	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAr113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 1 de 8

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 Ciudad

SEDE/SECCIONAL/EXTENSIÓN	Seccional Girardot
DOCUMENTO	Trabajo De Grado
FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	Administración de Empresas

El Autor(Es):


APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	NO. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
RAMIREZ MAYORGA	DIANA PATRICIA	1070616814
VELASQUEZ GRIMALDO	CARLOS ELIAS	11207379

Director(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
HOYOS LEON	GERMAN

TÍTULO DEL DOCUMENTO
PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA EMPRESA SUPERMERCADOS CUNDINAMARCA S.A. DE LA CIUDAD DE GIRARDOT AÑO 2016

SUBTÍTULO
(Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAr113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 2 de 8

--

TRABAJO PARA OPTAR AL TITULO DE: ADMINISTRADOR DE EMPRESAS
 Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía

AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PAGINAS (Opcional)
26/01/2017	

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLES: (Usar como mínimo 6 descriptores)

ESPAÑOL	INGLES
1. Dialectos	1. Dialects
2. Economía	2. Economy
3. Cultura Local	3. Local Culture
4. Caracterización	4. Characterization
5. Ambiental	5. Environmental
6. Infraestructura	6. Infrastructure


RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLES: (Máximo 250 palabras – 1630 caracteres)

RESUMEN

Debido a la competitividad y la actual situación organizacional que se presenta en el medio económico y empresarial de supermercados Cundinamarca ubicados en la ciudad de Girardot, se desarrolló este proyecto el cual se encamina a direccionar, evaluar, mejorar y realizar una serie estrategias administrativas que buscan identificar y analizar los procesos administrativos gestionados hasta la fecha, permitiendo diagnosticar el estado interno y externo de la empresa y proponer las estrategias necesarias para lograr mejorar la calidad empresarial de esta empresa y de esa manera lograr sostenerla por mucho más tiempo en la cima de la pirámide empresarial del departamento de Cundinamarca, maximizando recursos y minimizando gastos, sin sacrificar los planes y metas trazadas a mediano y largo plazo.

El proceso se llevó a cabo con la participación y colaboración del propietario de SUPERCUNDI, quien es consciente de la necesidad de implementar nuevos procesos que le permitan mantenerse en el mercado.

La importancia de este proyecto radica entonces a través del diagnóstico otorgar a las dos partes una serie de herramientas administrativas aplicadas en la actualidad y a la percepción de ser una organización más productiva que

	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAr113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 3 de 8

aporte al desarrollo socioeconómico y empresarial de la organización.

El objetivo es realizar un diagnóstico organizacional para identificar cuáles son los principales problemas que se presentan en Supermercados Cundinamarca, formular un plan de mejoramiento que incremente su competitividad, su calidad en servicio y productos.

De esta manera planteamos, que supermercados Cundinamarca, pueda sostenerse durante mucho más tiempo en la vida comercial y empresarial debido a estrategias y calidad en el servicio llevando a cabo un excelente seguimiento a las metas trazadas y a las estrategias planteadas para el mejoramiento organizacional de la empresa.

ABSTRAC


Due to the competitiveness and the current organizational situation that is presented in the economic and business environment of Cundinamarca supermarkets located in the city of Girardot, this project was developed to direct, evaluate, improve and carry out a series of administrative strategies that seek Identify and analyze the administrative processes managed to date, allowing to diagnose the internal and external state of the company and propose the strategies necessary to improve the business quality of this company and thus achieve to sustain it for much longer at the top of the Business pyramid of the department of Cundinamarca, maximizing resources and minimizing expenses, without sacrificing the plans and goals set out in the medium and long term.

The process was carried out with the participation and collaboration of the owner of SUPERCUNDI, who is aware of the need to implement new processes that allow him to stay in the market.

The importance of this project is then through the diagnosis to give both parties a series of administrative tools applied today and the perception of being a more productive organization that contributes to the socioeconomic and business development of the organization.

The objective is to make an organizational diagnosis to identify the main problems that are presented in Supermarkets Cundinamarca, formulate an improvement plan that increases its competitiveness, its quality in service and products.

From this table, we propose that Cundinamarca supermarkets can be sustained for much longer in commercial and business life due to strategies and quality in

	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAr113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 4 de 8

the service, with an excellent follow-up to the goals set and the strategies proposed for the organizational improvement of the company .

AUTORIZACION DE PUBLICACION


Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado un alianza, son:

Marque con una "x":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La conservación de los ejemplares necesarios en la Biblioteca.	x	
2. La consulta física o electrónica según corresponda.	x	
3. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	x	
4. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.	x	
5. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	x	
6. La inclusión en el Repositorio Institucional.	X	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí

	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAR113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 5 de 8

estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.


Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada,

	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAr113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 6 de 8

estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. **SI** NO x.

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN


Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo (amos) que el documento en cuestión, es producto de mi (nuestra) plena autoría, de mi (nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy (somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales

	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAR113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 7 de 8

aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en las "Condiciones de uso de estricto cumplimiento" de los recursos publicados en Repositorio Institucional, cuyo texto completo se puede consultar en biblioteca.unicundi.edu.co

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons : Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.




Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

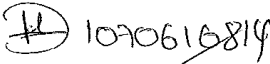
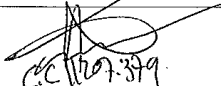
La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. Título Trabajo de Grado o	Tipo de documento (ej. Texto, Imagen, vídeo, etc.)
---	--

	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAr113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 8 de 8

Documento(pdf)	
PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA EMPRESA SUPERMERCADOS CUNDINAMARCA S.A. DE LA CIUDAD DE GIRARDOT AÑO 2016	Texto

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA
DIANA PATRICIA RAMIREZ MAYORGA	
CARLOS ELIAS VELASQUEZ GRIMALDO	



PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA EMPRESA SUPERMERCADOS
CUNDINAMARCA S.A. DE LA CIUDAD DE GIRARDOT AÑO 2016

DIANA PATRICIA RAMIREZ MAYORGA
CARLOS ELIAS VELASQUEZ GRIMALDO

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONOMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GIRARDOT
2016

PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA EMPRESA SUPERMERCADOS
CUNDINAMARCA S.A. DE LA CIUDAD DE GIRARDOT AÑO 2016

DIANA PATRICIA RAMIREZ MAYORGA
CARLOS ELIAS VELASQUEZ GRIMALDO

TRABAJO DEGRADO SOMETIDO COMO REQUISITO PARA OPTAR EL TITULO
DE: **ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

Director
GERMAN HOYOS LEON

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONOMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GIRARDOT
2016

Nota de Aceptación:

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Girardot, 29 de Noviembre 2016

DEDICATORIA

- En el cielo a Dios Todopoderoso por permitirme alcanzar este objetivo tan importante en mi vida, gracias a él logre derribar todos los obstáculos que se interpusieron en el camino, y con su infinita gracia me permitió llegar a la meta.

En la tierra a mis padres, por apoyarme económica, moral y espiritualmente son los mejores padres que Dios me pudo regalar y a ellos les debo todo lo que soy.

- Mi trabajo de grado lo dedico con todo mi amor A ti DIOS que me diste la oportunidad de vivir y de regalarme una familia tan maravillosa.

Con mucho cariño principalmente a mis padres que me dieron la vida. Mi Madre Irma Beatriz Grimaldo (Q.E.P.D) por quererme y porque en toda mi vida me has protegido y me has guiado en cada paso de mi vida, aunque ya no estés aquí conmigo siempre te recordare con mucho amor y orgullo. A mis hijos María José y Juan José quienes son y seguirán siendo mi motor de lucha.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar queremos dar gracias a Dios por darnos la fortaleza suficiente para vencer cada obstáculo que se nos presentó en el transcurso de la carrera, a nuestra Universidad de Cundinamarca que nos brindó la oportunidad de realizar nuestros estudios.

A todas las personas que participaron e hicieron posible este proyecto y quienes participaron en la fase de investigación y experimento muchas gracias por su apoyo y enseñanza.

A los docentes por los conocimientos, experiencias y consejos brindados los cuales contribuyeron de esta manera a nuestro proceso de formación profesional. A nuestros compañeros por compartir sus experiencias y pasar momentos agradables.

CONTENIDO

INTRODUCCION	21
1. TITULO.....	22
2. AREA Y LINEA DE INVESTIGACION.....	23
2.1 ÁREA DE INVESTIGACIÓN.....	23
2.2 LÍNEA DE INVESTIGACION	23
2.3. PROGRAMA.....	23
2.4 TEMA DE INVESTIGACION:.....	23
3. PROBLEMA	24
3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	24
3.2 FORMULACION DEL PROBLEMA	24
4. OBJETIVOS	25
4.1 OBJETIVO GENERAL.....	25
4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	25
5. JUSTIFICACION	26
6. MARCO DE REFERENCIA	27
6.1 MARCO TEORICO	27
6.2. MARCO HISTORICO	28
6.2.1. Origen de los supermercados.	28
6.2.2. Administración de categorías en los supermercados. Funcionamiento 28	
6.2.3. HISTORIA DEL COMERCIO EN GIRARDOT	29
6.3. MARCO GEOGRAFICO	30
6.4. MARCO LEGAL.....	31
6.5. MARCO CONCEPTUAL.....	32
7. METODOLOGIA.....	35
7.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	35
7.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	35
7.2.1 Fuente de información primaria	36
8. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	37

8.1 RECURSOS HUMANOS	37
8.2 RECURSOS INSTITUCIONALES	37
8.3 RECURSOS FINANCIEROS.....	37
9. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES EN EL DESARROLLO DEL PROYECTO	
38	
10. DIAGNOSTICO REAL DE LA ORGANIZACIÓN.....	39
10.1 NOMBRE DE LA EMPRESA.....	39
10.2 HISTORIA DE LA EMPRESA.....	39
10.3 REPRESENTANTE LEGAL.....	39
10.4 UBICACIÓN.....	39
10.5 ADMINISTRADORES.....	39
10.6 ACTIVIDAD ECONOMICA	39
10.7 TIPO DE SOCIEDAD.....	39
10.7.1 Representación legal. El representante legal será designado por la junta directiva o por la asamblea de socios si así lo establecen los estatutos. El representante legal puede ser removido en cualquier momento, o ser reelegido indefinidamente. La designación del representante legal debe ser inscrita en el registro mercantil.....	40
10.8. REGIMEN MERCANTIL	40
10.9 IDENTIFICACION DE FACTORES INTERNOS	40
10.9.1 Objeto social.....	40
10.9.2 Portafolio de servicios	40
10.10 IDENTIFICACION DE FACTORES EXTERNOS.....	41
10.10.1 Clientes. Toda la población en general que necesite de los elementos de primera necesidad.....	41
10.10.2 Empresas similares	41
11. ANALISIS DE LA ENTREVISTA Y ENCUESTA	42
11.1. ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS ESTRUCTURADAS	42
11.2. RESULTADO Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA EMPLEADOS	43
11.3. RESULTADO Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA CLIENTES.....	49
12. DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL.....	53

12.1 ANALISIS PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA (POAM).....	53
12.1.1 Amenazas	53
12.1.2 Oportunidades.....	53
12.1.3 PERFIL DE AMENAZAS Y OPORTUNIDADES EN EL MEDIO (POAM)	54
12.1.4 Análisis matriz (POAM).....	55
12.2 PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA PCI.....	55
12.2.1 Fortalezas.....	55
12.2.3 Debilidades.....	55
12.2.4 ANALISIS PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA. (PCI)	56
12.3 MATRIZ DOFA	57
12.3.1 ANALISIS DOFA.....	58
12.4. MATRIZ VESTER	58
12.4.1 Lista de problemas:	58
12.4.2 Análisis matriz VESTER	60
12.5. MATRIZ (PEYEA)	61
13. MODELO PROPUESTO	68
13.1 VISION	68
13.2 MISIÓN.....	69
13.3 PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS	70
14. SUBSISTEMAS DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	72
14.1 SUBSISTEMA DE MEDICINA PREVENTIVA Y DEL TRABAJO.....	72
14.2 SUBSISTEMA DE SEGURIDAD INDUSTRIAL	73
15 PROGRAMA DE PREPARACIÓN PARA EMERGENCIAS.....	74
15.1 PROCEDIMIENTOS ESPECIALES EN CASO DE EVACUACIÓN	75
PLANO DE EVACUACIÓN	77
CRITERIO DE EVACUACION SEGÚN AMENAZA	78
ELEMENTOS DE PROTECCION PERSONAL.....	78
PERSONAL DE CARNICERÍA.....	78
EFFECTOS CRITICOS EN LA SALUD IDENTIFICADOS ANTE LA EXPOSICION A FACTORES DE RIESGO	82

ACTIVIDADES DE CONTROL DE LOS FACTORES DE RIESGO.....	83
16. PLAN DE ACCION SALUD OCUPACIONAL.....	84
CONCLUSIONES	85
RECOMENDACIONES.....	86
BIBLIOGRAFIA.....	87
A. ANEXO: ENCUESTAS.....	88
A.1. Encuesta para colaboradores	88
A.2. Encuesta para clientes	90
B. ANEXO: REGISTRO FOTOGRAFICO.....	91
C. ANEXO: FORMATO DE REVISIÓN DE INSTALACIONES POSTERIORMENTE A LA EMERGENCIA	93

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de ubicación Supermercado Supercundi.	30
Figura 2 Porcentaje matriz VESTER.....	59
Figura 3. Porcentaje resultado matriz VESTER	59
Figura 4. Análisis estructural.....	59
Figura 5 Resultado grafico matriz PEYEA	65
Figura 6 Rutas de evacuación	77

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Marco legal de la creación de empresas en Colombia.	31
Tabla 2 Marco legal salud ocupacional del empleador	32
Tabla 3 Cronograma de actividades	38
Tabla 4. Resultado pregunta 1. Encuesta empleados	43
Tabla 5. Resultado pregunta 2. Encuesta empleados	44
Tabla 6. Resultado pregunta 3. Encuesta empleados	44
Tabla 7. Resultado pregunta 4. Encuesta empleados	45

Tabla 8. Resultado pregunta 5. Encuesta empleados	45
Tabla 9. Resultado pregunta 6. Encuesta empleados	46
Tabla 10. Resultado pregunta 7. Encuesta empleados	46
Tabla 11. Resultado pregunta 8. Encuesta empleados	47
Tabla 12. Resultado pregunta 9. Encuesta empleados	47
Tabla 13. Resultado pregunta 10. Encuesta empleados	48
Tabla 14. Resultado pregunta 1. Encuesta clientes.....	49
Tabla 15. Resultado pregunta 2. Encuesta clientes.....	49
Tabla 16. Resultado pregunta 3. Encuesta clientes.....	50
Tabla 17. Resultado pregunta 4. Encuesta clientes.....	51
Tabla 18. Resultado pregunta 5. Encuesta clientes.....	51
Tabla 19. Resultado pregunta 6. Encuesta clientes.....	52
Tabla 20 Matriz (POAM)	54
Tabla 21 PCI.....	55
Tabla 22 Matriz DOFA	57
Tabla 23 Plan de Acción Vital	66
Tabla 24 Estado de resultados Supercundi 2014	62
Tabla 25 Estado de resultados Superundi 2015.....	63
Tabla 26 Variables y resultados matriz PEYEA.....	64
Tabla 27 Criterios de evaluación según amenaza	78

