150.000**
GASTOS OPERACIONALES		
GASTOS DE VENTAS	$	1.100.000
GASTOS DE ADMINISTRACION	$	2.000.000
ARRENDAMIENTO	$	1.000.000
UTILIDAD ANTES EL IMPUESTO	**$**	**14.050.000**
IMPUESTO GRAVAMENES Y TASAS (35%)	$	4.917.500
UTILIDAD LIQUIDA	**$**	**9.132.500**
RESERVAS		
RESERVAS OBLIATORIAS (10%)	$	913.250
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**$**	**8.219.250**

VIII. PLANES TÁCTICOS Y OPERATIVOS.

8.1 MEFE

Matriz de Evaluación de Factores Externos		Ponderación	Calificación	Producto
0,53	**Oportunidades**			
O1	Expansión del mercado hacia nuevas áreas geográficas	0,06	4	0,24
O2	Desarrollo de nuevos servicios complementarios.	0,04	3	0,12
O3	Crecimiento del mercado educativo.	0,07	4	0,28
O4	Servicios en linea.	0,06	4	0,24
O5	Adquisicion de infraestructura fisica.	0,07	3	0,21
O6	Alianza estrategica con proveedores.	0,05	4	0,20
O7	Servicio de impresión personalizado.	0,08	4	0,32
O8	Desarrollo de ventas de productos complementarios.	0,02	3	0,06
O9	Programas de capacitación para docentes.	0,04	3	0,12
O10	Programas para preparar al docente en el concurso nacional.	0,04	4	0,16
0,47	**Amenazas**			
A1	Competencia intensa en el mercado local.	0,06	1	0,06
A2	Cambios en politicas educativas.	0,05	2	0,10
A3	Material de estudio gratis en el internet.	0,09	2	0,18
A4	Disminuacion de la demanda.	0,05	2	0,10
A5	Riesgo asociados con el clima.	0,02	1	0,02
A6	Aumento de los costos de producción y material.	0,04	2	0,08
A7	Reducción del crédito para colegios y docentes.	0,06	2	0,12
A8	Avances tecnológicos en la educación.	0,03	1	0,03
A9	Riesgos cibernéticos.	0,05	1	0,05
A10	Desastres naturales.	0,02	1	0,02
		1,00		**2,71**

Con una puntuación de 2.71, aunque superior al promedio de 2.50, indica que la empresa tiene un rendimiento ligeramente favorable en el manejo de sus factores externos, pero aún hay margen significativo para mejorar, es por eso que debemos seguir aprovechando los que nos esta brindando lo externo para una mejora continua.

8.2 MEFI

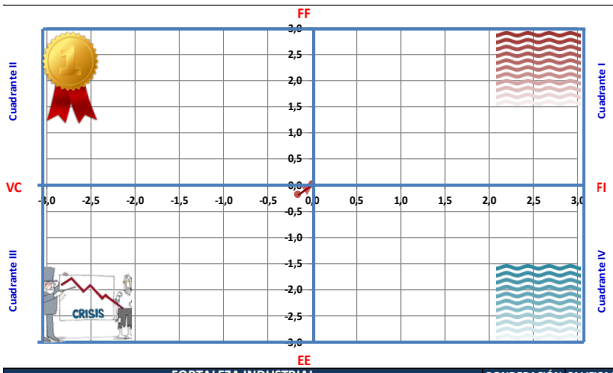
Matriz de Evaluación de Factores Internos		Ponderación	Calificación	Producto
0,64	**Fortalezas**			
F1	Excelente trayectoria empresarial.	0,09	4	0,36
F2	Variedad de servicios ofrecidos.	0,04	3	0,12
F3	Clientes satisfechos.	0,05	4	0,20
F4	Alianzas con clientes fijos.	0,08	4	0,32
F5	Amplia gama de servicios.	0,06	4	0,24
F6	Flexibiliad de horarios.	0,09	3	0,27
F7	Descuentos especiales a clientes fijos.	0,09	3	0,27
F8	Flexibilidad de pago	0,04	4	0,16
F9	Facil forma de pago	0,03	3	0,09
F10	Precios competitivos.	0,07	3	0,21
0,36	**Debilidades**			
D1	Falta de personal.	0,05	1	0,05
D2	Necesidad de inversión en tecnología actualizada.	0,05	1	0,05
D3	Falta de infraestructura propia.	0,04	2	0,08
D4	Falta de capacitacion al personal.	0,04	1	0,04
D5	Dependencia estacional del ciclo académico	0,04	2	0,08
D6	Dependencia excesiva de los servicios de impresión de diplomas.	0,04	2	0,08
D7	Poca inversión en marketing digital.	0,02	2	0,04
D8	Ausencia de un programa formal de fidelización de clientes.	0,03	1	0,03
D9	Poca diferenciacion de la competencia	0,03	2	0,06
D10	Limitaciones de recursos financieros.	0,02	2	0,04
		1,00		**2,79**

Al estudiar los factores internos con la matriz EFI nos dio un resultado de 2.79, por encima del promedio. Identificamos las fortalezas más notorias como son:

- Excelente gestión del personal y servicio al cliente.
- Capacidad para adaptarse a los cambios del mercado.
- Eficiente implementación de nuevas tecnologías para mejorar las operaciones.

Es por ello que CEFYIRET trabajara en seguir fortaleciéndolas y tratando de convertir sus debilidades en fortalezas.

8.3 MATRIZ PEYEA



Estrategias por cuadrante	
Cuadrante I	Estrategia Agresiva
	Desarrollo Interno
	Integración
	Intensivas
	Diversificación
Cuadrante II	Estrategia Conservadora
	Desarrollo Interno
	Intensivas
	Diversificación relacionada
	Diferenciación / Enfoque de diferenciación
Cuadrante III	Estrategia Defensiva
	Desarrollo Interno
	Recorte de gastos
	Desinversión
	Liquidación
	Liderazgo de costos / Enfoque de costos
Cuadrante IV	Estrategia Competitiva
	Desarrollo Interno
	Innovación en valor
	Integración / Intensivas

Factor	Prom Pond	Coordenada	Origen
FI	4,8	X	X
VC	-5,0	-0,2	0,0
FF	4,9	Y	Y
EA	-5,1	-0,2	0,0

Estrategias de Integración
Integración hacia adelante
Integración hacia atrás
Integración horizontal

Estrategias Intensivas
Penetración en el mercado
Desarrollo de mercado
Desarrollo de producto

Estrategias de Diversificación
Diversificación concéntrica (relacionada)
Diversificación horizontal (no relacionada)
Diversificación de conglomerados

	FORTALEZA INDUSTRIAL	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PRODUCTO
FI 1	Experiencia en el sector educativo.	0,14	6	0,84
FI 2	Equipo calificado	0,13	5	0,65
FI 3	Red de proveedores confiables	0,10	4	0,40
FI 4	Capacidad de personalizacion.	0,10	6	0,60
FI 5	Reputacion solidad	0,09	6	0,54
FI 6	Variedad de servicios.	0,09	3	0,27
FI 7	Innovacion continua	0,11	4	0,44
FI 8	Enfoque en la satisfacion del cliente.	0,08	5	0,40
FI 9	Tecnologia necesaria.	0,06	3	0,18
FI 10	Capacidad de adaptacion.	0,10	5	0,50
		1,00		4,82

