

DISEÑO DE UN MODELO ADMINISTRATIVO Y ORGANIZACIONAL PARA LA
ORGANIZACIÓN INGENIERÍA EN TRANSFORMADORES S.A.S - INGETRAF



SARA CÁRDENAS ZULUAGA

DANIELA POLANÍA LÓPEZ

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

INGENIERÍA INDUSTRIAL

PEREIRA

2016

DISEÑO DE UN MODELO ADMINISTRATIVO Y ORGANIZACIONAL PARA LA
ORGANIZACIÓN INGETRAF S.A.S

SARA CÁRDENAS ZULUAGA

DANIELA POLANÍA LÓPEZ

Proyecto de grado presentado como prerrequisito para optar al título de:

INGENIERAS INDUSTRIALES

Profesor guía:

Gloria Lucía López Velásquez

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

INGENIERÍA INDUSTRIAL

PEREIRA

2016

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos principalmente a cada uno de los integrantes de la empresa Ingeniería en Transformadores INGETRAF S.A.S por su apoyo, disposición y colaboración en el desarrollo de este proyecto; fue una labor realizada con empeño, dedicación y constancia, con la cual buscamos contribuir al crecimiento y fortalecimiento de la compañía.

A nuestras familias por guiarnos en este proceso de manera incondicional con entrega e infinito amor.

A la directora de grado Gloria Lucía López Velásquez por su gran disposición y su valioso asesoramiento.

Por último agradecemos a cada persona que formó parte de este proceso, el cual culmina hoy, siendo una experiencia colmada de vivencias inolvidables que siempre guardaremos en nuestras memorias.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	7
ABSTRACT.....	8
INTRODUCCIÓN.....	9
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	12
5. JUSTIFICACIÓN.....	13
6. MARCO REFERENCIAL	14
6.1 Marco teórico.....	14
6.1.1 La administración.....	14
6.1.2 El ciclo administrativo	14
6.1.3 Historia de la administración	15
6.1.4 Teorías de la administración moderna	16
6.1.5 Teorías de la administración contemporánea	19
6.2 Marco conceptual	20
6.3 Marco situacional.....	23
6.4 Marco legal	24
6.4.1 LEY 905 DE 2004	24
6.4.2 LEY 1258 DE 2008	25
6.4.3 LEY No 590 del 10 de julio de 2000	25
6.4.4 Código sustantivo del trabajo	26
6.4.5 Certificado CONTE	26
7. HIPÓTESIS	27
8. SISTEMATIZACIÓN DE LAS VARIABLES	27
9. DISEÑO METODOLÓGICO	29
9.1 Tipo de investigación.....	29
9.2 Métodos de investigación.....	29
9.3 Población y muestra	30
9.4 Fuentes de la información	30

9.5	Técnicas de recolección de la información	30
9.6	Técnicas de procesamiento de la información.....	31
9.7	Técnicas para el análisis de la información	31
10.	DESARROLLO METODOLÓGICO	31
10.1	Información básica de la empresa	31
10.2	Direccionamiento estratégico	31
10.2.1	Misión.....	31
10.2.2	Visión	32
10.2.3	Objetivos organizacionales.....	32
10.2.4	Cultura Organizacional	32
10.2.5	Política organizacional:.....	33
10.2.6	Organigrama	34
10.2.7	Reseña histórica	35
10.2.8	Diagnóstico	35
10.2.9	Matriz de análisis	36
10.2.10	Estrategias organizacionales	39
10.2.11	Estrategias para el logro de los objetivos:	41
10.2.12	Matriz del marco lógico	44
11.	MAPA DE PROCESOS	46
12.	MANUALES DE PROCESOS	47
13.	MANUALES DE PROCEDIMIENTOS	75
14.	MANUALES DE FUNCIONES.....	111
15.	CONCLUSIONES	130
16.	RECOMENDACIONES.....	131
17.	BIBLIOGRAFÍA.....	132
	ANEXOS.....	134
	Anexo 1: Cuestionario	134
	Anexo 2: Registro de actividades.....	142