LISTA DE GRAFICAS

Gráfica 1. Representación gráfica de la pregunta 1 encuesta empleados.....	43
Gráfica 2. Representación gráfica pregunta 2 encuesta empleados.....	44
Gráfica 3. Representación gráfica pregunta 3 encuesta empleados.....	44
Gráfica 4. Representación gráfica pregunta 4 encuesta empleados.....	45
Gráfica 5. Representación gráfica pregunta 5 encuesta empleados.....	45
Gráfica 6. Representación gráfica pregunta 6 encuesta empleados.....	46
Gráfica 7. Representación gráfica pregunta 7 encuesta empleados.....	46

Gráfica 8. Representación gráfica pregunta 8 encuesta empleados.....	47
Gráfica 9. Representación gráfica pregunta 9 encuesta empleados.....	47
Gráfica 10. Representación gráfica pregunta 10 encuesta empleados.....	48
Gráfica 11. Representación gráfica pregunta 1 encuesta clientes	49
Gráfica 12. Representación gráfica pregunta 2 encuesta clientes	49
Gráfica 13. Representación gráfica pregunta 3 encuesta clientes	50
Gráfica 14. Representación gráfica pregunta 4 encuesta clientes	51
Gráfica 15. Representación gráfica pregunta 5 encuesta clientes	51
Gráfica 16. Representación gráfica pregunta 6 encuesta clientes	52

INTRODUCCION

Debido a la competitividad y la actual situación organizacional que se presenta en el medio económico y empresarial de supermercados Cundinamarca ubicados en la ciudad de Girardot, se desarrolló este proyecto el cual se encamina a direccionar, evaluar, mejorar y realizar una serie de estrategias administrativas que buscan identificar y analizar los procesos administrativos gestionados hasta la fecha, permitiendo diagnosticar el estado interno y externo de la empresa y proponer las estrategias necesarias para lograr mejorar la calidad empresarial de esta empresa y de esa manera lograr sostenerla por mucho más tiempo en la cima de la pirámide empresarial del departamento de Cundinamarca, maximizando recursos y minimizando gastos, sin sacrificar los planes y metas trazadas a mediano y largo plazo.

El proceso se llevó a cabo con la participación y colaboración del propietario de SUPERCUNDI, quien es consciente de la necesidad de implementar nuevos procesos que le permitan mantenerse en el mercado.

La importancia de este proyecto radica entonces a través del diagnóstico otorgar a las dos partes una serie de herramientas administrativas aplicadas en la actualidad y a la percepción de ser una organización más productiva que aporte al desarrollo socioeconómico y empresarial de la organización.

El objetivo es realizar un diagnóstico organizacional para identificar cuáles son los principales problemas que se presentan en Supermercados Cundinamarca, formular un plan de mejoramiento que incremente su competitividad, su calidad en servicio y productos.

De esta manera planteamos, que supermercados Cundinamarca, pueda sostenerse durante mucho más tiempo en la vida comercial y empresarial debido a estrategias y calidad en el servicio llevando a cabo un excelente seguimiento a las metas trazadas y a las estrategias planteadas para el mejoramiento organizacional de la empresa.

1. TITULO

**PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA EMPRESA SUPERMERCADOS
CUNDINAMARCA S.A. DE LA CIUDAD DE GIRARDOT AÑO 2016**

2. AREA Y LINEA DE INVESTIGACION

2.1 ÁREA DE INVESTIGACIÓN

Emprendimiento y Desarrollo Empresarial

2.2 LÍNEA DE INVESTIGACION

Emprendimiento y Desarrollo Empresarial

2.3. PROGRAMA

El presente estudio lo desarrolla estudiantes del Programa de Administración de Empresas de la universidad de Cundinamarca en la ciudad de Girardot

2.4 TEMA DE INVESTIGACION:

“ELABORACIÓN DE UN DIAGNOSTICO ORGANIZACIONAL Y PLAN DE MEJORAMIENTO PARA EL SUPERMERCADO CUNDINAMARCA S.A“UBICADO EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT.

3. PROBLEMA

3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La forma de dirigir y administrar las empresas ha presentado numerosos cambios alrededor del tiempo pero debido a factores económicos y sociales como la globalización, su administración debe favorecer la adaptación a las nuevas tendencias del mercado mediante estructuras flexibles que le permitan ser mucho más competitiva.

Toda empresa debe partir de una estructura organizacional que permita la claridad de sus objetivos operacionales y facilite el logro de estos mediante la adecuada coordinación de recursos humanos, materiales y financieros.

Teniendo en cuenta la importancia y gran esfuerzo que las empresas vienen desarrollando en el campo de la promoción, prevención y protección tanto del recurso humano como tecnológico y conforme a las disposiciones vigentes en materia de salud ocupacional, calidad y suministro de personal; se debe tener en cuenta la adecuada asistencia integral de estos servicios, focalizados en mantener un ambiente laboral seguro, cumpliendo los requerimientos de ley, adaptados a las necesidades de las organizaciones, para que se reflejen en incremento de la productividad, calidad y bienestar de sus colaboradores.

Esta es una empresa que no cuenta con una estructura bien definida por ello es necesario implementarla para que pueda tener un buen manejo de su operación mediante la coordinación de sus recursos con el propósito de volverse más productiva.

3.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿El diagnóstico y la formulación de un plan estratégico pueden contribuir a mejorar la competitividad y desarrollo de los procesos que realiza la empresa Supermercados Cundinamarca SA?

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un Plan estratégico de mejoramiento previo un diagnóstico, en la empresa Supermercados Cundinamarca SA, de la ciudad de Girardot con el fin de mejorar su competitividad y permanencia en el mercado Local y Regional

4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un diagnóstico de la situación actual de la empresa Supermercados Cundinamarca SA para conocer su entorno, así mismo identificar los factores críticos y fuertes de la empresa. Mediante el uso de matrices como DOFA y VESTER que permitan la priorización de problemas.
- Hacer una valoración de la información obtenida con el propósito de medir su impacto sobre el crecimiento y desarrollo empresarial de Supermercados Cundinamarca S.A. de la ciudad de Girardot.
- Proponer un plan de mejoramiento que incremente la productividad de los servicios que ofrece la empresa de manera que se actualice según la demanda actual del mercado proyectándolo para el corto, mediano y largo plazo.

5. JUSTIFICACION

Es importante contar con una estructura organizacional adecuada para el buen funcionamiento de las empresas, pues es la base que permite el cumplimiento de los objetivos propuestos a corto, mediano y largo plazo, de esta manera también encontramos que una excelente estructura organizacional y empresarial influye en la trazabilidad y empoderamiento de la empresa en el medio en el que desarrolla su actividad comercial.

Los beneficios del modelo el plan para la empresa se verá reflejados en una mayor coordinación y definición de actividades, lo que permitirá un mejor flujo tanto de información como de recursos evitando incurrir en gastos innecesarios ocasionados por duplicidad de funciones. También se dirige en busca de maximizar sus recursos para de esa manera innovar en diferentes factores que directamente influyen en la operatividad diaria de la empresa y que seguramente será un marco referente para la toma de decisiones y planes de contingencia necesarios para el desarrollo normal de la misma.

Es importante que los estudiantes del Programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cundinamarca realicen estudios que contribuirán al mejoramiento de las empresas del entorno de Girardot, y de esta manera también poner en práctica los conocimientos adquiridos durante el desarrollo de la carrera.

De igual manera la universidad también hace presencia mediante el aporte que realizan sus estudiantes, cumpliendo con su responsabilidad social, de hacer extensiva la academia hacia la comunidad del Municipio de Girardot y la Región

6. MARCO DE REFERENCIA

6.1 MARCO TEORICO

La Gerencia Moderna debe trabajar mancomunadamente con las diferentes dependencias que actúan a diario en el desarrollo de la empresa, para que de esta manera se pueda mejorar la calidad en el servicio al cliente, a los colaboradores, personas externas de la compañía pero que realizan actividades que sirven para el funcionamiento de la misma, toda empresa debe reevaluarse, encontrar sus debilidades y mejorarlas para que de esta manera pueda perdurar mucho más tiempo en el entorno o competencia empresarial por esta razón se debe evaluar a fondo todo lo relacionado con la seguridad industrial Y problemas estratégicos, así como el marketing, para que de esta manera se pueda desarrollar un verdadero mejoramiento estratégico encaminado a depurar las falencias y dificultades encontradas en la organización. El proceso de gerencia estratégica se aplica de igual forma tanto a empresas grandes como pequeñas. Desde el momento de su concepción, toda organización posee una estrategia, aunque ella tenga origen únicamente en las operaciones cotidianas.

Su importancia radica en la necesidad de determinar el concepto de la empresa y su naturaleza. Así como también necesita evaluar la dirección en la que avanza para determinar si esta será la ruta más efectiva para cumplir la visión y la misión empresarial; permitiendo responder interrogantes como ¿Qué cambio de dirección pueden ser tomados ahora? ¿Cómo y cuándo serán tomadas las decisiones futuras con respecto a la dirección de la empresa?

Es importante que las empresas varíen sus niveles estratégicos adaptándose a los cambios de los posibles factores externos, ya que cuando las estrategias de la gerencia son antiguas su desarrollo será más difícil debido al impacto de la tecnología y sus acelerados cambios.

Para toda empresa es de gran importancia decidir y plantear sus estrategias ya que éstas al estar claras les permita:

- ❖ Proporcionar una base sólida para tomar decisiones que lo mantendrá enfocado en una dirección adecuada
- ❖ Le ayuda a evitar tendencias que podrían tentarlo a errar el camino
- ❖ Refuerza la visión y la misión.
- ❖ Lleva al acuerdo común sobre la dirección de todas las divisiones que contribuyen en su empresa
- ❖ Ahorra tiempo y esfuerzo
- ❖ Incrementa el ingreso sobre la inversión
- ❖ Aumenta el interés por parte de los depositarios

6.2. MARCO HISTORICO

6.2.1. Origen de los supermercados.

Cuando Clarence Saunders abrió el primer supermercado, no pensó en la comodidad de los clientes, sino en el ahorro de tiempo que suponía para el vendedor. Se le ocurrió poner las mercancías al alcance de los compradores, y así el comerciante solo tenía que cobrar y reponer productos de vez en cuando. El cambio fue radical: un solo empleado podía atender un volumen de ventas tres o cuatro veces superior.

Así nació un 16 de septiembre de 1916 Piggly Wiggly (cerdito ondulado), la primera cadena de supermercados del mundo.

Patentó el supermercado días después (el 21 de octubre) y en ella establecía que “el cliente debe así examinar todos los productos del comercio antes de salir, evitando a éste una gran parte de los gastos incidentales que se requieren para operarlo”.

A ciencia cierta no se sabe la verdadera razón por el que Clarence Saunders puso ese extraño nombre a su supermercado, pero según dice la leyenda se le ocurrió cuando vio a unos lechones intentando pasar por debajo de una valla, aunque Saunders, interrogado al respecto en una ocasión, explicó que era para que la gente se hiciera esa misma pregunta. Actualmente la cadena Piggly Wiggly sigue funcionando, con más de 600 tiendas, repartidas principalmente por el Sur de los Estados Unidos.¹

6.2.2. Administración de categorías en los supermercados. Funcionamiento

El mundo de los supermercados ha sido uno de los modelos detallistas más exitosos. El concepto presentaba una clara atención a dos de las megatendencias del consumidor, ya que ha ofrecido velocidad de respuesta y flexibilidad, apoyada en una gran variedad; recientemente ha impulsado una estrategia que pretende atender la tercera: participación, debido a los aportes de la administración de categorías.

El supermercado tradicional es un intermediario que adquiría productos y los ponía a disposición de personas de determinado territorio. El panorama ha variado, ya que

¹Blogger Alfred Lopez. Enero 10 2007 ¿Cuál es el origen de los supermercados? disponible <http://blogs.20minutos.es/yaestaellistoquetodolosabe/el-origen-de-los-supermercados/>

los territorios no limitan a los supermercados dadas las cadenas y el comercio electrónico, y dichas empresas han evolucionado transformándose en formatos de negocios más complejos, en los que producen las marcas propias, ofrece servicios, presentan estrategias multimarca para atender diferentes segmentos.²

6.2.3. HISTORIA DEL COMERCIO EN GIRARDOT

Desde que descubrió en el gran río Magdalena, se convirtió en la primera vía para acceder al interior del país, para la conquista primero y la colonización. Primero con barcas diferentes, pero luego, en Champañas, unos barcos particulares, para unas 20 personas. Por este río entraban todas personas, y provisiones, pero la navegación solo podía llegar hasta Honda, por los saltos del río en esta población. Y desde ahí hasta Guaduas, Mariquita se llegaba a Bogotá por vía terrestre. Cabe resaltar que Girardot era el puerto fluvial más cercano del Río Magdalena y donde desemboca el río Bogotá. Se denominaba “El paso de Flandes” por el municipio colindante al otro lado del río Magdalena.

Más adelante, con el régimen centralista, se establece comunicación hasta Girardot, vía terrestre y con la llegada del Ferrocarril. El tren conectaba primero hasta Facatativá y luego hasta Bogotá, con el ferrocarril del Pacífico. También comunicaba, con Tolima, Nariño y Putumayo. En este momento, se instalan grandes fábricas en Girardot, Babarúa, tenía su fábrica, también comercio de Automóviles, y por el comercio llegó la Banca. En la ciudad también se estableció un gran centro de salud de especialistas, para toda la zona. Así esta pequeña ciudad floreció con el paso de los comerciantes y del propio comercio.

El primer vuelo de avión en todo el país, el 19 de Octubre de 1920, voló desde Barranquilla al Aeropuerto Santiago Villa (Flandes-Girardot) piloteado por el alemán Helmuth Van Krohn, en lo que sería la Aerolínea bandera de nuestro país Scadta, hoy Avianca.

Cuando se abandona por completo en el país el transporte ferroviario y el fluvial, la ciudad se ve golpeada por una gran crisis económica. Su recuperación se viene dando en los últimos 30 años como centro vacacional y descanso, para los habitantes de la capital del país. Tiene desde fincas, segundas residencias, resorts, hoteles, para el descanso. Los grandes supermercados, están llegando a la ciudad.