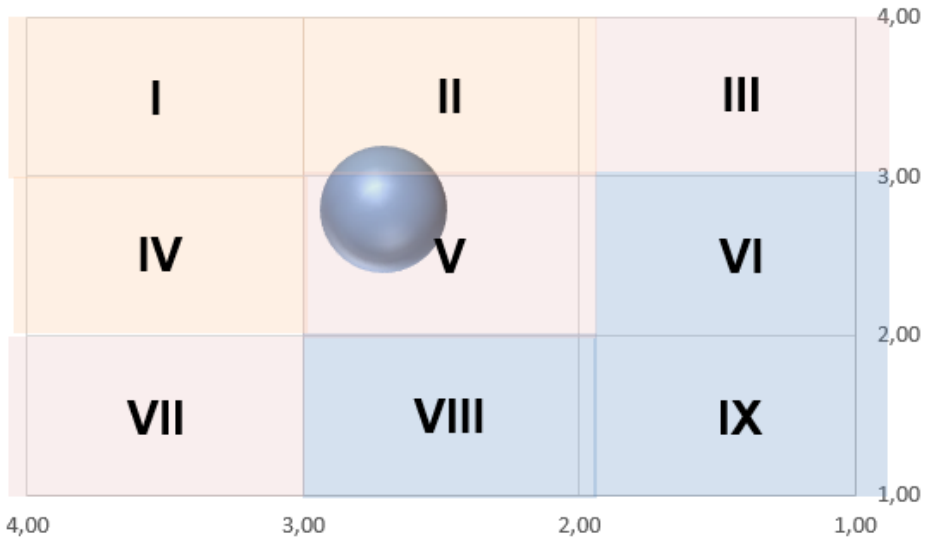
	VENTAJA COMPETITIVA	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PRODUCTO
VC 1	Servicio personalizado	-0,10	4	-0,40
VC 2	Calidad garantizada	-0,14	5	-0,70
VC 3	Rapidez de entrega	-0,15	5	-0,75
VC 4	Precios competitivos	-0,09	4	-0,36
VC 5	Atencion al cliente	-0,10	5	-0,50
VC 6	Experiencia y conocimineto	-0,10	6	-0,60
VC 7	Flexibilidad en los servicios	-0,08	4	-0,32
VC 8	Reputacion y confianza	-0,09	5	-0,45
VC 9	Conveniencia y accesibilidad	-0,07	6	-0,42
VC 10	Compromiso con los clientes.	-0,08	6	-0,48
		-1,00		-4,98

	FORTALEZA FINANCIERA	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PRODUCTO
FF 1	Flujo de efectivo estable	0,09	5	0,45
FF 2	Baja deuda	0,11	5	0,55
FF 3	Margenes de ganacias estables.	0,04	6	0,24
FF 4	Eficiencia en costos.	0,05	6	0,30
FF 5	Resserva financiera.	0,12	4	0,48
FF 6	Buena relacion con proveedores.	0,12	6	0,72
FF 7	Eficiencia en la gestion de inventario.	0,12	5	0,60
FF 8	Politica de credito prudente.	0,15	4	0,60
FF 9	Uso eficiente de los recursos.	0,12	4	0,48
FF 10	Resiliencia antes criris.	0,08	6	0,48
		1,00		4,90

	ESTABILIDAD DEL ENTORNO	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PRODUCTO
EA 1	Estabilidad con clientes.	-0,21	5	-1,05
EA 2	Entorno economico	-0,10	5	-0,50
EA 3	Tendecias del mercado	-0,09	5	-0,45
EA 4	Estabilidad de precios.	-0,09	5	-0,45
EA 5	Estabilidad con los proveedores.	-0,20	6	-1,20
EA 6	Reduccion de la demanda	-0,06	4	-0,24
EA 7	Estabilidad en los costos de produccion.	-0,09	5	-0,45
EA 8	Estabilidad en la confianza.	-0,01	6	-0,06
EA 9	Estabilidad climatica.	-0,06	4	-0,24
EA 10	Estabilidad en politicas educativas.	-0,09	5	-0,45
		-1,00	-2,0	-5,09

Como podemos observar en el cuadro de la matriz nos arrojó estrategias defensivas como estrategias, decidimos escoger la diversificación concéntrica, la empresa tiene muy buenas fortalezas y oportunidades que les brinda el municipio y la zona donde se encuentre; al escoger esta estrategia la empresa buscara implementar nuevos servicios relacionados con el principal, no saliéndose de su misión y su visión como empresa, ya que con la experiencia en el mercado y con la atención al cliente personalizada que el CESFYIRE ofrece, puede ser usada como una gran fortaleza.

8.4 MATRIZ IE



	Crecer y Construir
	Proteger y mantener
	Cosechar o desinvertir

X	Y	PROM
EFI	EFE	BURBUJA
2,71	2,79	2,75

La empresa se encuentra en proteger y mantener, gracias a las fortalezas que ella tiene, puede proteger todo su talento humano, mantener su reputación, lo que se ha ganado con su responsabilidad, compromiso atreves de los años.

Centro de Estudio y Fotocopiados Yiret debe asegurarse de contar con tecnología actualizada que le permita ofrecer diseños innovadores, personalizados y de alta calidad a sus clientes, además de esto la empresa debe enfocarse en la retención y desarrollo del talento creativo que le permite generar diseños únicos y atractivos para sus productos y sin dejar atrás los

proveedores y clientes deberá seguir teniendo sus relaciones sólidas, así como hasta el momento, sin dejar atrás la mejora continua.

8.5 MATRIZ DOFA

Matriz de F ortalezas, O portunidades, D ebilidades, A menazas	Fortalezas	Debilidades
	F1 Excelente trayectoria empresarial.	D1 Falta de personal.
	F2 Variedad de servicios ofrecidos.	D2 Necesidad de inversión en tecnología actualizada.
	F3 Clientes satisfechos.	D3 Falta de infraestructura propia.
	F4 Alianzas con clientes fijos.	D4 Falta de capacitacion al personal.
	F5 Amplia gama de servicios.	D5 Dependencia estacional del ciclo académico
	F6 Flexibiliad de horarios.	D6 Dependencia excesiva de los servicios de impresión de diplomas.
	F7 Flexibilidad de pago	D7 Poca inversión en marketing digital.
	F8 Flexibilidad de pago	D8 Ausencia de un programa formal de fidelización de clientes.
	F9 Precios competitivos.	D9 Poca diferenciacion de la competencia
	F10 Precios competitivos.	D10 Limitaciones de recursos financieros.

Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
O1 Expansión del mercado hacia nuevas áreas geográficas	F4O2: Desarrollo Mercado, Penetración en el Mercado	D3O1: Desarrollo Interno
O2 Desarrollo de nuevos servicios complementarios.	F4O3: Desarrollo Mercado, Desarrollo Producto	D3O2: Desarrollo Interno
O3 Crecimiento del mercado educativo.	F4O4: Desarrollo Producto	D3O3: Desarrollo Interno
O4 Servicios en linea.	F4O5: Desarrollo Mercado	D3O4: Desarrollo Interno
O5 Adquisicion de infraestructura fisica.	F5O2: Desarrollo Mercado	D3O5: Desarrollo Interno
O6 Alianza estrategica con proveedores.	F5O3: Desarrollo Mercado, Desarrollo Producto	D4O1: Desarrollo Interno
O7 Servicio de impresión personalizado.	F5O5: Desarrollo Mercado	D4O2: Desarrollo Interno
O8 Desarrollo de ventas de productos complementarios.	F8O3: Desarrollo Interno	D4O3: Desarrollo Interno
O9 Programas de capacitación para docentes.	F8O4: Desarrollo Interno	D4O4: Desarrollo Interno
O10 Programas para preparar al docente en el concurso nacional.	F8O5: Desarrollo Interno	D4O5: Desarrollo Interno
	F1O2: Desarrollo Mercado	
	F1O4: Desarrollo Mercado, Desarrollo Producto	
	F7O1: Desarrollo Producto	
	F7O3: Desarrollo Mercado	
	F7O4: Desarrollo Mercado	
	F2O2: Desarrollo Mercado, Desarrollo Producto	
	F2O5: Desarrollo Mercado, Desarrollo Producto	
	F3O2: Desarrollo Mercado	
	F3O5: Desarrollo Mercado	