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Sistematización de las variables	28
Tabla 2: Matriz de análisis.....	36
Tabla 3: Estrategias organizacionales.....	39
Tabla 4: Estrategias para el logro de los objetivos.....	41
Tabla 5: Matriz de marco lógico	44
Tabla 6: Anexo 4: Registro de actividades.....	147

RESUMEN

En la actualidad las organizaciones se encuentran inmersas en un entorno inestable y dinámico en el cual se hace necesario tomar decisiones acertadas que dirijan a las empresas al éxito, por tanto, herramientas como el direccionamiento estratégico se tornan indispensables, sirviendo de guía en un camino incierto y desafiante.

El proyecto de grado presentado, se realizó con el fin de proporcionar herramientas que permitan orientar a la compañía INGENIERIA EN TRANSFORMADORES S.A.S- INGETRAF hacia el logro de sus objetivos empresariales. De acuerdo a lo anterior, se realizó una propuesta para el direccionamiento estratégico de la empresa, considerando los principios y valores en los que sus directivos la han forjado.

De igual manera, se presentó un análisis de los diferentes factores que influyen en el funcionamiento organizacional con el fin de plantear estrategias que impulsen su desarrollo.

Seguidamente, se formularon los indicadores de seguimiento con los cuales se asegurará un control del cumplimiento de los objetivos propuestos; finalmente, se estructuraron los manuales de procesos, procedimientos y funciones en los cuales se almacena de forma detallada, sistemática y ordenada la información de la compañía, delimitando responsabilidades y funciones, con los cuales se pretende contribuir en los proceso de certificación que la compañía se ha propuesto implementar.

ABSTRACT

Nowadays, companies are immersed in an unstable and dynamic environment where it is necessary to make decisions that lead them to success. Therefore, tools such as strategic management become essential by working as a guide in an uncertain and challenging field.

This graduation project was developed in order to provide tools that will guide the company Ingeniería en Transformadores S.A.S- INGETRAF to achieve their business goals. According to that, a company strategic direction was conducted considering the principles and values carried out by its managers.

In the same way, an analysis of the factors that have influenced the organizational performance was presented in order to formulate strategies that enhance its development.

The monitoring indicators were set due to their importance to control the achievement of the objectives. Finally, with the purpose of supporting the company to implement the certification process that has been projected, the manuals of the processes, procedures and functions were defined so as to store the business information in a detailed, systematic and orderly way by describing responsibilities and functions.

INTRODUCCIÓN

Sin importar el tamaño, en la actualidad, las empresas se ven obligadas a implementar modelos que sirvan de guía para el cumplimiento de los objetivos trazados, modelos estratégicos que implementen en las compañías criterios de evaluación para llegar a más y mejores resultados a partir de una adecuada implementación del ciclo administrativo (planeación, organización, dirección y control). Si no se tiene una adecuada estructura organizacional que guíe las tareas diarias de las empresas, que enfoque y distribuya los esfuerzos de quienes trabajan en conjunto con el fin de alcanzar tales objetivos, es poco probable obtener los resultados esperados que llevaron a la creación de la empresa en cuestión.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La planeación estratégica es una herramienta sumamente importante para el crecimiento organizacional, se podría definir como un mapa que permite visualizar el camino por el cual deben dirigirse todos los esfuerzos, con el fin de lograr unos objetivos específicos. Por simple que parezca una actividad que desee realizarse, es de vital importancia realizar una planeación en la cual se tengan en cuenta todos los aspectos que se relacionan con esta.

Cuando se lleva a cabo una actividad, es necesario conocer previamente qué se desea y cuáles son las vías para alcanzarlo; lo mismo sucede en las organizaciones, se necesita definir los objetivos, y con qué elementos cuenta la organización para el logro de estos, de igual manera deben formularse estrategias que minimicen y eliminen, situaciones y elementos que interfieran el camino hacia las metas propuestas; asimismo es indispensable la creación de indicadores a partir de los cuales se evalúen los resultados obtenidos.