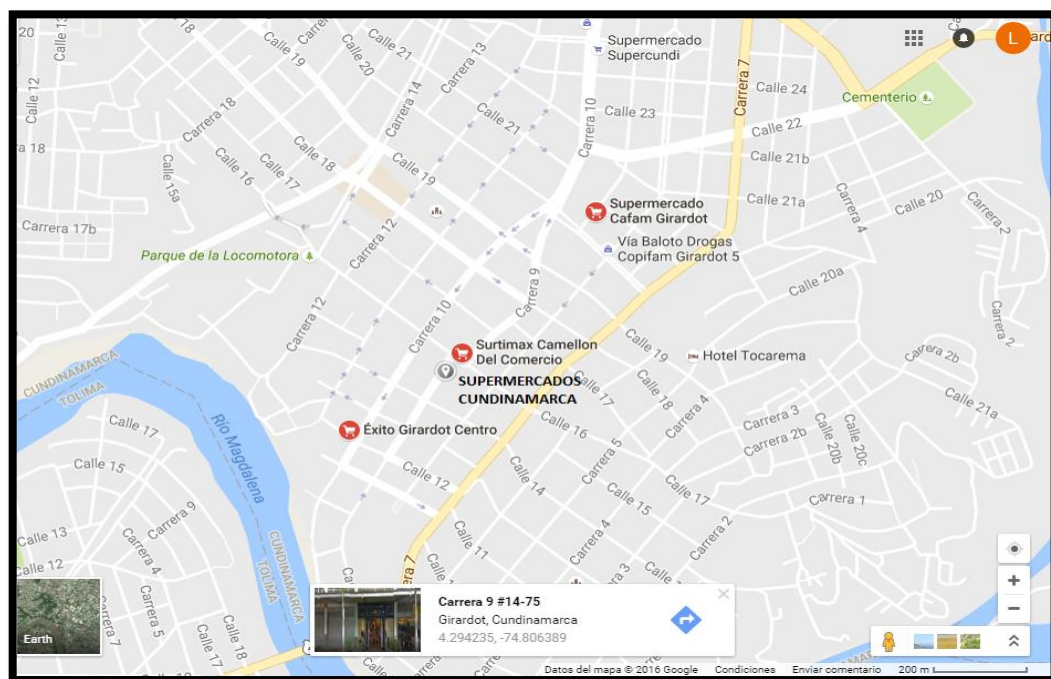
² LIZETTE BRENES. Gestión de comercialización EUNED. Editorial Universidad Estatal A Distancia. San José Costa rica 2002. Página 216.

Y ahora mismo se está construyendo un gran centro comercial con salas de cine, y centro de convenciones.

Esta ciudad debe su nombre a Atanasio Girardot, general libertador, nacido en Venezuela, quien luchó por la independencia de la Nueva Granada. Atanasio, abogado de la Universidad del Rosario en Bogotá, criado en Antioquía e hijo de comerciante francés y madre paisa. Tal vez, el general es recordado por el enfrentamiento en el Río Palacé a las afueras de Pasto, donde se enfrentó al ejército español de 2.000 hombres con menos de 100 hombres, y aun así lograron ganar la batalla. Más adelante en la historia, el General acompañó y apoyo a los federales en la Patria Boba.

6.3. MARCO GEOGRAFICO

Figura 1. Mapa de ubicación Supermercado Supercundi.



Fuente: Localización geográfica del caso de estudio. Fuente: Google Maps - ©2016 Google.

El área geográfica en la cual se realizara la investigación es en el municipio de Girardot, en el supermercado Cundinamarca ubicado en la carrera 9 #32-42 en el departamento de Cundinamarca, provincia de alto Magdalena de la cual es capital. Limita al norte con el municipio de Nariño y Tocaima, al sur con el municipio de

Flandes y el río Magdalena, al oeste con el río Magdalena y el municipio de Coello y al este con el municipio de Ricaurte y el Río Bogotá. Tiene una altitud de 289 metros sobre el nivel del mar; una temperatura máxima de 38.3° C y una mínima de 29.3° C. la población de municipio oscila en unos 150.178 habitantes (según estadísticas del DANE para el año 2005).³

6.4. MARCO LEGAL

*Tabla 1 Marco legal de la creación de empresas en Colombia.*⁴

Constitución Política de Colombia	TITULO XII Del régimen económico y de la hacienda pública.	Art. 333 establece la libertad económica y toma la empresa como la base para el desarrollo.
Constitución Política de Colombia	TITULO XII Del régimen económico y de la hacienda pública,	Art. 58 hace referencia a los derechos de propiedad consagrando la propiedad privada como derecho de los colombianos, sujeto al interés público o social y dándole importancia a las formas de propiedad asociativa y solidaria.
Ley 590 del 10 DE JULIO DEL 2000 LEY MIPYME	De fomento a la cultura empresarial y a la creación de empresas.	Ley marco que suscribe la política estatal para la promoción de la creación de empresas.
Código de comercio laboral	Normatividad colaboradores de organizaciones en Colombia.	Reglas, normatividad, procedimientos, pautas, contratación laboral, obligaciones, liquidaciones a empleados.
LEY 905 DEL 2 DE AGOSTO DE 2004	Por medio de la cual se modifica la ley 590 del 2000 y se dictan otras disposiciones.	
LEY 905 DE 2004 Y LEY 590 DE 2000	Clasificación por tamaño de empresas	
Ley 29 de 1990	Ley de ciencia y tecnología	Marco que regula las disposiciones para el fomento de la investigación científica y desarrollo tecnológico

³Sitio oficial alcaldía de Girardot, última actualización 13 de octubre de 2016
http://www.girardot-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml

⁴Constitución política de Colombia, www.corteconstitucional.gov.co/?bTY código sustantivo del trabajo y código procesal del trabajo legys 2016 <http://www.tiendalegis.com/Publicaciones/codigo-sustantivo-del-trabajo-y-codigo-procesal-del-trabajo.asp>, cámara de comercio de Bogotá año 2014; <http://www.ccb.org.co/>.

Tabla 2 Marco legal salud ocupacional del empleador⁵

Decreto ley 1295 1994	Determina la organización y administración del Sistema General de Riesgos Profesionales.
Resolución 7515 1990	Modifica lo establecido en la resolución 18575 correspondiente a la prestación de servicios en Salud Ocupacional
Resolución 1075 1992	Obliga a las empresas a realizar campañas de prevención de fármaco dependencia, alcoholismo y tabaquismo
Ley 100 1993	Crea e implementa el Nuevo Sistema de Seguridad Social Integral.
Decreto 0948 1995	MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE. Prevención y control de la contaminación atmosférica y protección de la calidad del aire.
Decreto 1607	MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD Por el cual modifica la Tabla de Clasificación de Actividades Económicas para el Sistema General de Riesgos Profesionales y se dictan otras disposiciones
Resolución 1401 2007	MINISTERIO DE LA PROTECCION SOCIAL. Por la cual se reglamenta la investigación de incidentes y accidentes de trabajo

6.5. MARCO CONCEPTUAL

AMBIENTE DE TRABAJO: Es el conjunto de condiciones que rodean a la persona y que directa o indirectamente influyen en su estado de salud y en su vida laboral.

ACTITUD. Reacción evaluativa favorable o desfavorable hacia algo o alguien, que se manifiesta en nuestras creencias, sentimientos o conducta proyectada.

⁵ Código sustantivo del trabajo y código procesal del trabajo LEGYS 2106 <http://www.tiendalegis.com/Publicaciones/codigo-sustantivo-del-trabajo-y-codigo-procesal-del-trabajo.asp>, Jesús palomino cervantes representante legal laborando info <http://www.laborando.info/legislaci%C3%B3n-en-sst/>

ADMINISTRACION. Disciplina cuyo objetivo es la coordinación eficaz y eficiente de los recursos de un grupo social para lograr sus objetivos con la máxima productividad y calidad.

CALIDAD. Aquellas características del producto que responden a las necesidades del cliente.

CONFIABILIDAD. Método de medición cualitativa que sugiere que los mismos datos deben ser observados cada vez que se realiza una observación del mismo fenómeno. Grado en que una prueba proporciona resultados consistentes.

CONTROL. Proceso de monitorear las actividades de la organización para comprobar si se ajusta a lo planeado y para corregir las fallas o desviaciones.

CULTURA ORGANIZACIONAL: Patrón general de conducta, creencias y valores compartidos por los miembros de una organización.

DESARROLLO ORGANIZACIONAL: Enfoque sistemático y planeado para mejorar la eficacia de los grupos de personas y de toda la organización.

DISEÑO ORGANIZACIONAL: Determina una forma, patrón, estructura o algo semejante utilizado por la empresa para alcanzar uno o más objetivos.

DIAGNOSTICO. Etapa de la consultoría en la cual se describe, sin evaluarse, la situación actual de una organización, de un grupo o de una persona.

ENTORNO. Conjunto de elementos que rodean a una organización. Instituciones o fuerzas externas a la organización que tienen potencial para afectar su rendimiento.

EMPRESA: Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio

ESTRATEGIA: Estrategia es la determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa, la adopción de los cursos de acción y la asignación de los recursos necesarios para su cumplimiento, se vale de relaciones y acciones especiales, entre el medio ambiente interno y externo de la empresa. La estrategia está recogida en el marco definido por la misión, visión, objetivos, filosofía, principios y valores de una empresa; es decir, debe ser coherente y pertinente al direccionamiento de la empresa o del proceso a abordar.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: División, organización y coordinación de las actividades de la empresa. Aporta para la empresa todos los principios,

conocimientos, bases y estrategias necesarias para diseñar la distribución de los recursos, la asignación de los mismos a determinados cargos y la relación existente entre ellos para hacer la empresa una organización eficiente y eficaz.

FUNCIONES: Especificación de las tareas inherentes a cada uno de los cargos y/o unidades administrativas que forman parte de la estructura orgánica, necesarios para cumplir con las atribuciones de la organización.

GERENTE: Gerente es aquella persona “encargada de guiar, dirigir y controlar un proceso de decisión.

GERENCIA ESTRATÉGICA. Es una herramienta para administrar y ordenar los cambios, donde se definen los objetivos de la organización y se establecen estrategias para lograrlos y se reconoce la participación basada en el liderazgo de los ejecutivos de la empresa para tomar las decisiones que correspondan a las demandas del ambiente inmediato y futuro.

GESTIÓN ORGANIZACIONAL: Administración y dirección de los procesos que se llevan a cabo en una empresa, donde se requiere la coordinación y cooperación del talento humano para lograr cumplir con los objetivos propuestos.

MISION. Propósito, finalidad que persigue en forma permanente o semipermanente una organización, un área o un departamento. Razón de ser de una organización.

MEDIO AMBIENTE. Contexto físico y social en el que funciona un sistema (organización, persona, o grupo).

ORGANIZACIÓN: Es la estructuración de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados.

PROCESOS: Conjunto de actividades para la Operación de la empresa distribuidora.

PLANEAR: Planear implica desplegar acciones estratégicas y operativas para lograr los objetivos, partiendo del diagnóstico situacional del entorno interno y externo, el cual nos da puntos para definir así prioridades y objetivos.

RELACIONES HUMANAS. Acciones y actitudes resultantes de los contactos entre grupos y personas.

TEORIA. Es una explicación sistemática de los hechos que son observados y leyes relacionadas con un particular aspecto de la vida.

VISION. Una percepción clara del futuro de una organización.

7. METODOLOGIA

La metodología utilizada en el proceso de investigación necesario para realizar una propuesta de reestructuración organizacional en la empresa SUPERMERCADOS CUNDINAMARCA SA, es hacer inicialmente una investigación exploratoria ya que se pretende explorar el entorno interno de la empresa para conocer el contexto donde se desenvuelve, así como las principales variables que determinan la estructura de la organización y su funcionamiento.

A partir de lo anterior se orienta la investigación de manera descriptiva puesto que se recolecta información de la empresa con base a las variables encontradas en la fase exploratoria. Por último la investigación tendrá una parte inferencial debido a que se realiza un modelo factorial.

7.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Descriptivo - Exploratorio.

Para el desarrollo de este trabajo se realiza una investigación descriptiva y exploratoria que permita observar, registrar, indagar los diversos antecedentes, diversas situaciones de la organización en cuanto a funcionamiento y operación con el fin de proponer soluciones, alternativas de mejoramiento según la información recolectada.

7.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método de investigación aplicado es deductivo- inductivo, para llegar a una reflexión y análisis sistematizado de la realidad objeto, coherente y lógico del problema de investigación tomando como referencias premisas verdaderas a partir de hechos empíricos. Se realiza el sondeo de la realidad a través de herramientas de captación de información primaria; la información obtenida se cruzará con la del marco de referencia; a partir de éste, se realiza un diagnóstico y un análisis para finalmente identificar la solución que se considere más apropiada a los fines del trabajo.

7.2.1 Fuente de información primaria

Observación. Se hizo un seguimiento de las actividades desarrolladas en la empresa, analizándolas cuidadosamente, contando con el apoyo de la administradora, buscando tener una percepción clara de la empresa en general y su forma de operación.

Entrevistas. Se realizaron algunas entrevistas de forma personalizada con la administradora y empleados de la empresa con el fin de identificar las necesidades primarias frente a los mecanismos de control y supervisión dentro de la misma, buscando conseguir la estructura de la plataforma estratégica, por medio del uso de la matriz DOFA, VESTER Y PEYEA.

8. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Son todos los recursos utilizados y requeridos para llevar a cabo la investigación de este proyecto.

8.1 RECURSOS HUMANOS

La investigación de este proyecto se realizó en su totalidad por parte de la Estudiante **DIANA PATRICIA RAMIREZ MAYORGA** y **CARLOS VELASQUEZ**, de la **Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas Y Contables, Programa De Administración De Empresas, Universidad De Cundinamarca, Seccional Girardot**.

8.2 RECURSOS INSTITUCIONALES

Intervinieron de manera elemental, la Administradora **MALLERY CASAS**, su nómina de empleados quienes me brindaron toda su colaboración, clientes, el Docente **GERMAN HOYOS LEON**, quien me ofreció su apoyo como Director de Proyecto.

8.3 RECURSOS FINANCIEROS

Para la ejecución de la investigación de este proyecto, se requirieron gastos monetarios en los desplazamientos a las visitas de campo realizadas, el costo de las copias e impresiones, las asesorías realizadas a entes y personas relacionadas con temas como el marco legal.

9. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES EN EL DESARROLLO DEL PROYECTO

Tabla 3 Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	MESES				
	febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
ESTABLECIMIENTO IDEA					
RECOLECCION INFORMACION					
ELABORACION ANTEPROYECTO					
REVISIÓN ANTEPROYECTO DOCENTE					
PRESENTACIÓN ANTEPROYECTO COMITÉ					
CORRECCIONES DADAS POR JURADO					
RECOLECCIÓN INFORMACIÓN					
REALIZACIÓN DIAGNÓSTICO					
DISEÑO PLAN MEJORAMIENTO					
DETERMINACION RECURSOS					

10. DIAGNOSTICO REAL DE LA ORGANIZACIÓN

10.1 NOMBRE DE LA EMPRESA

SUPERMERCADOS CUNDINAMARCA S.A

NIT: 08080027015

10.2 HISTORIA DE LA EMPRESA

Supermercados Cundinamarca es una compañía fundada en el sector de santa librada, Bogotá en el año de 1975 por Bertha Urrea y Pedro Mora. La compañía tiene por objeto social la comercialización de bienes de consumo masivo por medio de sus cadenas de supermercados ubicadas en Fusagasugá, Facatativá, Funza, Melgar y Tocaima. Las líneas de productos que maneja son fruver, panadería, víveres y carnes

10.3 REPRESENTANTE LEGAL

Norberto Mora

10.4 UBICACIÓN

Carrera 9 # 32-42 Girardot Cundinamarca

10.5 ADMINISTRADORES

- ADMINISTRADOR: MALLERLY CASAS
- SUB ADMINISTRADOR: GUIOVANNI ALVAREZ

10.6 ACTIVIDAD ECONOMICA

Servicios:

Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco, comercio al por mayor de productos alimenticios, transporte de carga por carretera

10.7 TIPO DE SOCIEDAD

Sociedad Anónima: La sociedad anónima es una de las figuras más utilizadas en la constitución de empresas, y está conformada por un número plural de socios que no puede ser menor a cinco (5) socios y un máximo ilimitado. La razón social debe estar seguida por la sigla S.A.