Resultado	
18	Desarrollo de Mercado
16	Desarrollo Interno
14	Desarrollo de Producto

Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
A1 Competencia intensa en el mercado local.	F4A3: Desarrollo de Producto	D3A5: Desarrollo Interno, Penetración Mercado
A2 Cambios en politicas educativas.	F4A5: Desarrollo de Producto	D4A5: Desarrollo Interno
A3 Material de estudio gratis en el internet.	F8A5: Desarrollo Interno	D2A2: Desarrollo Producto, Diferenciación
A4 Disminuacion de la demanda.	F1A2: Desarrollo Mercado	D1A1: Desarrollo Producto
A5 Riesgo asociados con el clima.	F1A5: Desarrollo Mercado	D3A1: Desarrollo Producto
A6 Aumento de los costos de producción y material.	F4A2: Desarrollo de Producto	D3A7: Desarrollo Mercado
A7 Reducción del crédito para colegios y docentes.		D2A5: Desarrollo Producto
A8 Avances tecnológicos en la educación.	F3A7: Diferenciación	
A9 Riesgos cibernéticos.	F3A2: Desarrollo Mercado	
A10 Desastres naturales.		

8.6 MPEC

MATRIZ DE LA PLANEACION ESTRATEGICA CUANTITATIVA			Desarrollo Mercado		Desarrollo Interno		Desarrollo Producto	
0.53	OPORTUNIDADES	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PRODUCTO	CALIFICACIÓN	PRODUCTO	CALIFICACIÓN	PRODUCTO
O1	Expansión del mercado hacia nuevas áreas geográficas	0,06	4	0,24	4	0,24	4	0,24
O2	Desarrollo de nuevos servicios complementarios.	0,04	4	0,16	4	0,16	3	0,12
O3	Crecimiento del mercado educativo.	0,07	4	0,28	4	0,28	3	0,21
O4	Servicios en linea.	0,06	4	0,24	4	0,24	4	0,24
O5	Adquisicion de infraestructura fisica.	0,07	4	0,28	4	0,28	4	0,28
O6	Alianza estrategica con proveedores.	0,05	2	0,10	1	0,05	3	0,15
O7	Servicio de impresión personalizado.	0,08	3	0,24	1	0,08	3	0,24
O8	Desarrollo de ventas de productos complementarios.	0,02	2	0,04	1	0,02	1	0,02
O9	Programas de capacitación para docentes.	0,04	2	0,08	1	0,04	1	0,04
O10	Programas para preparar al docente en el concurso nacional.	0,04	2	0,08	1	0,04	1	0,04
0.47	AMENAZAS	PONDERACIÓN						
A1	Competencia intensa en el mercado local.	0,06	2	0,12	2	0,12	2	0,12
A2	Cambios en politicas educativas.	0,05	3	0,15	3	0,15	3	0,15
A3	Material de estudio gratis en el internet.	0,09	4	0,36	4	0,36	4	0,36
A4	Disminuacion de la demanda.	0,05	4	0,20	3	0,15	3	0,15
A5	Riesgo asociados con el clima.	0,02	1	0,02	2	0,04	4	0,08
A6	Aumento de los costos de producción y material.	0,04	2	0,08	3	0,12	2	0,08
A7	Reducción del crédito para colegios y docentes.	0,06	3	0,18	3	0,18	1	0,06
A8	Avances tecnológicos en la educación.	0,03	3	0,09	2	0,06	2	0,06
A9	Riesgos cibernéticos.	0,05	3	0,15	3	0,15	2	0,10
A10	Desastres naturales.	0,02	2	0,04	1	0,02	1	0,02
0.64	FORTALEZAS	PONDERACIÓN						
F1	Excelente trayectoria empresarial.	0,09	4	0,36	3	0,27	4	0,36
F2	Variedad de servicios ofrecidos.	0,04	3	0,12	3	0,12	2	0,08
F3	Clientes satisfechos.	0,05	4	0,20	4	0,20	4	0,20
F4	Alianzas con clientes fijos.	0,08	4	0,32	3	0,24	3	0,24
F5	Amplia gama de servicios.	0,06	4	0,24	4	0,24	3	0,18
F6	Flexibiliad de horarios.	0,09	2	0,18	1	0,09	2	0,18
F7	Descuentos especiales a clientes fijos.	0,09	1	0,09	2	0,18	3	0,27
F8	Flexibilidad de pago	0,04	3	0,12	2	0,08	4	0,16
F9	Facil forma de pago	0,03	3	0,09	3	0,09	3	0,09
F10	Precios competitivos.	0,07	3	0,21	2	0,14	3	0,21
0.36	DEBILIDADES	PONDERACIÓN						
D1	Falta de personal.	0,05	1	0,05	3	0,15	1	0,05
D2	Necesidad de inversión en tecnología actualizada.	0,05	4	0,20	3	0,15	4	0,20
D3	Falta de infraestructura propia.	0,04	3	0,12	2	0,08	1	0,04
D4	Falta de capacitacion al personal.	0,04	4	0,16	2	0,08	2	0,08
D5	Dependencia estacional del ciclo académico	0,04	4	0,16	3	0,12	4	0,16
D6	Dependencia excesiva de los servicios de impresión de diplomas.	0,04	3	0,12	4	0,16	2	0,08
D7	Poca inversión en marketing digital.	0,02	4	0,08	2	0,04	1	0,02
D8	Ausencia de un programa formal de fidelización de clientes.	0,03	3	0,09	3	0,09	2	0,06
D9	Poca diferenciacion de la competencia	0,03	2	0,06	2	0,06	2	0,06
D10	Limitaciones de recursos financieros.	0,02	3	0,06	3	0,06	4	0,08
2,00	TOTAL PONDERACIONES	2,00	PROM POND	6,16	PROM POND	5,42	PROM POND	5,56
				2,45		2,23		2,12