Debe tenerse en cuenta que el siglo XXI es la era de las transformaciones, el dinamismo con el que el mundo se mueve, requiere que las organizaciones se reinventen y no pierdan su rumbo, también deben adaptarse constantemente a los cambios, como lo expresa Chiavenato, *“Hoy en día, el escenario mundial se caracteriza por fuertes e impactantes modificaciones, que influyen en la vida de países, organizaciones y, en particular, de las personas”*¹

En la lucha constante entre sobrevivir en el mercado y adaptarse a los cambios, las empresas pueden mostrarse desorientadas, por ello, es necesario tener un enfoque claro, es ahí donde se requiere de una planeación estratégica que proporcione las herramientas requeridas por la organización para que esta pueda enfrentar los diferentes desafíos que se presentan diariamente.

¹ CHIAVENATO, Idalberto. Innovaciones de la administración. Capítulo 1.p.3

INGENIERÍA EN TRANSFORMADORES S.A.S - INGETRAF fue constituida en octubre del 2013 con el fin de brindar oportunidades de desarrollo a partir del amplio conocimiento y experiencia en el sector eléctrico y generando soluciones innovadoras en toda su cadena. La especialidad de la compañía radica en prestar servicios de consultoría, supervisión, mantenimiento y montaje de transformadores de potencia, pruebas eléctricas, suministro de accesorios y capacitaciones en transformadores.

INGETRAF cuenta con dos socios, una auxiliar contable y un técnico de servicios en campo, algunos de sus proyectos son realizados por contratación razón por la cual se deben realizar algunas contrataciones temporales.

A pesar de haber estado en el mercado por más de dos años, la empresa INGETRAF S.A.S no cuenta aún con un plan estratégico definido y estructurado, el cual permita definir metas claras y estrategias a partir de las cuales se puedan cumplir con los objetivos trazados por la organización, tampoco se cuenta con la documentación requerida de sus procesos y procedimientos. Por otro lado, es de suma importancia establecer funciones, distribuir cargas y asignar actividades a realizar por los miembros de la organización; la carencia en lo anteriormente nombrado genera reprocesos, confusión y desorden a nivel interno, afectando directamente el crecimiento de la compañía, debido también a la falta de indicadores que midan los resultados obtenidos quienes serían de gran importancia al momento de evaluar continuamente las actividades y su incidencia en las metas que la empresa pretende alcanzar, ante esto, los directivos de la compañía esperan implementar herramientas valiosas que tengan el alcance que se pretende, promoviendo así el objetivo macro de la compañía, el cual es implementar un sistema de gestión de calidad a mediano plazo.

Por tanto, con la implementación de la propuesta de un modelo administrativo y organizacional, se espera que la empresa se muestre competitiva en el mercado y se desempeñe bajo lineamientos de alta calidad con el fin de trabajar en pro del cumplimiento de la visión formulada a largo plazo.

2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es el modelo administrativo y organizacional que se ajusta mejor a la empresa INGETRAF S.A.S teniendo en cuenta las necesidades de la misma?

3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cuál es el análisis del entorno interno y externo de la empresa?
- ¿Está definida la matriz DOFA?
- ¿Cuál es el direccionamiento estratégico de la organización?
- ¿Cuáles son los indicadores requeridos para realizar un seguimiento eficaz que permita evaluar los resultados?
- ¿Están definidos los procesos y procedimientos llevados a cabo por la organización? ¿Cuáles son?
- ¿Cuál es la estructura del manual de funciones y su contenido para cada cargo?
- ¿Cuáles son las estrategias que se pueden implementar para combatir las debilidades de la empresa?

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo general

Diseñar el modelo administrativo y organizacional para la empresa Ingeniería en Transformadores S.A.S - INGETRAF

4.2 Objetivos específicos

- Realizar el análisis del entorno interno y externo de la organización.
- Diseñar su matriz DOFA.
- Determinar el direccionamiento estratégico.
- Formular indicadores que permitan la evaluar y realizar un seguimiento continuo a los resultados obtenidos.
- Caracterizar los procesos y procedimientos que lleva a cabo la empresa.