10.7.1 Representación legal. El representante legal será designado por la junta directiva o por la asamblea de socios si así lo establecen los estatutos. El representante legal puede ser removido en cualquier momento, o ser reelegido indefinidamente. La designación del representante legal debe ser inscrita en el registro mercantil.

Mientras un representante legal figure en el registro mercantil, será el responsable ante tercero para todos los efectos legales propios de su cargo y funciones.

10.8. REGIMEN MERCANTIL

Régimen común. El régimen común está obligado a facturar, a cobrar IVA, a declarar y a llevar contabilidad. Los responsables del régimen común deben solicitar autorización para facturar, declarar renta.

10.9 IDENTIFICACION DE FACTORES INTERNOS

10.9.1 Objeto social

La sociedad tendrá como objeto principal la prestación de servicios para consumo como alimentos perecederos y no perecederos de primera necesidad para los clientes.

10.9.2 Portafolio de servicios

Es una empresa dedicada a la comercialización de bienes de consumo masivo de la mejor calidad y al mejor precio.

10.10 IDENTIFICACION DE FACTORES EXTERNOS

10.10.1 Clientes. Toda la población en general que necesite de los elementos de primera necesidad.

10.10.2 Empresas similares

Competidores primarios

Supermercados K

Algrano

Canasta campesina

Competidores secundarios

Olímpica

Almacenes Éxito

Jumbo

Colsubsidio

El supermercado Súper Cundí tiene unas políticas de calidad, servicio y precio cumpliendo así con las expectativas económicas esperadas por la ciudadanía sosteniendo un excelente servicio y calidad por un bajo costo en los productos.

11. ANALISIS DE LA ENTREVISTA Y ENCUESTA

11.1. ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS ESTRUCTURADAS

Las conclusiones más importantes, extraídas de la información obtenida por las personas entrevistadas son:

ADMINISTRADOR

Una vez realizada la entrevista con el Administrador del supermercado se concluyen los siguientes aspectos:

Debido a que la actividad de la empresa es de manera empírica, no tiene definido una planeación estratégica; por lo tanto es conveniente diseñar el direccionamiento estratégico en el cual pueda redefinir el marco institucional como lo es la misión, visión, entre otros en función de los propósitos.

No se identifican funciones por puestos de trabajo, lo cual puede ocasionar desgastes operativos, en la toma de decisiones pueden ocasionar contrariedades u omisión de las responsabilidades.

Se hace necesario realizar un diagnóstico de debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas teniendo en cuenta que la empresa nunca ha desarrollado esta estrategia.

La empresa no cuenta con el personal capacitado que pueda contribuir a la elaboración de manuales, funciones, programas de capacitación, procesos y procedimientos con los cuales una vez desarrollados permita que las actividades se lleven a cabo de forma adecuada y eficaz.

El supermercado Cundinamarca no cuenta con un plan de emergencia para lo cual es importante debido a que **ES MEJOR PREPARARSE PARA ALGO QUE NO VA A SUCEDER, A QUE SUCEDA ALGO PARA LO QUE NO ESTAMOS PREPARADOS.**

11.2. RESULTADO Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA EMPLEADOS

Los resultados obtenidos en la encuesta realizada a cada uno de los empleados arrojaron los siguientes datos:

OBJETIVO: Determinar el concepto que tiene los empleados de la empresa, cómo la perciben y cuáles son sus expectativas.

Encuestas realizadas: 15 empleados.

1. ¿Qué tan importante considera que es su cargo para el crecimiento y desempeño de la empresa?

Tabla 4. Resultado pregunta 1. Encuesta empleados

CAJERAS		CARNICEROS	
MUY IMPORTANTE	1	MUY IMPORTANTE	1
IMPORTANTE		IMPORTANTE	3
POCO IMPORTANTE	4	POCO IMPORTANTE	1
OPERADORES		TOTAL	
MUY IMPORTANTE	4	MUY IMPORTANTE	6
IMPORTANTE	1	IMPORTANTE	4
POCO IMPORTANTE		POCO IMPORTANTE	5

Gráfica 1. Representación gráfica de la pregunta 1 encuesta empleados



Al observar la gráfica 1. Se evidencia el puntaje más alto con 6 personas donde mencionan que son muy importante para el crecimiento y desempeño de la empresa, seguida de 5 personas donde responde que son poco importantes y 4 personas con la respuesta de importantes.

2. ¿Considera usted que su crecimiento personal y profesional está relacionado directamente con el crecimiento de la empresa?

Tabla 5. Resultado pregunta 2. Encuesta empleados

CAJERAS	
SI	5
NO	
OPERADORES	
SI	4
NO	1
CARNICEROS	
SI	2
NO	3
TOTAL	
SI	11
NO	4

Gráfica 2. Representación gráfica pregunta 2 encuesta empleados



Colaboradores mencionan que es muy importante el crecimiento personal y profesional además que está directamente relacionado con el crecimiento de la empresa en la segunda pregunta.

3. ¿durante el año con qué frecuencia la empresa le ha proporcionado capacitación?

Tabla 6. Resultado pregunta 3. Encuesta empleados

CAJERAS	
UNA VEZ	1
MAS DE DOS VECES	
NUNCA	4
OPERADORES	
UNA VEZ	1
MAS DE DOS VECES	
NUNCA	4
CARNICEROS	
UNA VEZ	
MAS DE DOS VECES	
NUNCA	5
TOTAL	
UNA VEZ	2
MAS DE DOS VECES	
NUNCA	13

Gráfica 3. Representación gráfica pregunta 3 encuesta empleados



Colaboradores dijeron que la empresa nunca los ha capacitado y 2 dijeron que recibieron 2 capacitaciones.

- ¿Cómo calificaría su estabilidad laboral dentro de la empresa en una escala de 1 a 5 siendo 1 el nivel más bajo y 5 el máximo nivel?

Tabla 7. Resultado pregunta 4. Encuesta empleados

CAJERAS	
1	1
2	4
3	0
4	0
5	0
TOTAL	5

OPERADORES	
1	0
2	0
3	0
4	0
5	0
TOTAL	0

CARNICEROS	
1	0
2	0
3	0
4	0
5	0
TOTAL	0

TOTAL	
1	1
2	4
3	0
4	0
5	0
TOTAL	5

Gráfica 4. Representación gráfica pregunta 4 encuesta empleados



En la escala de 1 a 5 siendo 1 el nivel más bajo y 5 el máximo nivel, Respondieron 4 personas escalas de 3, 9 personas escala de 4, y 2 personas escala de 5.

- El cargo que ocupa, esta soportado por un documento escrito que describa con la claridad, la secuencia de cada una de sus funciones.

Tabla 8. Resultado pregunta 5. Encuesta empleados

CAJERA	
SI	2
NO	3

OPERADORES	
SI	2
NO	3

CARNICEROS	
SI	1
NO	4

TOTAL	
SI	5
NO	10

Gráfica 5. Representación gráfica pregunta 5 encuesta empleados



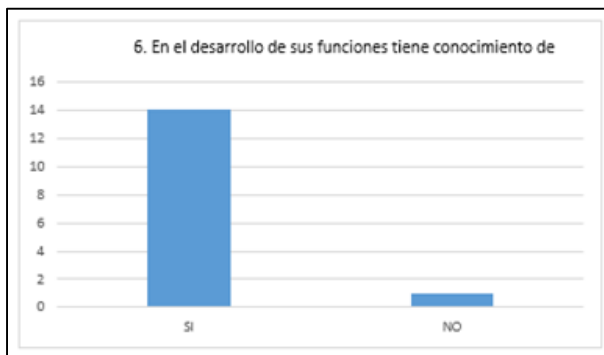
El cargo que ocupa, está soportado por un documento escrito que describa con la claridad, la secuencia de cada una de sus funciones los empleados 5 respondieron que sí y 10 respondieron que NO.

6. ¿En el desarrollo de sus funciones tiene conocimiento de los procesos y procedimientos a seguir?

Tabla 9. Resultado pregunta 6. Encuesta empleados

CAJERA	
SI	4
NO	1
OPERADORES	
SI	5
NO	
CARNICEROS	
SI	5
NO	
TOTAL	
SI	14
NO	1

Gráfica 6. Representación gráfica pregunta 6 encuesta empleados



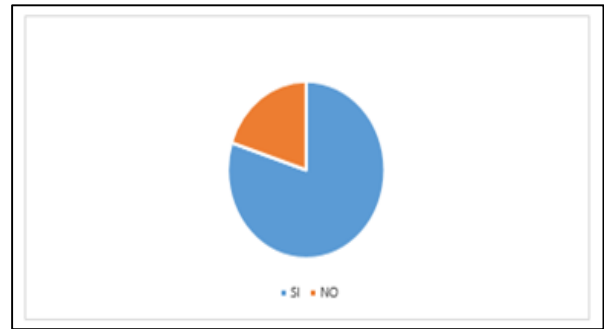
14 personas respondieron que si tienen de los procesos y procedimientos a seguir 1 respondió que no, por lo tanto se debe capacitar a los colaboradores, hacerlos tomar conciencia, y que sepan de sus funciones a la hora de laborar, para que se cumplan todas las metas propuestas.

7. ¿Considera que las condiciones ambientales y las instalaciones tienen el espacio suficiente para desarrollar sus funciones?

Tabla 10. Resultado pregunta 7. Encuesta empleados

Gráfica 7. Representación gráfica pregunta 7 encuesta empleados

CAJERA	
SI	4
NO	1
OPERADORES	
SI	4
NO	1
CARNICEROS	
SI	4
NO	1
TOTAL	
SI	12
NO	3



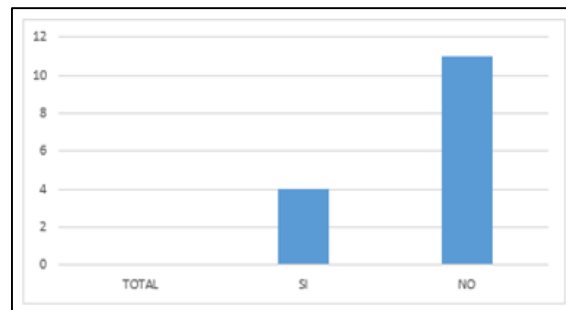
12 personas consideraron que las condiciones ambientales y las instalaciones tienen el espacio suficiente para desarrollar sus funciones y 3 dijeron que NO por lo tanto se debe capacitar y transmitir conocimientos acerca de ambientes a los colaboradores Y del espacio a la hora de sus funciones laborales.

8. ¿Cree que su sueldo y el de sus compañeros están en consonancia con la situación y marcha económica de la empresa?

Tabla 11. Resultado pregunta 8. Encuesta empleados

CAJERA	
SI	2
NO	3
OPERADORES	
SI	2
NO	3
CARNICEROS	
SI	5
NO	5
TOTAL	
SI	4
NO	11

Gráfica 8. Representación gráfica pregunta 8 encuesta empleados



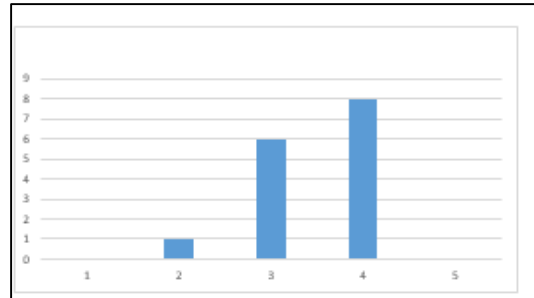
4 personas respondieron que si están de acuerdo con el sueldo y 11 respondieron que no.

9. ¿Cómo valoraría en términos generales el clima laboral de la empresa valorando en una escala de 1 a 5 siendo 1 el nivel más bajo y el 5 el máximo nivel?

Tabla 12. Resultado pregunta 9. Encuesta empleados

Gráfica 9. Representación gráfica pregunta 9 encuesta empleados

CAJERA	
1	
2	
3	2
4	3
5	
OPERADOR	
1	
2	
3	3
4	2
5	
CARNICEROS	
1	
2	1
3	1
4	3
5	
TOTAL	
1	
2	1
3	6
4	8
5	



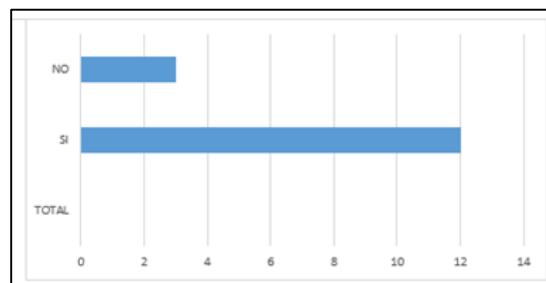
En la escala de 1 a 5 siendo 1 el nivel más bajo y 5 el máximo nivel. Respondió 1 persona escalas de 2. 6 personas escalas de 3 y 8 personas escalas de 4.

10. ¿Considera adecuado el nivel de exigencia por parte de su jefe?

Tabla 13. Resultado pregunta 10. Encuesta empleados

Gráfica 10. Representación gráfica pregunta 10 encuesta empleados

CAJERAS	
SI	4
NO	1
OPERADORES	
SI	4
NO	1
CARNICEROS	
SI	4
NO	1
TOTAL	
SI	12
NO	3



2 personas respondieron “SI” al nivel de exigencia de su jefe y 3 “NO”

11.3. RESULTADO Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA CLIENTES

Los resultados obtenidos en la encuesta realizada a cada uno de los clientes arrojaron los siguientes datos:

OBJETIVO: Determinar el concepto que tiene los clientes, cómo la perciben y cuáles son sus expectativas.

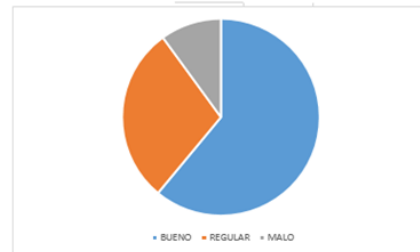
Encuestas realizadas: 100 clientes

1. ¿qué opina usted de nuestros precios?