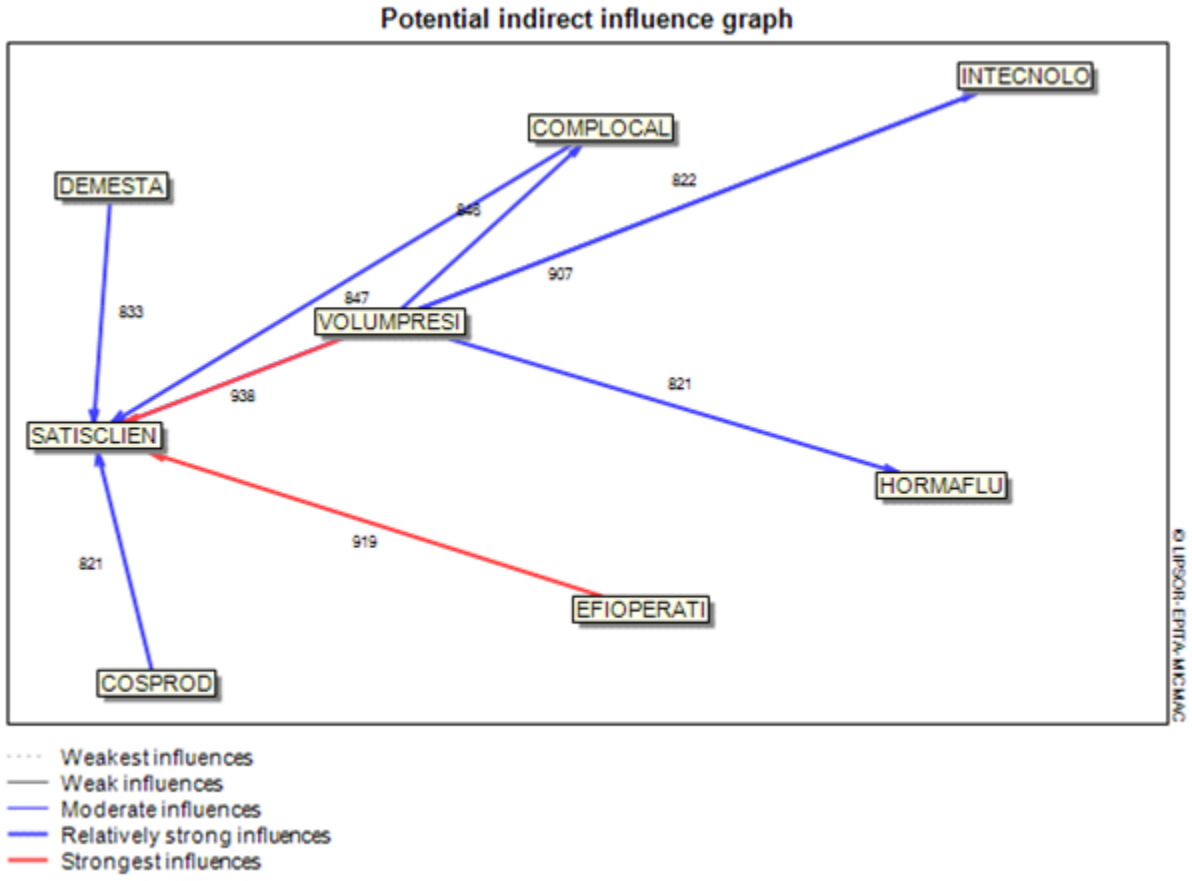
Destacando la puntuación más alta (2.45, desarrollo de mercado) la empresa deberá llevar acabo será aprovechar las alianzas con clientes fijos para expandir tu presencia en nuevas regiones o mercados geográficos. Esta estrategia se centra en utilizar la red de contactos y la satisfacción del cliente actual para introducir tus productos o servicios en áreas donde aún no tienes presencia.

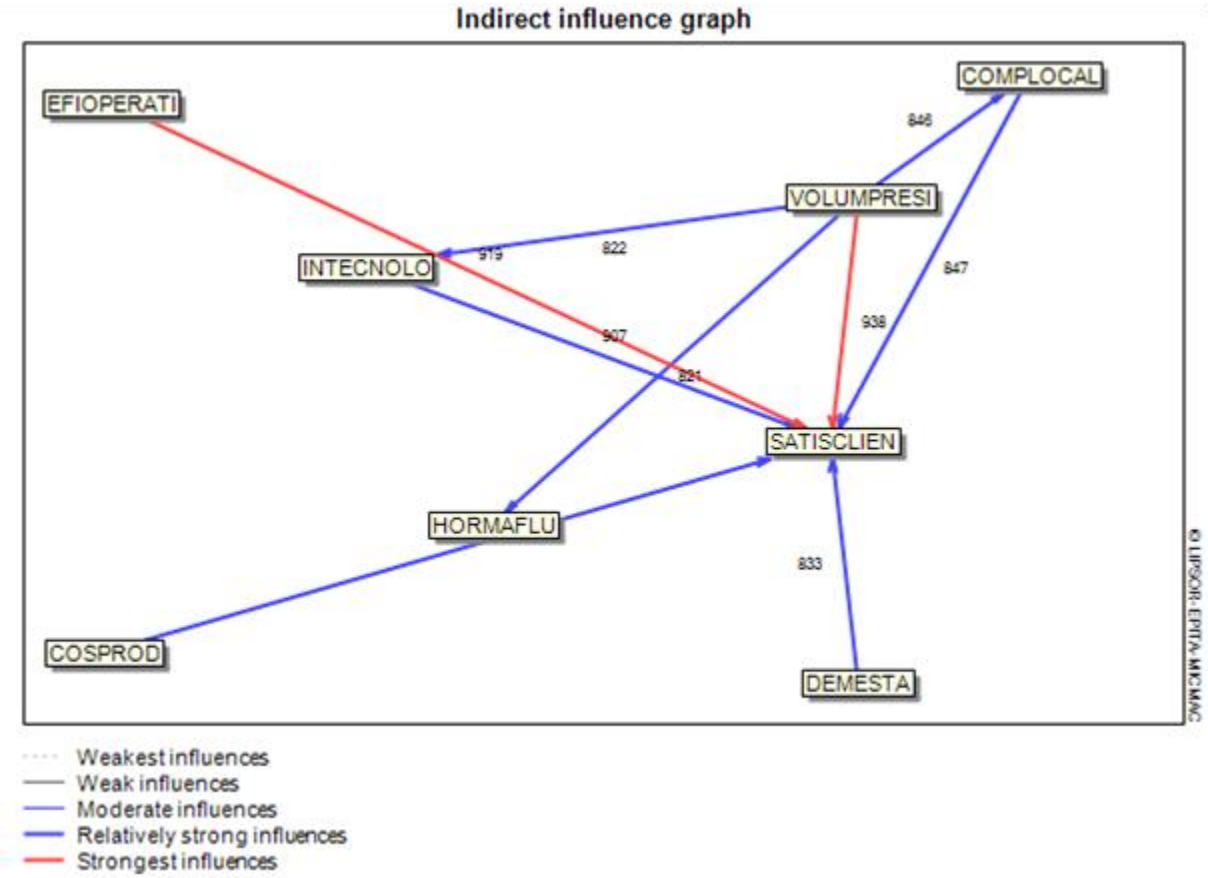
8.7 MPC

Factores Críticos de Éxito	Peso	CESYIRET		Calicopias		Mr. estudio e impresiones	
		Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado
Marketing.	0,08	1	0,08	1	0,08	2	0,16
Participación en el mercado.	0,3	3	0,9	4	1,2	4	1,2
Comparación de precios	0,05	3	0,15	2	0,1	2	0,1
Calidad de producto.	0,2	4	0,8	4	0,8	3	0,6
Lealtal del cliente.	0,06	3	0,18	4	0,24	3	0,18
Innovacion tecnologica.	0,07	3	0,21	4	0,28	4	0,28
Alianzas estartegicas.	0,1	4	0,4	2	0,2	2	0,2
Atencion al cliente.	0,1	4	0,4	4	0,4	3	0,3
Servicos complementarios	0,02	2	0,04	4	0,08	4	0,08
Servicio personalizado.	0,02	4	0,08	3	0,06	3	0,06
TOTAL	**1**		**3,24**		**3,44**		**3,16**