- Realizar el manual de funciones.
- Crear estrategias que permitan combatir las amenazas, minimizar las debilidades, y obtener el mayor provecho de las oportunidades y las fortalezas de la organización.

5. JUSTIFICACIÓN

La carencia de un direccionamiento estratégico trae consigo un mal funcionamiento de la organización, sin este no existe una coordinación adecuada en el desarrollo de procesos y procedimientos, además, debido a la falta del manual de funciones, los miembros de la organización no conocen con exactitud cuáles son sus responsabilidades y hasta dónde estas deben llegar.

Por medio de la investigación planteada, se espera que la empresa muestre un funcionamiento efectivo. Para lograr los objetivos de la investigación, se utilizarán herramientas de recolección de información como observación y entrevistas; la información obtenida a través de las herramientas anteriormente nombradas será de gran utilidad en la realización del modelo administrativo y organizacional de la empresa.

Cabe resaltar que la empresa tiene como meta la certificación de sus procesos como procesos de alta calidad, por ello, la documentación de procesos y procedimientos, así como un direccionamiento estratégico estructurado serán la base para orientar a la organización hacia un mejor desempeño. Por tanto, la investigación no solo ayudará a mejorar el funcionamiento de la empresa, sino que también le proporcionará orden y control, y un conocimiento claro sobre todas las actividades que la empresa lleve a cabo. Se debe considerar que la certificación de calidad podrá ser obtenida, asegurando que la empresa pueda sostenerse en el mercado, compitiendo en el sector y siendo reconocida como una compañía enfocada a cumplir con los estándares de calidad.

6. MARCO REFERENCIAL

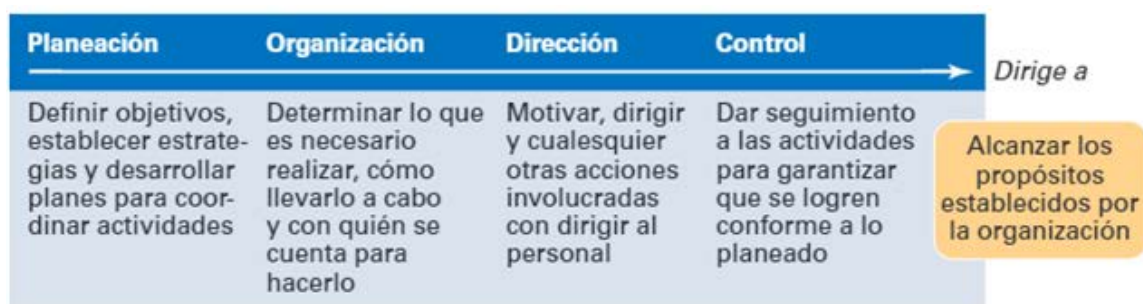
6.1 Marco teórico

6.1.1 La administración

Idalberto Chiavenato define la administración como “*el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar recursos con el fin de lograr unos objetivos específicos o alcanzar unas metas propuestas*”². Por otro lado, Reinaldo Da Silva, afirma que la administración es “*un conjunto de actividades dirigido a aprovechar los recursos de manera eficiente y eficaz con el propósito de alcanzar uno o varios objetivos o metas de la organización*”³

La administración, por medio del ciclo administrativo compuesto por planeación, organización, dirección y control, pretende sistemáticamente, dar un uso correcto a los recursos humanos, financieros, materiales, tecnológicos e intelectuales de manera que su aprovechamiento sea efectivo, con el fin de alcanzar unos objetivos o metas trazados, a partir de los cuales se esperan obtener más y mejores resultados que sean materializados en la rentabilidad que muestre la organización.