Tabla 14. Resultado pregunta 1. Encuesta clientes

BUENO	61
REGULAR	29
MALO	10
TOTAL	100

Gráfica 11. Representación gráfica pregunta 1 encuesta clientes



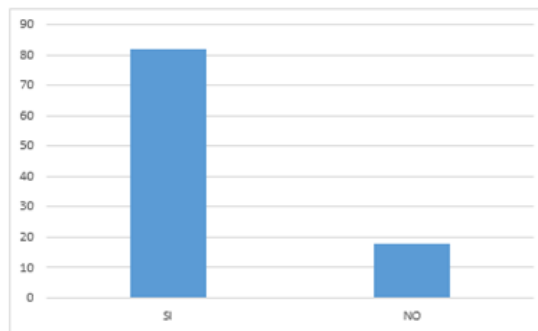
61 personas indican que el precio es bueno, 29 que es regular y 10 personas que es malo.

2. ¿Recibió buen trato de parte de nuestro personal?

Tabla 15. Resultado pregunta 2. Encuesta clientes

Gráfica 12. Representación gráfica pregunta 2 encuesta clientes

SI	82
NO	18
TOTAL	100



82 clientes informan que si recibieron buen trato, 18 clientes informan que no recibieron buen trato.

3. ¿qué le parece la limpieza de nuestro establecimiento?

Tabla 16. Resultado pregunta 3. Encuesta clientes

ASEADO	20
DESADEADO	80
TOTAL	100

Gráfica 13. Representación gráfica pregunta 3 encuesta clientes



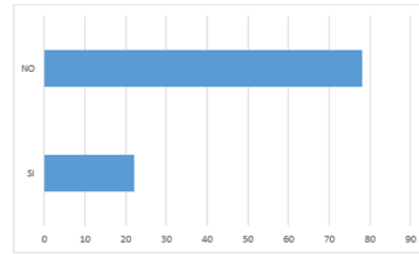
20 clientes dijeron que se encontraba aseado el establecimiento y 80 que se encontraba desaseado.

4. ¿Considera buena la atención por parte de las cajeras?

Tabla 17. Resultado pregunta 4.
Encuesta clientes

SI	22
NO	78
TOTAL	100

Gráfica 14. Representación gráfica pregunta 4 encuesta clientes



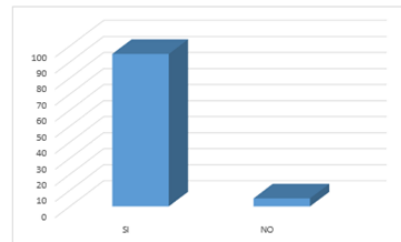
22 clientes dijeron que es buena la atención por parte de las cajeras y 78 dijeron que NO.

5. ¿Desea que haya promociones?

Tabla 18. Resultado pregunta 5.
Encuesta clientes

SI	95
NO	5
TOTAL	100

Gráfica 15. Representación gráfica pregunta 5 encuesta clientes



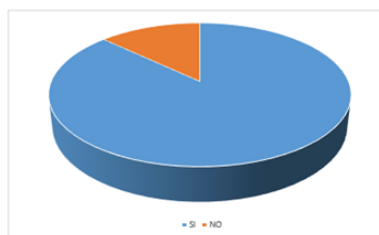
95 clientes desean promociones y 5 que NO.

6. ¿Regresaría nuevamente a realizar sus compras?

Tabla 19. Resultado pregunta 6.
Encuesta clientes

SI	87
NO	13
TOTAL	100

Gráfica 16. Representación gráfica
pregunta 6 encuesta clientes



87 personas indicaron que volverían a realizar sus compras en supermercados Cundinamarca y 13 que no, por lo tanto la gran mayoría de usuarios o clientes prefieren volver a realizar sus compras en el supermercado

ANALISIS: De acuerdo al resultado de las encuestas y entrevistas, las personas que frecuentan el supermercado a realizar sus compras y sus colaboradores demuestran que el supermercado actualmente se encuentra bien posicionado y está realizando un buen servicio en la comunidad y sus falencias son tan solo unas dificultades organizativas que se pueden direccionar para satisfacer el 100% las necesidades de los empleados y clientes.

12. DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL

12.1 ANALISIS PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA (POAM)

12.1.1 Amenazas

- ❖ Creación de nuevos impuestos
- ❖ Nuevos competidores

12.1.2 Oportunidades

- ❖ política laboral
- ❖ Exoneración de impuestos
- ❖ Normas, leyes y estatutos
- ❖ Acceso a la tecnología
- ❖ Globalización de la información
- ❖ Velocidad en desarrollo tecnológico
- ❖ Desempleo
- ❖ Crecimiento de la población
- ❖ Alianzas estratégicas
- ❖ Vía de acceso

12.1.3 PERFIL DE AMENAZAS Y OPORTUNIDADES EN EL MEDIO (POAM)

Tabla 20 Matriz (POAM)

FACTORES	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
ECONOMICOS									
política laboral		X						x	
Creación de nuevos impuestos				X			x		
Exoneración de impuestos	X								X
POLITICOS									
Normas, leyes y estatutos		X						x	
TECNOLOGICO									
Acceso a la tecnología			X						X
Globalización de la información			X						X
Velocidad en desarrollo tecnológico			X						X
SOCIALES									
Desempleo		X						x	
Crecimiento de la población	x						x		
COMPETITIVOS									
Alianzas estratégicas			X						X
Nuevos competidores				X			x		
GEOGRAFICO									
Vía de acceso	x						x		

12.1.4 Análisis matriz (POAM)

Debido al estudio realizado para supermercados Cundinamarca, el PERFIL DE AMENAZAS Y OPORTUNIDADES EN EL MEDIO indica que la política laboral es un atractivo para la comunidad en desempleo, el crecimiento de la población interna y la población flotante hacen para la organización, sea muy benéfico poderse proyectar a mediano y largo plazo y con eso aumentar ventas. Las vías de acceso e inversión nacional en la ruta del sol hace que la población flotante de veredas y municipios cercanos incremente, el Acceso a la tecnología, la Globalización de la información, y la Velocidad en desarrollo tecnológico hacen que el supermercado pueda entrar a competir en la parte tecnológica y entrar en competencia directa en las tecnologías de la información y comunicación.

12.2 PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA PCI

12.2.1 Fortalezas

- ❖ Ubicación
- ❖ Fortaleza de proveedores
- ❖ Lealtad y satisfacción del cliente

12.2.3 Debilidades

- ❖ Uso de planes estratégicos
- ❖ Evaluación y pronóstico del medio
- ❖ Comunicación y control gerencial
- ❖ Flexibilidad de la estructura organizacional
- ❖ Evaluación de gestión
- ❖ Sistemas de control y de toma de decisiones
- ❖ Acceso a capital cuando lo requiere
- ❖ Facilidad para salir al mercado
- ❖ Disponibilidad de fondos
- ❖ Nivel tecnológico
- ❖ Resistencia al cambio
- ❖ Nivel académico
- ❖ Experiencia técnica
- ❖ Motivación

Tabla 21 PCI

FACTORES	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
CAPACIDAD DIRECTIVA									
Uso de planes estrategicos				x			x		
Evaluacion y pronostico del medio				x			x		
Comunicación y control gerencial				x			x		
Sistemas de control y de toma de decisiones				x			x		
Flexibilidad de la estructura organizacional				x			x		
Evaluacion de gestion				x			x		
CAPACIDAD COMPETITIVA									
Lealtad y satisfaccion del cliente		x						x	
Fortaleza de proveedores		x						x	
Ubicación	x						x		
CAPACIDAD FINANCIERA									
Acceso a capital cuando lo requiere						x			x
Facilidad para salir al mercado						x			x
Disponibilidad de fondos						x			x
CAPACIDAD TECNOLOGICA									
Nivel tecnologico						x			x
Resistencia al cambio						x			x
CAPACIDAD DEL TALENTO HUMANO									
Nivel academico						x			x
Experiencia tecnica						x			x
Motivacion						x			x

12.2.4 ANALISIS PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA. (PCI)

El perfil de capacidad interna arrojó que supermercados Cundinamarca esta fuerte competitivamente en la lealtad y satisfacción del cliente y fortaleza de proveedores por lo tanto debe seguir trabajando y mejorando estos factores pero debe interferir directamente en la parte organizacional y administrativa, las debilidades y el impacto que estos factores implican son demasiado alto, también deben fortalecer la capacidad financiera aunque no es una falencia primordial más la capacidad tecnológica y talento humano se debe reorganizar y plantear un mejoramiento sistemático y sostenido de acuerdo a la cultura y nivel socio económico de la población

12.3 MATRIZ DOFA

El análisis DOFA ayuda a conocer todo el entorno que rodea a una empresa, tanto en su ambiente interno como externo. Las fuerzas y debilidades internas son factores que puede controlar la empresa y que desempeña muy bien o muy mal. Las fortalezas son aspectos positivos que quieren conservar. Las debilidades son funciones que la empresa podría hacer mejor. En cambio, las amenazas y oportunidades son factores externos que están en gran medida fuera de control de la empresa. Las oportunidades deben detectarse a tiempo y aprovecharse. Las

Tabla 22 Matriz DOFA

		ANÁLISIS EXTERNO	
		DOFA	OPORTUNIDADES
ANÁLISIS INTERNO	FORTALEZAS	ESTRATEGIAS (FO) <ul style="list-style-type: none"> ❖ Aprovechar los medio publicitarios para atraer nuevos clientes con el fin de incrementar las ventas ❖ Invertir en programas de capacitación 	ESTRATEGIAS (FA) <ul style="list-style-type: none"> ❖ Invertir en I + D para adaptarse a los cambios del mercado y mejorar el posicionamiento de la empresa.
	DEBILIDADES	ESTRATEGIAS (DO) <ul style="list-style-type: none"> ❖ Elaborar plan para el direccionamiento estratégico. ❖ Realizar con los socios juntas continuas para elaborar planes para el crecimiento de la empresa. 	ESTRATEGIAS (DA) <ul style="list-style-type: none"> ❖ Implementar estrategias defensivas para permanecer en el mercado competitivo.

12.3.1 ANALISIS DOFA.

Actualmente supermercados Cundinamarca tiene muchas falencias tanto organizacional es como en seguridad industrial nuestra investigación arroja los resultados que en lo organizacional se debe Elaborar plan para el direccionamiento estratégico de la empresa, y estrategias corporativas transversales en las diferentes áreas de la misma, igualmente los socios deben realizar juntas continuas para elaborar planes para el crecimiento de la empresa e incrementar las estrategias organizacionales, para un excelente desarrollo corporativo en las diferentes áreas, también nos muestra que la empresa u organización debe Invertir en Investigación más Desarrollo para adaptarse a los cambios del mercado y mejorar el posicionamiento de la empresa.

12.4. MATRIZ VESTER

La matriz vester es un instrumento bastante útil para encontrar problemas puntuales a la hora de armar proyectos; herramienta que facilita la identificación y la determinación de las causas y consecuencias en una situación problemática.

12.4.1 Lista de problemas:

1. Creación de nuevos impuestos
2. Nuevos competidores
3. Usos de planes estratégicos
4. Comunicación y control gerencial
5. Sistemas de control y de toma de decisiones
6. Evaluación de gestión
7. Flexibilidad de la estructura organización
8. Evaluación y pronostico del medio

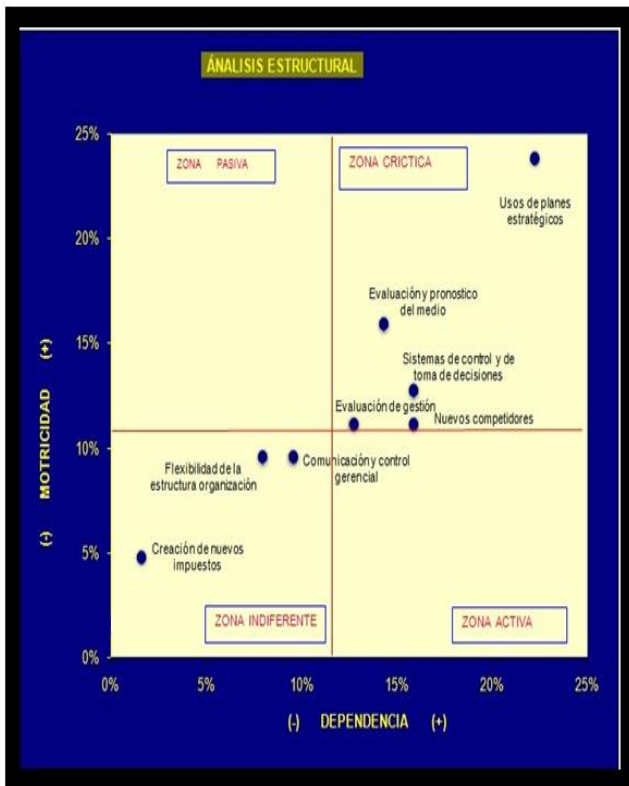
Figura 2 Porcentaje matriz VESTER

	1	2	3	5	6	7	8	9		
1	0	0	1	0	1	0	0	1	3	5%
2	0	0	2	0	2	1	0	2	7	11%
3	0	3	0	2	2	2	3	3	15	24%
4	0	2	2	0	1	1	0	0	6	10%
5	0	1	2	1	0	2	1	1	8	13%
6	0	1	2	1	2	0	0	1	7	11%
7	0	1	2	1	1	1	0	0	6	10%
8	1	2	3	1	1	1	1	0	10	16%
	1	10	14	6	10	8	5	8	62	100%
	2%	16%	23%	10%	16%	13%	8%	13%	100%	

Figura 3. Porcentaje resultado matriz VESTER

	(X)	(Y)		
	DEPENENCI. MOTRICIDAD			
1	2%	5%	CUADRANTE	
2	16%	11%		
3	23%	24%	SUMATORIA / N	
4	10%	10%		
5	16%	13%		
6	13%	11%	100	8
7	8%	10%		
8	13%	16%	12,5	
	100%	100%		
	12,5%			

Figura 4. Análisis estructural



12.4.2 Análisis matriz VESTER

Al realizar la matriz vester se jerarquiza los problemas existentes quedando definido que los problemas críticos lo constituye principalmente la falta de usos de planes estratégicos siendo el de mayor relevancia, continuando con la evaluación y pronóstico del medio, sistemas de control y toma de decisiones, evaluación de gestión y nuevos competidores; la empresa debe intervenir para la solución de estos, ya que al resolverlos los otros problemas van desapareciendo.

Se debe solucionar el primer problema, es este motivo por el cual la empresa no logra su efectividad, puesto que no cuenta con ningún plan estratégico.