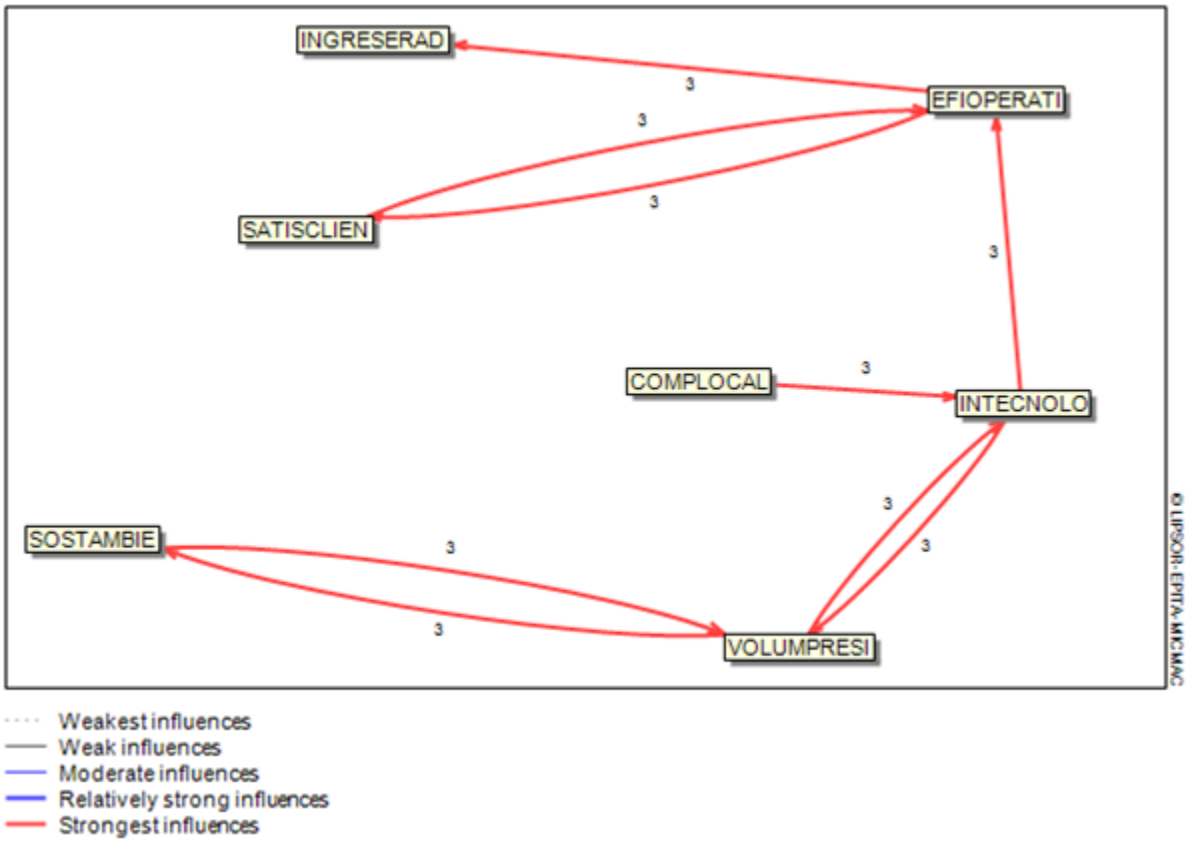
Como observamos CESFYIRET se encuentra en la segunda posición en el municipio de Fundación, basado en la matriz podemos decir que: aunque la calificación de CESYIRET en innovación tecnológica no es la más baja, este factor tiene un peso considerable y es fundamental para el crecimiento a largo plazo en un mercado competitivo.

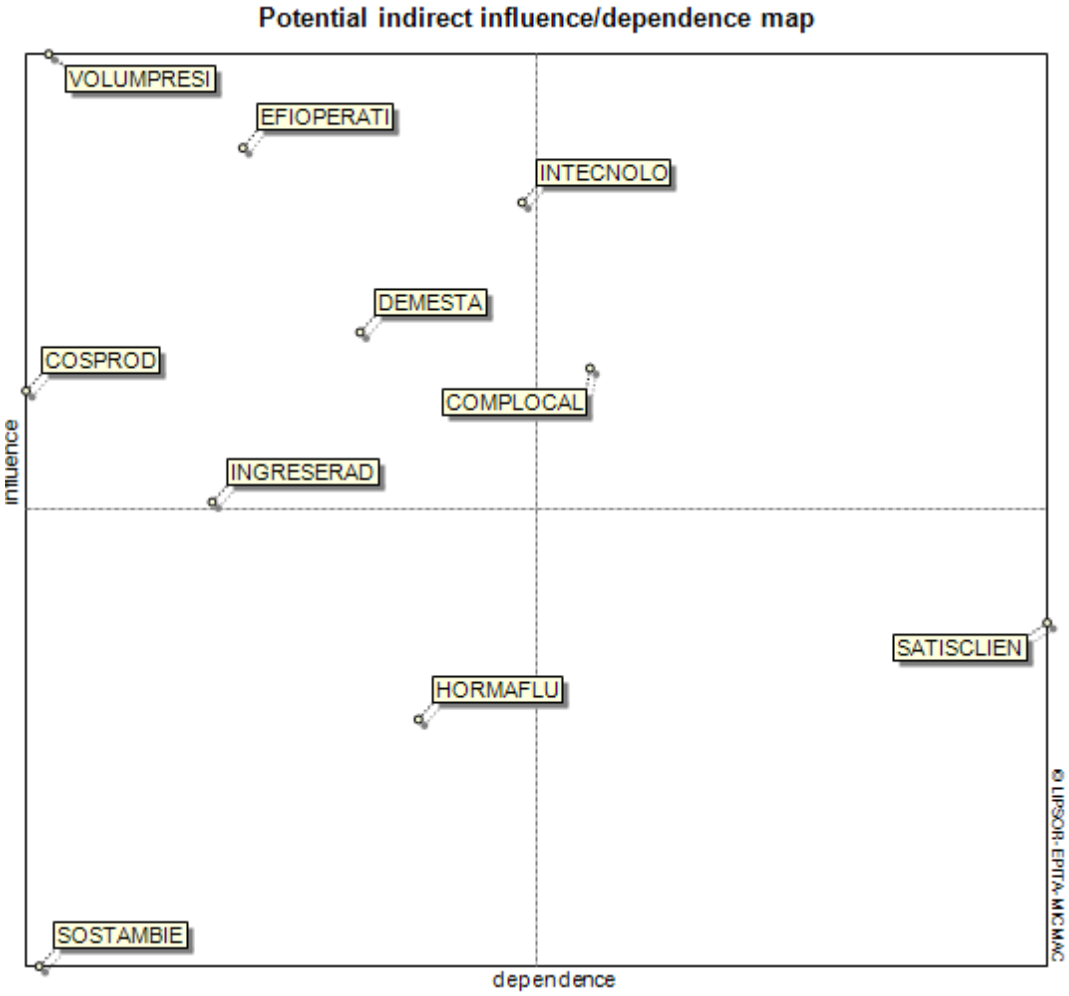
8.8 MIC MAC


Potential indirect influence graph
INTECNOLO
COMPLOCAL
DEMESTA
822
846
907
847
833
VOLUMPRESI
938
821
SATISCLIEN
HORMAFLU
919
821
EFIOPERATI
COSPROD
© LIPSOR-EPITA MICMAC
Weakest influences
Weak influences
Moderate influences
Relatively strong influences
Strongest influences


Indirect influence graph
EFIOPERATI
COMPLOCAL
VOLUMPRESI
INTECNOLO
SATISCLIEN
HORMAFLU
COSPROD
DEMESTA
848
919
822
847
938
907
821
833
Weakest influences
Weak influences
Moderate influences
Relatively strong influences
Strongest influences

Potential direct influence graph





Como podemos observar en la gráfica de la variable dependiente, nos arrojó en el cuadrante superior derecho una variable dependiente (La competencia local) es una variable que tanto influye como depende de muchos factores internos y externos. Gestionar bien esta variable es esencial para mantenerse competitivo.

CEFYIRET debe enfocar sus esfuerzos estratégicos. Mejorar la eficiencia operativa, gestionar bien el presupuesto y costos, y estar a la vanguardia en tecnología son acciones clave. Además, la empresa debe mantenerse receptiva a la demanda estudiantil y competencia local, asegurando así un crecimiento sostenible y competitivo en el sector educativo y de fotocopiado.

IX. BALANCE SCORDCARD

OBJETIVO ESTRATEGICO	ESTRATEGIAS	Fecha inicio	fecha final	META	DESCRIPCION	TACTICAS	fecha Inicio	Fecha final	META	DESCRIPCION	INDICADORES	
Mejorar la calidad del servicio al cliente	Capacitación del personal por temporada.	15/03/2024	18/05/2024	85%	Implementar plan de formacion para el personal enfocado en habilidades de atencion al cliente, resolucion de problemas y empatia hacia los clientes con inclusividad.	Guías y manuales de apoyo.	15/03/2024	18/05/2024	85%	Crear y distribuir guías de referencia rápidas que los empleados puedan usar durante su jornada laboral.	Indice de eficacia por temporada.	mejora en desempeño-capacitacion/desempeño-capacitacion*100
	Sistema de retroalimentación.		15/05/2024	70%	Establecer mecanismos para recibir comentarios o sugerencias de los clientes de manera regular, ya sea atarves de encuentas, o plataformas en linea.	Redes sociales y plataformas de opinión.		15/05/2024	70%	Monitorear y responder a comentarios y reseñas en redes sociales.	Indice de retroalimentacion	numero de sugenrencias implementadas/total de sugerencias recibidas*100
	Personalizacion y atencion individualizada.	20/03/2024	10/04/2024	90%	Adoptar un enfoque personalizado en el servicio al cliente, reconociendo a los clientes por su nombre, recordando sus prefrencias y brindandosoluciones a sus necesidades.	Ofrecimiento de soluciones personalizadas.	20/03/2024	10/04/2024	90%	Contactar proactivamente a los clientes para ofrecer soluciones o servicios basados en sus interacciones anteriores.	indice de satisfaccion de atencion personalizada	puntuacion total de satisfacion de atencion personalizada/numero toal de encuestas completadas*100

OBJETIVO ESTRATEGICO	ESTRATEGIAS	Fecha inicio	fecha final	META	DESCRIPCION	TACTICAS	fecha Inicio	Fecha final	META	DESCRIPCION	INDICADORES	
Crear estrategias de marketing digital	Contenido de valor en Redes Sociales.	15/03/2024	18/05/2024	70%	El centro compartira contenido relevante y util en sus redes sociales, como consejos de estudios, noticias educativas, guias de impresión y con esto ayudara a crear una comunidad educativa y atraera a potenciales clientes interesados.	Interacción y compromiso.	15/03/2024	18/05/2024	70%	Mantener una comunicación activa con los seguidores respondiendo a sus comentarios y mensajes privados de manera oportuna.	tasa de interacion al implemetar las redes sociales	total de interaciones (comentarios,like,compartidas,vistas, click en el enlace,motores de busquedas, descargas,tokes/alcance total del contenido)*100
	Optimizacion de sitio web.	15/03/2024	18/05/2024	40%	ayuda a que el sitio web sea más accesible, rápido, relevante y atractivo para los usuarios, lo que en última instancia puede conducir a un mejor ranking y más tráfico orgánico.	Análisis y optimización continua.		18/05/2024	40%	Recoger y analizar el feedback de los usuarios para realizar mejoras continuas.		
	Optimizacion de motores de busquedas.	15/03/2024/	10/04/2024	30%	Esto implica la inclusión de palabras clave relevantes en el contenido del sitio, la optimización de la velocidad de carga y la creación de enlaces internos y externos.	Investigación de palabras clave.		10/04/2024	30%	Evaluar las palabras clave utilizadas por los competidores y encontrar oportunidades de mejora.		

OBJETIVO ESTRATEGICO	ESTRATEGIAS	Fecha inicio	fecha final	META	DESCRIPCION	TACTICAS	fecha Inicio	Fecha final	META	DESCRIPCION	INDICADORES	
Desarrollar alianzas estratégicas:	Ampliar las alianzas con instituciones departamentales.	15/03/2024	15/05/2024	6	Establece alianzas con escuelas, universidades o academias locales para ofrecer descuentos especiales a estudiantes y profesores.	Identificación y mapeo de Instituciones Clave.	15/03/2024	15/05/2024	6	Realizar un análisis detallado para identificar las instituciones departamentales relevantes que puedan aportar valor a la alianza.	indice de nuevas alianzas	numero de nuevas alianzas con instituciones en el año/objetivo de alianzas anual*100
	Identificacion de socios potenciales.	15/03/2024	18/05/2024	4	Una vez identificados, se iniciara el proceso de negociación para establecer acuerdos claros y beneficiosos para ambas partes.	Negociación y establecimiento de acuerdos.		18/05/2024	4	Establecer objetivos claros y buscar asesoramiento especializado para garantizar acuerdos equitativos.	indice alianzas con socios	numero de alizas con socios nuevos/objetivos de alianzas de socios por año*100
	Crear alianzas con proveedores.	15/03/2024	18/05/2024	4	Crear alianzas estratégicas con proveedores es esencial para optimizar la cadena de suministro, reducir costos, mejorar la calidad de los productos y servicios, y fomentar la innovación.	Establecer Objetivos Comunes.		18/05/2024	4	Trabajar junto con los proveedores para definir metas y objetivos compartidos que beneficien a ambas partes.	indice de alianzas con provedores	numero de alizas con proveedores nuevos/objetivos de alizas con proveedores por año*100

Perspectiva	Cod	estrategias	INDICADOR	INDUCTOR	INICIATIVA(tactica)
Perspectiva de Innovación y Aprendizaje	I1	Capacitación del personal por temporada.	indice de eficacia por temporada.	Auxiliar Administrativa	Guías y manuales de apoyo.
	I2	Sistema de retroalimentación.	Indice de retroalimentacion	Auxiliar Administrativa	Redes sociales y plataformas de opinión.
Perspectiva de los Procesos Internos	P1	Personalizacion y atencion individualizada.	indice de satisfaccion de atencion personalizada	Atencion al cliente	Ofrecimiento de soluciones personalizadas.
	P2	Contenido de valor en Redes Sociales.	tasa de interacion al implemetar las redes sociales	Auxiliar Administrativa	Interacción y compromiso.
	P3	Optimizacion de sitio web.	tasa de interacion al implemetar las redes sociales	Ingeniero en sistema	Análisis y optimización continua.
	P4	Optimizacion de motores de busquedas.	tasa de interacion al implemetar las redes sociales	Ingeniero en sistema	Investigación de palabras clave.
	P5	Crear alianzas con proveedores.	indice de alianzas con provedores	Gerente	Establecer Objetivos Comunes.
Perspectiva de los Clientes	C1	Ampliar las alianzas con instituciones departamentales.	indice de nuevas alianzas	Gerente	Identificación y mapeo de Instituciones Clave.
Perspectiva Financiera	F1	Identificacion de socios potenciales.	indice alianzas con socios	Gerente	Negociación y establecimiento de acuerdos.