12.5. MATRIZ (PEYEA)

VARIABLES MATRIZ PEYEA	
FUERZA FINANCIERA (FF)	ESTABILIDAD DEL AMBIENTE (EA)
incremento en ventas	Cambios tecnológicos
incremento de la utilidad	Tasa de inflación
Incremento operacional	Variabilidad de la demanda
Capital de trabajo	Escala de precios de productos competidores
VENTAJA COMPETITIVA (VC)	FUERZA DE LA INDUSTRIA (FI)
Participación en el mercado	Potencial de crecimiento
Calidad del producto	Potencial de utilidades
Ciclo de vida del producto	Estabilidad financiera
Lealtad de los clientes	Conocimientos tecnológicos
precio del producto	Aprovechamiento de recursos
Conocimientos tecnológicos	Intensidad de capital

Tabla 23 Estado de resultados Supercundi 2014

Supermercados Cundinamarca carrera 9	
ESTADO DE RESULTADOS	
De febrero 15 a diciembre 31 de 2014	
RUBROS	AÑO 2014
Ingresos por Ventas	1.370.601.208
Menos Costos de Ventas	847.527.482
UTILIDAD BRUTA	523.073.726
Menos GASTOS OPERACIONALES	
Gastos de Administración	234.965.340
Gastos de Ventas	181.965.300
UTILIDAD OPERACIONAL	106.143.086
Más OTROS INGRESOS	
Intereses por Ventas a Crédito	13.363.362
Menos OTROS EGRESOS	
Gastos Financieros	10.695.777
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	108.810.670
Menos Impuesto de Renta 33%	35.907.521
UTILIDAD NETA	72.903.149
Reserva Legal 10%	7.290.315
UTILIDAD LÍQUIDA	65.612.834

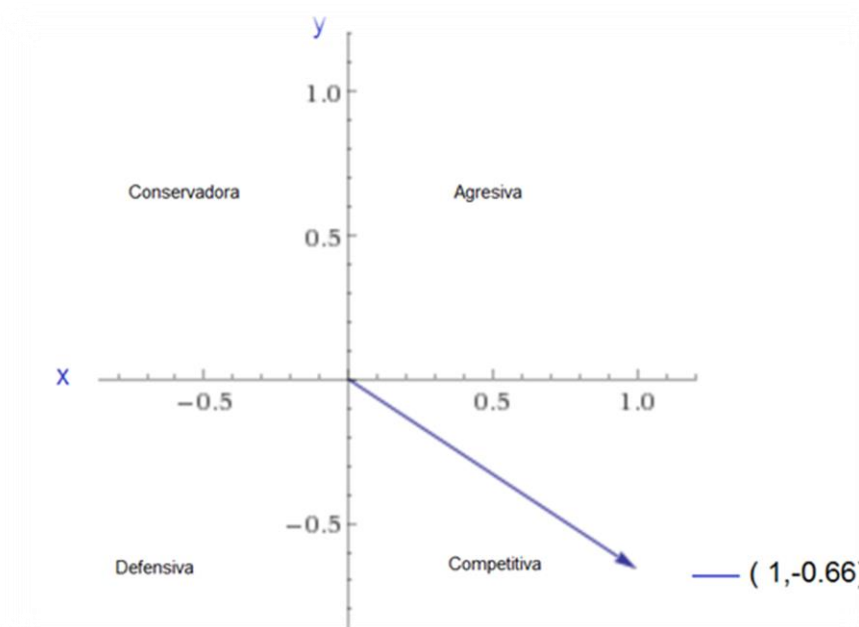
Tabla 24 Estado de resultados Superundi 2015

Supermercados Cundinamarca carrera 9	
ESTADO DE RESULTADOS	
De febrero 15 a diciembre 31 de 2015	
RUBROS	AÑO 2015
	Ingresos por Ventas
Menos Costos de Ventas	932.280.230
UTILIDAD BRUTA	712.441.219
Menos GASTOS OPERACIONALES	
Gastos de Administración	250.872.494
Gastos de Ventas	196.522.524
UTILIDAD OPERACIONAL	265.046.201
Más OTROS INGRESOS	
Intereses por Ventas a Crédito	50.000.000
Menos OTROS EGRESOS	
Gastos Financieros	15.000.000
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	300.046.201
Menos Impuesto de Renta 33%	105.016.170
UTILIDAD NETA	195.030.031
Reserva Legal 10%	19.503.003
UTILIDAD LÍQUIDA	175.527.028

Tabla 25 Variables y resultados matriz PEYEA

Fuerza financiera		Calificaciones
Los ingresos por ventas han incrementado un 20 % en comparación con el resultado directamente anterior.		6.0
La utilidad bruta con respecto al año anterior decreció un 26.6%		1.0
La utilidad operacional incremento circunstancialmente el 149.7		5.0
La utilidad líquida incremento 167.51 % respecto al año anterior		4.0
		16.0
Fuerza de la industria		
La falta de regulación ofrece libertad geográfica, de productos y calidad		5.0
La falta de regulación aumenta la competencia en el ámbito de supermercados.		3.0
La industria de mercadeo permite utilizar tecnología de última generación para desarrollar libremente su desarrollo industrial.		3.0
La industria del comercio de supermercados permite utilizarlos recursos necesarios para inversión tecnológica y operativa.		5.0
		16.0
Estabilidad del ambiente		
El municipio en desarrollo registra mala gobernabilidad y elevada inflación e inestabilidad política		-5.0
El supermercado siempre ha dependido de las familias de estrato 1, 2,3, y estos estratos socioeconómicos están reprimidos económicamente.		-5.0
La industria de supermercados se encuentra inestable debido a la alta competitividad regional y la desregulación actual municipal		-4.0
		-14.0
Ventaja competitiva		
El supermercado ofrece productos de alta calidad a precios bajos.		-2.0
Los supermercados, almacenes de cadena, graneros y distribuidores de productos son cada vez más competitivos		-5.0
El supermercado cuenta con una robusta lista de clientes		-2.0
		-9.0
Conclusión		
El promedio para la EA es $-14.0/3 = -4.66$	El promedio para la FI es $+16.0/4 = 4.00$	
El promedio para la VC es $-9.0/3 = -3.00$	El promedio para la FF es $+16.0/4 = 4.00$	

Figura 5 Resultado grafico matriz PEYEA



el supermercado debe seguir estrategias de tipo competitivo debido a que es una empresa financieramente fuerte, que ha obtenido ventajas competitivas importantes en una industria estable y creciente. se aconseja realizar inversión mayor en surtido de productos, calidad de los mismos, implementación de ofertas; implementación de servicio de domicilios; jerarquización de productos respecto a la calidad y precios una muy importante es que el supermercado ofrece productos de alta calidad a precios bajos por lo tanto debe seguir este alineamiento o comportamiento de dirección y mejorarlo, de igual manera los supermercados, almacenes de cadena, graneros y distribuidores de productos son cada vez más competitivos y debe mejorar su inversión en investigación y desarrollo organizacional, operativo, marketing y seguridad industrial, el supermercado debe apostarle a incrementar su clientela y fidelizarla realizando estrategias de mercadeo y marketing.

Tabla 26 Plan de Acción Vital

PLAN DE ACCIÓN VITAL					
OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	TIEMPO	COSTO
Seguimiento y Mejoramiento activo del uso del plan estratégico	Evidenciar el desarrollo de toda actividad organizacional.	Soportar activamente el desarrollo de las actividades operativas, administrativas, empresariales de la organización	Jefes de oficinas y jefes de despachos de la organización	365 días	4.000.000
Evaluación y pronóstico del medio	REOLECCION DE INFORMACION	encuestas, talleres, monitoreo	GERENCIA Y ADMINISTRACION	180 DIAS	2.500.000
Sistemas de control y de toma de decisiones	Evaluación y recolección de información acerca de decisiones y control de la organización	Realización de programación y cronograma de actividades operativas, logísticas y creación de plan de acción y planes de contingencia.	Gerencia y administrador de punto	180 DIAS	3.000.000
Evaluación de Gestión	Concientización y sondeo de colaboradores	Capacitaciones, encuentros, talleres, encuestas, integraciones	Recursos Humanos	365 días	10.000.000
Nuevos competidores	Realizar investigación sobre precios, calidad del servicio, domicilios, calidad, de productos,	Encuestas, infiltraciones,	Gerencia	180 días	2.500.000

	ubicación, promociones,				
--	----------------------------	--	--	--	--

Tabla 24 Plan de Acción Vital

DESARROLLO PLAN DE ACCIÓN VITAL	
OBJETIVO	EJECUCION DE LAS ESTRATEGIAS
Seguimiento y Mejoramiento activo del uso del plan estratégico	Documentar de forma burocrática las evidencias y registros de cada actividad operacional, organizacional, administrativa, formativa y todo aquello que se implemente para el desarrollo de la organización de tal manera que los registros sirvan como carta de navegación para proyectar las directrices de la empresa.
Evaluación y pronóstico del medio	Por el medio de recolección de información, que será desarrollado cada 30 días empezando con encuestas para encontrar insatisfacción en los clientes y personal se emplearan talleres de acuerdo a las necesidades arrojadas, y se realizara un excelente monitoreo a estas acciones.
Sistemas de control y de toma de decisiones	De acuerdo a la información arrojada en los anteriores pasos los jefes de cada área deben recolectar los datos, analizarlos y presentarlos a una reunión de junta directiva en la cual se deberán implementar estrategias y tomar decisiones acerca de los planes y direccionamiento a seguir para lograr lo esperado por la junta directiva. por medio de la realización de programación y cronograma de actividades operativas, logísticas y creación de plan de acción y planes de contingencia
Evaluación de Gestión	La evaluación se realizara por medio de Concientización y sondeo de colaboradores, encuentros, talleres, encuestas, integraciones en donde se pueda captar información y cotejarla con la inicialmente adquirida.
Nuevos competidores	Realizar investigación sobre precios, calidad del servicio, domicilios, calidad de productos, ubicación, promociones, Encuestas, infiltraciones y todo aquello que nos dé información sobre nuestros competidores actuales y proyectados.

13. MODELO PROPUESTO

El direccionamiento estratégico establece un sistema gerencial que permite construir, desplegar y controlar las metas fundamentales de la gerencia y los correspondientes medios para asegurar su logro en todos los niveles de la Organización; este proceso es desarrollado para identificar estrategias de cambio en los procesos de la empresa, para ello, la empresa debe definir, su misión y visión, los valores y las políticas que la regirán, haciendo énfasis en la gestión del talento humano, dado que para la empresa es la principal ventaja competitiva, en la medida que es el personal quien mantiene y conserva el posicionamiento de la empresa, quien genera y fortalece la innovación y el futuro de la empresa. A continuación se proponen estos elementos para la empresa SUPERMERCADOS CUNDINAMARCA S.A, con el fin de que sus metas y resultados se logren

13.1 VISION

Un componente importante en las Organizaciones es la exposición detallada de la visión de una empresa, consistente en una declaración formal de lo que la empresa trata de lograr: ¿Qué llegará a ser nuestro negocio? Una empresa cuidadosamente razonada impulsa a los directivos a considerar cuál debería ser el negocio de empresa y a desarrollar una visión más clara del rumbo por el cual, se le debe conducir en los próximos cinco a diez años.

Como una fase del sistema de planeación estratégica, la visión de la empresa resume los valores y las aspiraciones de la misma en términos muy genéricos, sin hacer planteamientos específicos sobre las estrategias utilizadas para que se hagan realidad. La visión de la organización, proporciona un vínculo de unión para los diversos tenedores de interés, internos y externos en la empresa.

Para la construcción de la visión cada uno de los socios reflexionó sobre las siguientes preguntas que plantea Corona Funes²³.

- ¿Cuál es la principal idea a futuro que motiva el desarrollo de la empresa?
- ¿En qué aspectos estratégicos debemos concentrar los esfuerzos organizacionales para alcanzar la principal idea a futuro?
- ¿Cómo sabemos que vamos por el camino correcto?

PROPUESTA DE VISIÓN

Ser en el año 2017, una empresa líder reconocida a nivel regional sostenible, para así satisfacer de manera oportuna las necesidades de nuestros clientes, a través del mejoramiento continuo de los procesos, precio competitivo y personal competente

13.2 MISIÓN

Drucker dice que formular la pregunta ¿Cuál es nuestro negocio?, es como preguntar: ¿Cuál es nuestra misión? La declaración de la misión, es una declaración duradera del propósito de una organización, que la diferencia de otras empresas similares, es una declaración de la razón de ser.

Para la construcción de la misión se tuvieron en cuenta los siguientes elementos: El primer elemento es el Propósito, es la parte más filosófica de la misión. Da una explicación del por qué de la existencia de la empresa; o bien, en beneficio de quién se hace todo el esfuerzo.

El segundo elemento es la estrategia, esta es la lógica comercial de la empresa. Es una dialéctica que enlaza el comportamiento y las decisiones con el propósito. Para definirla, la empresa debe determinar el área de negocios en la que va a competir la empresa. Tiene que dar también, alguna razón que señale la ventaja competitiva o la capacidad distintiva, que permitirá que la empresa tenga una posición especial en el área de negocio escogida.

El tercer elemento lo conforman las normas de comportamiento, la estrategia como tal, no influye en una empresa si no puede traducirse en decisiones y normas de comportamiento. Para tener alguna incidencia, la estrategia tiene que definir la actividad y el comportamiento.

El cuarto elemento son los valores de la empresa, los valores son las convicciones que sostienen el estilo de dirigir la Organización, su relación con los empleados y demás participantes, así como su ética.

Para la construcción de la misión cada uno de los socios reflexionó sobre las preguntas ¿Cuál es nuestro negocio?, ¿Cuál es nuestra razón de ser? y se plantea basarse sobre los siguientes motivos recomendados por King y Cleland²⁴, para redactar cuidadosamente sus declaraciones:

- A efecto de garantizar un propósito unánime en la organización.
- Sentar una base o norma para asignar los recursos de la organización.
- Establecer una técnica general o clima organizacional.

- Servir de punto focal que permita a las personas identificarse con el propósito y el curso de la organización.
- Permitir que los objetivos se puedan convertir es una estructura laboral.
- Especificar los propósitos de la organización y la conversión de estos propósitos en objetivos, de tal manera que puedan evaluar y controlar los parámetros de costos, tiempos y resultados.

PROPUESTA DE MISIÓN

Somos una empresa dedicada a la comercialización de productos de consumo masivo para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, brindando permanente calidad en la atención y el servicio.

13.3 PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS

Los principios y valores corporativos son elementos de una cultura empresarial, propios de cada compañía, dada sus características competitivas, las condiciones de su entorno, su competencia y la expectativa de los clientes y propietarios.

Específicamente estamos hablando de conceptos, costumbres, actuaciones, actitudes, comportamiento o pensamientos que la empresa asume como normas o principios de conducta o que se propone tener o lograr como una característica distintiva de su posicionamiento y sus variables competitivas.

Ahora, cuando se habla de principios o valores corporativos, nos referimos a características que se desarrollan como ventajas competitivas. En algunas industrias, por ejemplo, el tamaño es una variable que genera reconocimiento, pero si su empresa lo tiene pero el público no lo sabe o no lo reconoce como tal, usted no tiene una verdadera ventaja competitiva. Esta surge solo cuando el mercado en general lo percibe y los clientes lo reconocen como un valor y lo aprecian. Los clientes en particular, lo distinguen como algo diferente que desean tener como parte de la oferta de valor de la compañía.

Los siguientes principios se construyeron dando respuesta a tres elementos:

- El deseo o la voluntad, es la aspiración legítima del empresario por ser reconocido de una manera u otra, depende de su concepción de negocios, sus inclinaciones y sus aspiraciones.

- La estrategia, ¿Cuál es la orientación del negocio?, ¿Cómo quiere competir y posicionarse en la mente de los consumidores y los competidores?
- El compromiso, las cosas que se deciden con la voluntad o con la reflexión ¿Cómo se desarrollan en la realidad?