Perspectiva	Cod	Objetivos Estratégicos Generales	INDICADOR	INDUCTOR	INICIATIVA	Peligro	Precaucion	Meta	Resultado Actual
Perspectiva de Innovación y Aprendizaje	I1	Capacitación del personal por temporada.	indice de eficacia por temporada.	Auxiliar Administrativa	Guías y manuales de apoyo.		82%	85%	82%
	I2	Sistema de retroalimentación.	Indice de retroalimentacion	Auxiliar Administrativa	Redes sociales y plataformas de opinión.			70%	99%
Perspectiva de los Procesos Internos	P1	Personalizacion y atencion individualizada.	indice de satisfaccion de atencion personalizada	Atencion al cliente	Ofrecimiento de soluciones personalizadas.			90%	92%
	P2	Contenido de valor en Redes Sociales.	tasa de interacion al implemetar las redes	Auxiliar Administrativa	Interacción y compromiso.		71%	70%	71%
	P3	Optimizacion de sitio web.	tasa de interacion al implemetar las redes	Ingeniero en sistema	Análisis y optimización continua.		62%	40%	62%
	P4	Optimizacion de motores de busquedas.	tasa de interacion al implemetar las redes	Ingeniero en sistema	Investigación de palabras clave.		33%	30%	33%
	P5	Crear alianzas con proveedores.	indice de alianzas con provedores	Gerente	Establecer Objetivos Comunes.			4	83%
Perspectiva de los Clientes	C1	Ampliar las alianzas con instituciones departamentales.	indice de nuevas alianzas	Gerente	Identificación y mapeo de Instituciones Clave.			6	100%
Perspectiva Financiera	F1	Identificacion de socios potenciales.	indice alianzas con socios	Gerente	Negociación y establecimiento de acuerdos.			4	100%

9.1 PROPUESTA DE LA NUEVA MISIÓN Y VISIÓN

MISIÓN:

Nuestra misión es transformar la experiencia educativa y de fotocopiado proporcionando soluciones integrales, innovadoras y sostenibles. Nos dedicamos a ofrecer servicios educativos personalizados y de alta calidad que empoderan a nuestros clientes a alcanzar sus metas académicas y profesionales. Con la implementación de tecnología avanzada y prácticas ecológicas, buscamos crear un entorno de aprendizaje accesible y eficiente, donde cada cliente reciba atención personalizada y soporte continuo.

VISIÓN:

En 5 años nos comprometemos en ser líderes reconocidos en el ámbito de la educación y los servicios de fotocopiado, destacándonos por nuestra responsabilidad, calidad y sostenibilidad. Aspiramos a ser el referente en soluciones educativas integrales y servicios de impresión, donde la tecnología y la atención al cliente convergen para ofrecer una experiencia inigualable. Nos visualizamos expandiéndonos más allá de nuestras fronteras actuales, adaptándonos continuamente a las tendencias globales y necesidades cambiantes de nuestros clientes.

9.2 PRESENTACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

Plan de Acción para la Ejecución del Plan Estratégico del Centro de Estudio y Fotocopiado Yiret (CEFYIRET) con Presupuesto Reducido

El **Centro de Estudio y Fotocopiado Yiret (CEFYIRET)** ha desarrollado un plan estratégico para mejorar sus servicios y expandir su mercado. A continuación, se detalla el plan de acción para la implementación de este plan estratégico, basado en el documento proporcionado, con un presupuesto ajustado a $ 10.000.000.

Objetivos Estratégicos

1. **Mejorar la Calidad del Servicio**
    - Capacitar continuamente al personal.
    - Implementar y mantener equipos tecnológicos de última generación.
2. **Expandir el Alcance del Mercado**
    - Aumentar la presencia en línea y desarrollar campañas de marketing digital.
    - Expandirse a nuevas regiones y mercados potenciales.

Estrategias de Marketing

1. **Marketing Digital**
    - **Redes Sociales:** Implementar campañas en redes sociales y marketing de contenido.
    - **Email Marketing:** Mantener a los clientes informados sobre promociones y novedades.
2. **Marketing Local**
    - Participar en ferias educativas y eventos comunitarios.
    - Colaborar con instituciones educativas locales para ofrecer paquetes de servicios personalizados.

Plan de Acción por Trimestres

Primer Trimestre

1. **Marketing Digital**
    - Lanzar la estrategia de SEO y establecer una presencia activa en redes sociales.
    - **Presupuesto estimado:** $ 3,000,000
2. **Capacitación del Personal**

- Iniciar un programa de capacitación para el personal, enfocándose en mejorar las habilidades de servicio al cliente y el uso de nuevas tecnologías.
- **Presupuesto estimado:** $ 2,000,000

Segundo Trimestre

1. **Plataforma en Línea**
    - Desarrollar y lanzar una versión básica de la plataforma en línea para servicios educativos y pedidos de fotocopiado.
    - **Presupuesto estimado:** $ 2,000,000
2. **Alianzas Educativas**
    - Establecer alianzas con instituciones educativas locales para promover los servicios de CEFYIRET.
    - **Presupuesto estimado:** $ 1,000,000

Tercer Trimestre

1. **Evaluación y Ajuste**
    - Evaluar el impacto de las estrategias de marketing implementadas y realizar ajustes necesarios para optimizar los resultados.
    - **Presupuesto estimado:** $ 1,000,000

Gerencia Financiera y Análisis Competitivo

- **Planes Tácticos y Operativos:**
    - Analizar el rendimiento en factores externos e internos mediante matrices MEFE y EFI para identificar áreas de mejora continua.
    - Implementar estrategias defensivas y de diversificación concéntrica para fortalecer las oportunidades y minimizar las debilidades.
    - **Presupuesto estimado:** Incluido en el presupuesto de evaluación y ajuste del tercer trimestre.

Conclusión

Implementar este plan estratégico permitirá a CEFYIRET mejorar su competitividad, satisfacer mejor las necesidades del mercado y asegurar un crecimiento sostenible al centrarse en la calidad del servicio, la expansión del mercado y el uso de estrategias de marketing efectivas.

Presupuesto Total Estimado: $ 10,000,000

X. RECOMENDACIONES

- **Diversificación de servicios**: Explora la posibilidad de ofrecer servicios adicionales que complementen la fotocopiado y el estudio, como servicios de impresión digital, encuadernación, escaneo de documentos, entre otros. Esto podría atraer a una base de clientes más amplia y aumentar los ingresos.

- **Implementación de tecnología:** Invierte en tecnología de vanguardia para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente. Por ejemplo, sistemas de gestión de pedidos en línea, impresoras de alta calidad y equipos de estudio modernos pueden optimizar los procesos y satisfacer las demandas de los clientes.

- **Enfoque en la experiencia del cliente:** Prioriza la atención al cliente y la personalización de servicios. Capacita al personal para ofrecer un servicio amable y eficiente, y considera la creación de programas de fidelización para recompensar a los clientes recurrentes.

- **Marketing y promoción:** Desarrolla una estrategia de marketing sólida para aumentar la visibilidad de la empresa. Utiliza redes sociales, publicidad en línea y colaboraciones con instituciones educativas locales para llegar a nuevos clientes y promocionar ofertas especiales.

XI. CONCLUSIONES

El proyecto de consultoría realizado por ALFA Consultores para el "Centro de Estudio y Fotocopiado Yiret" en el municipio de Fundación, Magdalena, fue una experiencia que permitió realizar un análisis profundo y multidimensional de la empresa. A lo largo del trabajo, se abordaron diversas áreas críticas que son fundamentales para la operación y el éxito futuro de la empresa.

El análisis comenzó con un examen exhaustivo del entorno en el que opera "Centro de Estudio y Fotocopiado Yiret". Se consideraron factores económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales, todos los cuales influyen significativamente en el desempeño de la empresa.

Se realizaron diversas matrices (MEFE, MEFI, IE, DOFA) para evaluar tanto los factores internos como externos que afectan a Yiret.

Se propusieron estrategias de marketing digital y local para aumentar la visibilidad y atraer más clientes. Las estrategias de servicios se centraron en la personalización y la innovación, destacando la importancia de ofrecer soluciones educativas adaptadas y servicios de fotocopiado de alta calidad.

El plan estratégico formulado incluyó una nueva misión y visión para "Centro de Estudio y Fotocopiado Yiret", reflejando un compromiso con la calidad, innovación y sostenibilidad.

Se elaboró un plan de acción detallado, dividido en trimestres, para garantizar la implementación efectiva del plan estratégico. Las fases de implementación incluyeron el lanzamiento de estrategias de marketing, el desarrollo de plataformas en línea, la identificación de nuevas ubicaciones para expansión y la mejora continua del servicio al cliente.

El trabajo de consultoría para "Centro de Estudio y Fotocopiado Yiret" no solo ha proporcionó una hoja de ruta clara y estratégica para el crecimiento y la sostenibilidad, sino que también identificó áreas críticas de mejora y oportunidades significativas en el entorno de Fundación, Magdalena.

La implementación de las recomendaciones y estrategias desarrolladas permitirá a CEFYIRET posicionarse como un líder en el sector de servicios educativos y de fotocopiado. Al enfocarse en la calidad del servicio, la innovación tecnológica y la sostenibilidad, CEFYIRET podrá satisfacer mejor las necesidades de sus clientes y contribuir positivamente a la comunidad.

Este proyecto fue una oportunidad valiosa para aplicar conocimientos teóricos a una situación real, demostrando la importancia de un análisis detallado y una planificación estratégica bien fundamentada. Con el compromiso y la ejecución adecuada, "Centro de Estudio y Fotocopiado Yiret" estará bien posicionado para enfrentar los desafíos futuros y aprovechar las oportunidades emergentes, asegurando su crecimiento y éxito continuado.

XII. BIBLIOGRAFÍAS

Labarca, N. (2024). Evolución del pensamiento estratégico en la formación de la estrategia empresarial. *Opción*, *24*(55), 47–68. https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872008000100004

Redacción Dircomfidencial. (2016, November 12). *Perfil estratégico del entorno*. Dircomfidencial; Dircomfidencial. https://dircomfidencial.com/diccionario/perfil-estrategico-20161112-1728/#:~:text=El%20perfil%20o%20an%C3%A1lisis%20estrat%C3%A9gico,o%20sus%20oportunidades%20y%20amenazas

Herrero, A. (2018, March 22). *Las estrategias genéricas de Michael Porter y el plan de marketing*. Titular.com; TITULAR LATAM S.A. https://www.titular.com/blog/las-estrategias-genericas-de-michael-porter-plan-de-marketing

¿Qué es un plan de acción? | ECLKC. (2018, August 10). ECLKC. https://eclkc.ohs.acf.hhs.gov/es/planificacion-del-programa/foundations-excellence/que-es-un-plan-de-accion#:~:text=Un%20plan%20de%20acci%C3%B3n%20es,los%20objetivos%20y%20lograr%20resultados

De, M., & Magdalena, F. (n.d.). *CARLOS ALBERTO SIERRA SANCHEZ*. Retrieved May 23, 2024, from https://www.fundacion-magdalena.gov.co/Transparencia/ControlyRendiciondeCuentas/INFORME%20GESTION%202020-2023.pdf

*No basta con tener m*s, hay que gastar mejor - ..::Ministerio de Educaci*n Nacional de Colombia::..* (2024). Mineducacion.gov.co. https://www.mineducacion.gov.co/1621/article-87364.html

DE, N. (2024). *DANE - Empleo y desempleo*. Dane.gov.co. https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo#:~:text=La%20tasa%20global%20de%20participaci%C3%B3n,2023%20(57%2C9%25)

Inflación: En 2023 la inflación se desaceleró más de lo esperado con un resultado de 9,28%. (2023). Dnp.gov.co. https://www.dnp.gov.co/publicaciones/Planeacion/Paginas/inflacion-2023-inflacion-se-desacelero-mas-de-lo-esperado-con-resultado.aspx

XIII. ANEXOS

Posibles allianzas

Institución educativa	Sedes	Ubicación
Tercera Mixta	Principal	Barrio Paz del rio
	Adriano Puentes	Barrio Chimila
	Acción Comunal	Barrio Paz del rio
	José Antonio Galán	Barrio el Progreso
	Las Palmas	Barrio las Palmas
	San Martin de Porras	Barrio El Porvenir
Francisco de Paula Santander	Principal	Barrio Francisco de Paula
	20 de diciembre	Barrio 20 de diciembre
Francisco de Paula Santander	San Rafael	Barrio Francisco de Paula
	Simón Bolívar	Barrio simón bolívar
	José María Córdoba	Barrio La esperanza
	Jardín Municipal	Barrio Alameda
23 de febrero	Principal	Barrio 23 de febrero
	Rotativo Monterrey	Barrio Monterrey
	Las Delicias	Barrio Las Delicias
Instituto Fundación	Principal	Barrio Loma Fresca
	Antonio Nariño	Barrio Altamira
	Cuarta Mixta	Barrio Loma fresca
	Acción comunal Fresca	Barrio Loma Fresca
	Segunda Mixta	Barrio Loma Fresca
Instituto Colombia	Principal	Barrio Argüían
	Alicia Subiros	Barrio El Centro
	Argüíani	Barrio Argüían
Jon F Kennedy	Principal	Barrio Alfonso López
	16 Julio	Barrio 16 de Julio
Sierra Nevada de Santa Marta	Principal	Corregimiento Santa Rosa de Lima
	Doña María	Doña María
Juan Francisco Ospina	Principal	Corregimiento de Santa Clara
	Sacramento	Sacramento
	El Berlín	El Berlín
	Divino Niño	Divino Niño
	El 50	El 50
Kamkawarrwa	Principal	Pueblo Indígena Kamkawarrwa
	Kartinirrwa	Pueblo Indígena Kartinirrwa

20 /marzo/2024
Empresa Cefyiret
Urbanización Villa Gladys Mz 17 casa 6
Fundación Magdalena

Estimada Sr Suty

Espero que este mensaje le encuentre bien. Nos dirigimos a usted en calidad de estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad de Pamplona, en asociación con nuestra empresa Alfa Consultores, la cual hemos creado como parte de nuestro trabajo académico.

Nos complace informarle que hemos sido seleccionados para llevar a cabo un proyecto de consultoría como parte de nuestro plan de estudios. Este proyecto implica trabajar con empresas del sector para desarrollar soluciones innovadoras y estratégicas.

Para llevar a cabo nuestro proyecto de manera efectiva, requerimos acceder a información relevante sobre su empresa, Cefyiret. Esta información será utilizada exclusivamente con fines académicos y de consultoría, y nos comprometemos a salvaguardar su confidencialidad.

Agradecemos de antemano su atención a esta solicitud y quedamos a disposición para discutir cualquier aspecto adicional que considere necesario. Por favor, no dude en ponerse en contacto con nosotros si requiere información adicional o si necesita que realicemos algún ajuste en los términos propuestos.

Atentamente Lizeth Caro, Kenny Rueda, Catalina Sánchez y Yerlis Sánchez

Estudiantes de Administración de Empresas

Alfaconsultores@gmail.com

SUTY MIRELLA AVILA GUETTE
C.C. No. 32.864.299 de Soledad
Propietaria.