PROPUESTA DE PRINCIPIOS Y VALORES

COMPROMISO CON EL CLIENTE: Orientar todas las actividades de la Organización, hacia la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes, con actitud de servicio.

INNOVACION: Analizar los cambios del entorno, con el objeto de diseñar productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes a partir de la combinación de tecnología, conocimiento y creatividad.

ECONOMIA: Garantizar precios asequibles a los clientes con la finalidad de contribuir al mejoramiento de su calidad de vida.

HONESTIDAD: Enmarcar las acciones en la verdad y hacerlas coherente con nuestro pensar, decir y hacer

SENTIDO DE PERTENENCIA: Reflejar el amor y la pasión por la organización en cada una de las tareas asignadas, teniendo la iniciativa necesaria para apoyar y desarrollar el trabajo en equipo.

COMPETIVIDAD: Maximizar el uso de recursos brindando productos y servicios de manera oportuna a nuestros clientes con precios bajos y calidad

14. SUBSISTEMAS DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

14.1 SUBSISTEMA DE MEDICINA PREVENTIVA Y DEL TRABAJO

El subsistema de Medicina Preventiva y del Trabajo, tiene como finalidad la promoción, prevención y control de la salud de los trabajadores frente a los factores de riesgo ocupacionales. Además, recomienda los lugares óptimos de trabajo de acuerdo a las condiciones psico-fisiológicas del trabajador, con el fin de que pueda desarrollar sus actividades de manera eficaz, procurando que las condiciones de trabajo de SUPERMERCADOS CUNDINAMARCA SA no conduzcan al deterioro de su estado físico y mental.

Fomento de estilo de vida saludables

En la empresa se debe contar con un cronograma de actividades de fomento de estilo de vida saludable para todos los trabajadores de la empresa como capacitaciones sobre tabaquismo, deporte, alcoholismo, educación sexual, planificación familiar, entre otros con el apoyo de la ARL Positiva y sus asesores.

Pausas activas:

1. Para controlar los síntomas del síndrome de túnel del carpo se recomienda realizar estiramiento de los tendones de la muñeca. Para ellos tome todos los dedos de la mano en dirección hacia el suelo y realice el estiramiento, haciendo presión hacia el cuerpo, al terminar cambie de brazo.
2. Junte las manos, llévelas encima de la cabeza y extendiendo los codos ejerza presión.
3. Para la relajación de los músculos de la zona cervical, entrelace las manos y llévelas detrás de la espalda, ejerza presión y sostenga, para ganar elasticidad y optimizar la relajación muscular.
4. Este ejercicio funciona para los músculos de la zona cervical y túnel del carpo, tome las dos manos entrelace los dedos entre si y lleve los brazos hacia arriba, se recomienda realizando en punta de pies, es más eficiente para ganar elasticidad.
5. Para los músculos del cuello, en posición sentado en la silla, lleve la cabeza hacia atrás y manténgala durante un tiempo considerable.

6. Para los músculos del cuello, en posición sentado en la silla, lleve la cabeza hacia abajo y el mentón llévelo hacia el pecho y haga un poco de presión hacia este.
7. Con el fin de disminuir la tensión de los músculos de la zona cervical, realice estiramientos de los músculos del cuello, tomando con mano derecha la oreja izquierda y llevando la cabeza hacia el brazo derecho, haciendo poca presión y viceversa.
8. Para disminuir la tensión de los músculos de la zona cervical realice estiramientos de los músculos del cuello, llevando la cabeza hacia el lado izquierdo, mantenga y cambie hacia el lado derecho.
9. Para disminuir la tensión de los músculos de la zona cervical también puede tomar con su mano derecha la oreja izquierda, llevando la cabeza hacia el brazo derecho, haciendo poca presión y viceversa.
10. Recuerde realizar un calentamiento previo al comienzo de cada labor. Para ello abra y cierre las manos y realice repeticiones hasta lograr un calentamiento en los tendones de las manos.
11. Complemento al ejercicio anterior, realice una rotación de las muñecas en varias direcciones, alternando los movimientos. Realice este ejercicio con cada mano en todas las posiciones (Girar hacia la derecha, izquierda y rotación hacia arriba y hacia abajo).
12. Para la fatiga visual se recomienda tapar los ojos cerrados con la palma de las manos, pero antes es aconsejable calentarlas, frotándolas entre sí.
13. También se recomienda mirar alternativamente los objetos cercanos y lejanos (más de 6 metros) o coja un objeto o elemento, acérquelo y aléjelo mientras enfoca la mirada a este y los músculos de los ojos rotan de ejercicio

14.2 SUBSISTEMA DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

Es el conjunto de actividades dedicadas al diseño, implementación de sistemas de control de los factores de riesgo que pueden ocasionar accidentes de trabajo y/o acciones y actividades que hacen que el trabajador labore en condiciones seguras tanto ambientales como personales, con el fin de conservar la salud y preservar los recursos humanos y personales.

Plan de emergencias

Ante los múltiples factores de riesgos a que se encuentra expuesta una organización la mejor opción es estar preparados; de ahí la importancia de diseñar e implementar

planes de emergencia apropiados que brinden respaldo en las situaciones difíciles a los que una institución se ve abocada y después de una crisis creando una cultura de prevención para emergencias entre los trabajadores.

15 PROGRAMA DE PREPARACIÓN PARA EMERGENCIAS

OBJETIVO:

Desarrollar acciones que permiten prevenir y controlar situaciones de emergencia con el fin de disminuir los efectos producidos por las mismas hacia las personas y recursos de la empresa.

RIESGOS SOCIALES

- Terrorismo
- Sabotaje
- Secuestros
- Disturbios civiles
- Inestabilidad política
- Protestas consumidores
- Conflictos laborales

AMENAZAS INTERNAS

- Explosiones (tuberías y equipos de gas, recipientes a presión, transformadores, etc.)
- Electrocuación y cortos circuitos

INCENDIO

- Si hay humo, gatee.
- Si debe abrir una puerta, tóquela, si está caliente no la abra.
- Si el fuego es pequeño, use un extintor, sólo si está seguro de su uso, y si no hay personas expuestas.
- Si el fuego es grande salga dejando puertas cerradas.
- Si su ropa se incendia, no corra, cúbrase la cara con sus manos, bótese al piso y ruede.

TERREMOTO

- Durante el terremoto
- Protéjase, bajo o junto a elementos robustos como escritorios, mesas, columnas, o lejos de ventanas u objetos que puedan caer.
- El ruido es el elemento que más pánico produce.
- No se apresure a salir, espere que el movimiento termine.

DESASTRES NATURALES

- *SISMOS*
- *INUNDACIONES-Y DESCARGAS ATMOSFERICAS*
- *VIENTOS FUERTES, ETC.*

EN CASO DE EVACUACIÓN

(Colocar el CD en atención al cliente)

Himno nacional (este sonará a orden del director de tienda, permanencia, gerente o supervisor de seguridad). Como alerta de una emergencia y para que las unidades de la brigada de emergencia junto con el comité evalúen la situación, determinen el riesgo y ordenen evacuar; duración: 15 segundos

Voz femenina que dice: Señoras y señores pedimos disculpas por situación de emergencia a continuación realizaremos un ejercicio de desalojo de la tienda por favor siga las instrucciones; duración: 25 segundos

15.1 PROCEDIMIENTOS ESPECIALES EN CASO DE EVACUACIÓN

- Abrir totalmente las puertas de salida
- Verificar que todos hayan salido
- Solo permitir el ingreso de la brigada y entidades de socorro.
- Se debe ubicar en la parte de afuera de la puerta en un lugar seguro
- Dirigir a las personas hacia los sitios de reunión final
- Desalojar cualquier elemento o personas que puedan estar obstruyendo las salidas.
- Estar especialmente atento a controlar el movimiento de vehículos en vías internas, parqueadero y vías externas.

PUNTO DE ENCUENTRO

PRINCIPAL

Ubicado sobre la calle 9, Para habilitarlo como punto de encuentro.

¿COMO EVACUAR?

CUANDO ESCUCHE LA PRE ALARMA (HIMNO NACIONAL DURANTE 30 SEGUNDOS)

- Conserve la calma, suspenda inmediatamente lo que está haciendo, aunque se trate de un simulacro tome la situación como si fuera real.
- Tome sus objetos personales más importantes (documentos, dinero, celular, SOLO SI ESTAN A LA MANO)
- Apague equipos, hornos, cierre válvulas de gas.
- Seguridad verifica apertura de puertas, y corredores de acceso despejados.
- Ubíquese en posición estratégica

COMO EVACUAR

CUANDO SE DE LA ORDEN DE EVACUAR (Instrucciones por perifoneo)

- Mantenga la calma y haga que otros la tengan.
- Hágase cargo de clientes cerca de usted, de instrucciones claras, cortas y firmes.
- Diríjase a la salida más próxima, guíe a los clientes hacia la salida.
- Verifique de manera rápida que no quede ninguna persona en su área

COMO EVACUAR

DURANTE LA EVACUACIÓN

- No corra, camine, salga en silencio, evite comentarios.
- Lleve sus manos libres.
- Mujeres NO DEBEN QUITARSE ZAPATOS DE TACONES
- Transite por la derecha de pasillos.
- NO SE REGRESE POR NINGUN MOTIVO, ni permita que otras personas lo hagan.
- Ayude a quien lo necesite, acompañe o asigne un acompañante a personas minusválidas o mujeres embarazadas.

PLANO DE EVACUACIÓN

Figura 6 Rutas de evacuación



CRITERIO DE EVACUACION SEGÚN AMENAZA

Tabla 27 Criterios de evaluación según amenaza

SI EVACUAR	NO EVACUAR
HUMO (FUEGO, CORTOR OTROS)	TERREMOTO (PROTEGERSE), DESPUES DEL SISMO EVACUAR SI HAY RIESGO ESTRUCTURAL
FUGA DE GAS Y QUIMICOS	EXPLOSION, PROTEGERSE, EVACUAR SI HAY RIESGO INMINENTE
OBJETOS SOSPECHOSOS	
APAGON, SOLO SI HAY RIESGO INMINENTE	ASALTO
AMENAZA DE BOMBA, SOLO SI HAY INDICIOS SERIOS	
INUNDACION, SOLO AREAS DE RIESGO PARA PERSONAS	

ELEMENTOS DE PROTECCION PERSONAL

PERSONAL DE CARNICERÍA

La atención con el cliente en la que se encuentra el personal de carnicería es constante y los trabajadores sufren de agotamiento físico y psíquico además de una serie de riesgos inherentes a sus tareas y que a continuación desglosaremos e intentaremos evitar con las medidas correctoras oportunas y adecuadas.

En cuanto a los riesgos más importantes que podemos encontrarnos en las labores del personal de carnicería encontramos los cortes con las herramientas de trabajo o la atención constante, así como los sobreesfuerzos, las posturas forzadas, estrés, caídas o resbalones en el lugar de trabajo, los ritmos de trabajo alto, lesiones musculoesqueléticas, el trabajo a turnos, etc...

A continuación, empezaremos a detallar todas aquellas medidas preventivas adecuadas para que las labores del personal de carnicería se realicen sin ningún tipo de adversidad que pueda perjudicar la seguridad y la salud de los trabajadores.

Medidas Preventivas para el personal de carnicería

Medidas preventivas generales

- Las zonas de paso de los lugares de trabajo han de estar libres de obstáculos.
- Los encargados de carnicería deberán vigilar que no existan cables eléctricos, de teléfono o de cualquier otro tipo en el suelo que puedan provocar una caída.
- Cuando exista algún tipo de derrame en el suelo del lugar de trabajo debido a las tareas que realizan los encargados de carnicería, ésta se limpiará lo más rápido posible.
- A su vez, se vigilará que no exista ninguna irregularidad en el suelo que puedan originar caídas como baldosas sueltas o rotas, bordes de moqueta, etc...
- Si los suelos están en condiciones resbaladizas como por ejemplo, suelos que estén recién fregados, deberá señalizarse debidamente para evitar caídas innecesarias.
- En cuanto a los equipos eléctricos de trabajo que vayan a utilizar los encargados de carnicería, éstos se deberán de verificar adecuadamente antes de su uso, comprobando los cables, las clavijas, las carcasas, las protecciones, etc...
- El trabajador solo podrá realizar su tarea con los mandos previstos por el instalador y sin alterar los dispositivos de seguridad.
- No deberá utilizar dichos equipos ni instalaciones cuando estén mojados, depositando los mismos en lugares adecuados y secos.
- Antes de verificar cualquier tipo de maquinaria o equipo de trabajo el trabajador comprobará que esta desconectado de la corriente.
- En caso de avería el trabajador deberá informar al encargado y a los demás trabajadores impidiendo que el equipo vuelva a utilizarse.
- Respecto a una buena base en cuanto a organización de trabajo, el trabajador deberá colocar todos los utensilios o productos en estanterías, armarios, cajones adecuados, etc... de forma que su acceso se fácil y que los objetos punzantes no puedan provocar ningún tipo de accidente.
- Los materiales y productos en desuso o que estén rotos así como basuras, desperdicios, etc... deberán colocarse en recipientes adecuados de almacenamiento.
- Las papeleras que se encuentren en el lugar de trabajo solo es para tirar papeles no para tirar cristales rotos o elementos que puedan producir heridas en las manos.
- En cuanto a las posturas forzadas, el mostrador de la carnicería como norma general debe estar colocado a la altura de los codos del trabajador.

- Si las tareas que tiene que realizar el encargado de carnicería es de precisión, el plano de trabajo puede estar ligeramente mas alto que los codos, de esta forma disminuiremos el trabajo estático de los brazos.
- Si el encargado de carnicería precisa de fuerza para realizar sus tareas, es conveniente bajar el plano de trabajo de forma que el ángulo de flexion del brazo sea superior a 90°, de esta forma el trabajador podrá realizar la tarea con mayor fuerza.
- Los encargados de carnicería no deben mantener demasiado tiempo la misma postura, para ello deberá cambiar la misma buscando aquella que resulte más cómoda y que implique menos esfuerzo físico.
- Los trabajadores realizarán con periodicidad movimientos suaves de estiramiento de los músculos.
- A su vez, deberán evitar a toda costa las torsiones del cuerpo o giros bruscos del tronco así como movimientos forzados.

Acceso a cámaras frigoríficas

- Las cámaras frigoríficas estarán dotadas de un sistema de detección que avise de las posibles fugas o escapes de los gases que producen el frio.
- Los trabajadores encargados de carnicería recibirán las instrucciones necesarias para saber cómo comportarse en caso de escape o fuga.
- En cuanto a las puertas de las cámaras frigoríficas, éstas deberán disponer de un sistema que permita que puedan ser abiertas desde el interior.
- A su vez, en el exterior de las cámaras frigoríficas existirá una señal luminosa que advierta de la presencia de trabajadores en su interior.
- Los trabajadores encargados de carnicería, a la hora de acceder al interior de las cámaras frigoríficas deberán disponer de prendas de abrigo adecuadas como cubrecabezas, calzado y guantes aislantes y cualquier tipo de protección necesaria para realizar dichas labores con total seguridad.

Manipulación de alimentos

- Los trabajadores encargados de la carnicería, al tratar con alimentos en su actividad laboral, han de disponer del carné de Manipulador de Alimentos.
- Mantendrá una higiene personal adecuada, teniendo las manos muy limpias.
- El trabajador no podrá fumar en ningún momento.
- No podrá estornudar o toser sobre los alimentos.
- Si el trabajador tiene alguna herida o corte en las manos, empleará una protección adecuada.
- Utilizará ropa adecuada, siempre limpia y empleando un gorro para mantener el pelo recogido.

Equipos de protección individual

Los trabajadores encargados de la carnicería deberán utilizar una serie de equipos de protección individual como:

- Chaleco isotérmico.
- Fajas anti lumbago.
- Guantes protectores para evitar cortes.
- Peto o delantal de malla.
- Guantes de goma para envasado.

Utilización de cortadoras y picadoras

- Los trabajadores encargados de la carnicería deberán recibir la información y la formación necesaria acerca del uso, manejo, riesgos y la forma de evitarlos a la hora de utilizar este tipo de equipos.
- Los dispositivos de protección en los elementos de corte de dichos equipos están destinados para que sean inaccesibles en su utilización, por lo que queda terminantemente prohibida su anulación.
- Los trabajadores encargados de la carnicería, a la hora de introducir los productos en los equipos cortadores o de picado, utilizarán empujadores de mano para evitar riesgos de atrapamientos y cortes.
- En cuanto a las operaciones de mantenimiento y reparación de estos equipos, solo se realizarán después de haber desconectado los mismos, desconectados de la corriente eléctrica con el fin de evitar que se pongan en funcionamiento de forma imprevista.

Herramientas manuales

- Las herramientas manuales como los utensilios de corte, estarán correctamente diseñados, disponiendo de la dureza correcta y los mangos y asas bien fijos.
- Los utensilios se utilizarán de forma adecuada a cada labor y uso para el que ha sido diseñado, no utilizándolo por ejemplo como destornilladores o palancas.
- Los utensilios de corte deben conservarse en perfecto estado de limpieza comprobando su buen estado de conservación.
- Este tipo de utensilios han de transportarse de forma segura, protegiendo los filos y las puntas introduciéndolas en fundas de protección para evitar cortes indeseados.
- Una vez utilizados, se guardarán de forma ordenada en lugares indicados para ello.

- Antes de utilizar cualquier utensilio de corte, el trabajador encargado de la carnicería tendrá en cuenta el producto a cortar y lo fino y delicado del corte.
- Estos cuchillos deberán ir provistos de alguna moldura en su mango para evitar que la mano se deslice hasta la hoja de corte.
- No se emplearan cuchillos que tengan los mangos astillados, rajados o que tengan su hoja en malas condiciones.
- Los cuchillos desnudos no deben transportarse en los bolsillos del delantal o la ropa, sino en estuches especiales destinados para ello.
- Se utilizarán guantes y mandiles para proteger las manos, los brazos y el cuerpo.
- Los cuchillos no deben dejarse abandonados en lugares donde puedan caerse o tropezar con ellos, guardándolos como hemos reseñado anteriormente en el lugar destinado para ello.

EFFECTOS CRITICOS EN LA SALUD IDENTIFICADOS ANTE LA EXPOSICION A FACTORES DE RIESGO

Sabías que la persona generalmente siente primero dolor de espalda justo después de levantar un objeto pesado, moverse de manera súbita, permanecer sentado en una sola posición durante largo tiempo o de sufrir una lesión o accidente. Pero antes de ese momento, las estructuras de la espalda pueden estar perdiendo fortaleza o integridad

A medida que las personas envejecen, la fuerza ósea y la elasticidad y el tono muscular tienden a disminuir. Los discos comienzan a perder líquido y flexibilidad, lo que disminuye la capacidad de proteger a las vértebras. El dolor puede producirse cuando, por ejemplo, alguien levanta algo muy pesado o se estira demasiado, causando un esguince, torcedura o espasmo en uno de los músculos o ligamentos de la espalda. Si la columna se tuerce o comprime demasiado, un disco puede romperse o sobresalir. Esta ruptura puede poner presión sobre uno de los más de 50 nervios enraizados en la médula espinal que controlan los movimientos del cuerpo y transmiten señales desde el cuerpo al cerebro. Cuando estas raíces nerviosas se comprimen o irritan, se produce el dolor de espalda.

ACTIVIDADES DE CONTROL DE LOS FACTORES DE RIESGO

- Factor de riesgo: ERGONOMICO:
 - ✓ Realizar oausas activas con enfasis en calentamiento, estiramiento y fortalecimiento muscular.
 - ✓ Estudiar los puestos de trabajo para determinar las condiciones ergonomicas actuales y establecer metodos de control de acuerdo a estas.
 - ✓ Capacitar a los trabajadores sobre prevencion del dolor lumbar y posturas adecuadas
 - ✓ Promover la actividad fisica y habitos de vida saludables.
 - ✓ Fomentar el uso de medias de gradiente de presion para evitar enfermedad varicosa.
 - ✓ Capacitacion sobre el manejo de cargas

16. PLAN DE ACCION SALUD OCUPACIONAL

PLAN DE ACCION	Valor Inversión	No. De inversión al año	2016	2017	2018
CRECIMIENTO Y POSICIONAMIENTO DE SUPERMERCADOS CUNDINAMARCA S.A.					
Material para carniceros	2.000.000	1	2.000.000	1.000.000	800.000
Material para seguridad industrial	4.000.000	1	4.000.000	2.000.000	1.500.000
3 cajas	25.200.000	1	25.200.000	25.300.000	25.400.000
2 aseadoras	16.800.000	1	16.800.000	16.900.000	17.000.000
Total proyecto	48.000.000		48.000.000	45.200.000	44.700.000
MEJORAR LA SATISFACCION Y EXPECTATIVA DEL CLIENTE SUPERMERCADOS CUNDINAMARCA S.A.					
Capacitar al personal de la empresa en la calidad del servicio al cliente a través del SENA	0				
Total proyecto	0		0	0	0
DISEÑO PLATAFORMA ESTRATEGICA					
Capacitación administradora y personal	100.000		100.000	0	0
Total proyecto	100.000		100.000	0	0
TOTAL INVERSION DE ESTRATEGIAS	48.100.000		48.100.000	45.200.000	44.700.000

CONCLUSIONES

Al finalizar este trabajo se puede concluir que al diseñar un plan estratégico organizacional, para la empresa SUPERMERCADOS CUNDINAMARCA S.A. en donde las directrices administrativas cumplan su función organizacional, la ergonomía administrativa realice una excelente función a favor del desarrollo diario de las actividades de la empresa, tanto operativas como financieras de marketing y de mando medio.

Se logró crear una propuesta de mejoramiento en la cual se establece la necesidad de realizar estrategias tipo administrativas como organizacionales para que haya un excelente ambiente laboral y para que fluya internamente los direccionamientos dados por la parte administrativa y para que los demás ejes de la empresa puedan realizar un excelente trabajo mancomunado, que sería lo más apropiado y adecuado para la organización, con el fin de orientar a la empresa al crecimiento ya que el análisis estratégico determina los aspectos claves para establecer estrategias que integre los medios con los que cuenta la empresa para lograr sus fines. Es necesario Evidenciar el desarrollo de toda actividad organizacional en la empresa, como también recolectar y evaluar toda información acerca de decisiones y control de la organización

Estos resultados se obtuvieron a través de la elaboración de un diagnóstico interno-externo y muestra fotográfica que permitió evidenciar el estado actual de la empresa e identificar sus principales carencias como lo son: la falta de direccionamiento y canal de comunicación interno capacitación que tiene el personal, la falta de herramientas y/o técnicas adecuadas en el uso de sus funciones. A partir de ello se pudo generar un diagnóstico que sirve como modelo para continuar evaluando su comportamiento y capacidad ante el mercado, generando una alerta en la empresa para la toma de acciones, siendo un elemento importante para diferenciarse de la competencia.

Hoy la empresa cuenta con una herramienta potente para enfrentar sus propios retos y los que plantean un ambiente empresarial que genera alto impacto con clientes.

RECOMENDACIONES

- Las estrategias organizacionales deben ser implementadas y desarrolladas en la organización por los diferentes departamentos y sus colaboradores para un excelente desarrollo empresarial.
- Las fortalezas competitivas de la organización en materia económica, organizacional, de funcionamiento empírico deben fortalecerse y complementarse con este proyecto.
- Es de gran importancia que la empresa establezca un área administrativa que los apoye con los procesos administrativos y así organizar sus procesos y establecer controles
- Es importante que la empresa implemente charlas de sensibilización y capacitación del personal no sólo en atención al usuario logrando una mejor asesoría a los clientes, con la finalidad de aumentar el nivel técnico y los conocimientos de los colaboradores, conservando espacios para la comunicación entre los mismos y fomentando el trabajo en equipo.
- Es importante llevar seguimiento y registros de la satisfacción del cliente en cuanto al servicio prestado, con la finalidad de tomar acciones correctivas o preventivas según sea el caso, conservando los clientes redituables y captando clientes nuevos.
- Socializar el direccionamiento estratégico realizado con todos los empleados de la empresa para que estén enterados y comprometidos con los alcances, metas e indicadores correspondientes.

BIBLIOGRAFIA

CHARLES, W.L. Hill Y Gareth, R. Jones. *Administración estratégica: Un enfoque integrado*. México: MC Graw Hill. 2004.

CHIAVENATO, I. *Introducción a la teoría general de la administración* (5ª. ed.). México: Mc Graw Hill. 1999.

GÓMEZ, C. A. Mercaplus: *Plan de Crecimiento Empresarial*. 2000
HITT, M. et al. *Administración estratégica: competitividad y conceptos de la globalización*. México: internacional Thompson editores. 1999.

LARRAGUIBEL, Pedro. *Revista la Barra*. Edición, 28. 2008

MARÍN, Henry. *Transformación cultural diseño organizacional y gestión del talento humano*. Medellín: Ed. Begon Ltda. 2005.

MÉNDEZ, A.C. *Metodología: Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación*. Santafé de Bogotá: Mc Graw Hill. 2005.

SERNA Gómez, H. *Gerencia estratégica: Planeación y gestión – Teoría y metodología* (9ª. ed.). Bogotá: 3R Editores. 2006.

ZABALETA Juan De Blas. *El cambio óptimo: Las mejores prácticas para mejorar su empresa*. España: Price Waterhouse. 1995.

https://www.emis.com/php/company-profile/CO/Supermercados_Cundinamarca_SA_es_1215097.html

https://www.facebook.com/supercundi/info/?entry_point=page_nav_about_item&tab=page_info

Sección o artículo de documento Web Dane (2005) *Situación Actual del sector*. Recuperado Septiembre 12, 2008. www.dane.com.co

Sección o artículo de documento Web Grupo Kaizen (2006) *Las propuestas de valor a los clientes*. Recuperado Octubre 02, 2008. www.grupokaizen.com

A. ANEXO: ENCUESTAS

A.1. Encuesta para colaboradores

SUPERMERCADO CUNDINAMARCA S.A GIRARDOT ENCUESTAS PARA COLABORADORES

1. Qué tan importante considera que es su cargo para el crecimiento y desempeño de la Empresa?

Muy importante_____ Importante_____ Poco Importante_____

2. Considera usted que su crecimiento personal y profesional está relacionado directamente con el crecimiento de la empresa?

SI_____ NO_____

3. Durante el año con qué frecuencia la empresa le ha proporcionado capacitación?

Una vez ____ Mas de dos veces ____ Nunca ____

4. Cómo calificaría su estabilidad laborar dentro de la empresa en una escala de 1 a 5 siendo 1 el nivel más bajo y 5 el máximo nivel?

1_____ 2_____ 3_____ 4_____ 5_____

5. . El cargo que ocupa esta soportado por un documento escrito que describa con claridad la secuencia de cada una de sus funciones?

SI_____ NO_____

6. En el desarrollo de sus funciones tiene conocimiento de los procesos y procedimientos a seguir?

SI_____ NO_____

7. Considera que las condiciones ambientales y las instalaciones tienen el espacio suficiente para desarrollar sus funciones?

SI_____ NO_____

8. Cree que su sueldo y el de sus compañeros están en consonancia con la situación y marcha económica de la empresa?

SI____ NO____

9. Cómo valoraría en términos generales el clima laboral de la empresa valorando en una escala de 1 a 5 siendo 1 el nivel más bajo y 5 el máximo nivel?

1____ 2 ____ 3____ 4____ 5____

10. Considera adecuado el nivel de exigencia por parte de su jefe?

SI____ NO____

A.2. Encuesta para clientes

**SUPERMERCADO CUNDINAMARCA S.A GIRARDOT
ENCUESTAS PARA CLIENTES**

1. Qué opina usted de nuestros precios?

Bueno____ Regular____ Malo____

2. Recibió buen trato de parte de nuestro personal?

Sí____ No____

3. Que le parece la limpieza de nuestro establecimiento?

Aseado____ Desaseado____

4. Considera buena atención por parte de las cajas?

Sí____ No____

5. Desea que haya promociones?

Sí____ No____

6. Regresaría nuevamente a hacer sus compras?

Sí____ No____

B. ANEXO: REGISTRO FOTOGRAFICO





C. ANEXO: FORMATO DE REVISIÓN DE INSTALACIONES POSTERIORMENTE A LA EMERGENCIA

Aspecto	Condición		Observaciones
	Buena	Mala	
Soportes de tuberías, uniones y accesorios de instalaciones de gas, identificación de posibles fugas			
Objetos que puedan caer de techos, paredes y fachadas (cielos rasos falsos, lámparas, avisos, publicidad)			
condiciones de seguridad y operación cuartos técnicos (subestación, cuartos de distribución, UPS, rack de frío, plantas de emergencia y red contra incendios)			
Operatividad y accesibilidad de las puertas de acceso, pasillos, escaleras, rampas eléctricas, rutas y puertas de emergencia.			
Estructura (grietas en pisos, columnas y vigas), condiciones de paredes que pueden colapsar			
Estado de tuberías, uniones y accesorios de instalaciones de agua, identificación de fugas de agua.			
Arrumes de mercancía en bodega y piso de venta			

Aspecto	Condición		Observaciones
	Buen a	Mala	
Condiciones de estabilidad y anclaje de las estructuras de los rack's de almacenamiento en bodega, piso de venta.			
El sistema de detección y alarma de incendios está operando.			
Condiciones seguridad en estaciones de baterías (estabilidad de baterías y condiciones de instalaciones eléctricas)			
Condiciones de iluminación de bodega, piso de venta, parqueaderos, estaciones de servicio, zonas perimetrales.			
Condiciones de operación y seguridad de los malacates			
Funcionalidad de los sistemas de seguridad en caja central (prueba de equipos)			
Operatividad de los elementos de seguridad electrónica (alarmas, antenas, CCTV)			
Si el evento fue intencional, trata de conservar la evidencia e investigue si hay otras situaciones similares en otros centros o áreas de trabajo.			