6.1.2 El ciclo administrativo



Fuente: La Administración, Robbins Coulter

² [Consultado el 26 de enero de 2016] Disponible en <<http://www.promonegocios.net/administracion/definicion-administracon.html>>

³ [Consultado el 26 de enero de 2016] Disponible en <<http://www.promonegocios.net/administracion/definicion-administracon.html>>

- **Planear:** La planeación es un proceso a partir del cual, una organización realiza un estudio de su visión y misión, de manera que se sigan los lineamientos por los cuales esta debe guiarse para formular objetivos, políticas organizacionales y estrategias en el corto, mediano y largo plazo analizando también las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades con las que cuente la empresa, con el fin de que estas puedan ser materializadas y traigan los beneficios esperados.
- **Organizar:** El segundo paso del ciclo administrativo responde a las preguntas de ¿quién? ¿cómo? y ¿cuándo? Con el fin de coordinar y sincronizar las tareas que deben realizarse dentro de la organización con el fin de ejecutar lo planteado en el primer paso; es aquí donde se definen las tareas y se atribuyen responsabilidades según los requerimientos y las capacidades de los colaboradores, por otro lado, se diseña la forma a partir de la cual se llegará a desempeñar tales actividades asignadas al igual que los tiempos de inicio y finalización.
- **Dirigir:** Este proceso pretende influir positivamente en el logro de los objetivos, los líderes encargados de guiar los proyectos deben motivar al personal que hace parte de su equipo, intervenir en las actividades que se están realizando de manera que se tomen decisiones objetivamente a partir de trabajo en equipo, comunicación, participación y un adecuado seguimiento de las tareas.
- **Controlar:** El paso final del ciclo administrativo estratégica, operativa y tácticamente, busca medir el desempeño de las tareas ejecutadas a partir de un sistema de indicadores previamente formulados, buscando que los resultados vistos paulatinamente guarden coherencia con los objetivos y metas planteados inicialmente; si se realiza un control periódico por parte de los líderes, será posible identificar a tiempo las fallas que se puedan presentar, buscando así corregirlas y encaminar las actividades en pro de una mejora continua.

6.1.3 Historia de la administración

Desde el principio de los tiempos han existido empresas, claro está que las empresas conformadas eran primitivas y muy informales, pero desde que los

hombres empezaron a asociarse para alcanzar objetivos, la correcta administración de los bienes se convirtió en una necesidad. Sin embargo, la administración como una ciencia formal nació a partir de un fenómeno conocido como la “Revolución Industrial”. La Revolución Industrial se presentó en el siglo XVIII, gracias a la introducción de la máquina de vapor a los procesos productivos, lo cual permitió la industrialización de las organizaciones.

La revolución industrial se dividió en dos partes, la primera de ellas fue a partir de 1780 hasta 1860, durante esta época, el carbón fue la principal fuente de energía y el hierro la principal materia prima. Se introdujeron la máquina de hilar, el telar hidráulico, entre otros, lo que permitió una mecanización en los procesos de agricultura y en los talleres, el artesano se convirtió en operario, siendo parte de su trabajo saber cómo hacer uso correcto de las máquinas.

La segunda parte tuvo lugar de 1860 a 1914, la principal fuente de energía fue el petróleo y sus derivados, y el acero fue la principal materia prima. Se especializó al operario y las máquinas fueron automatizadas. Durante esta época, se consolidó el capitalismo financiero y se crearon grandes multinacionales como la Standar Oil, la General Electric, Siemens, etc.

Las teorías de la administración moderna surgieron debido al gran crecimiento de las empresas y la necesidad de ser competitivas en un mercado exigente y dinámico.

6.1.4 Teorías de la administración moderna

Administración científica: Frederick Winslow Taylor creó la llamada escuela de administración científica, cuyo propósito era “*aumentar la eficiencia de la industria por medio de la racionalización del trabajo de los operarios*”⁴.

Taylor básicamente se enfocó en las operaciones a partir de la organización de las tareas en el trabajo, de manera que la eficiencia y la eficacia aumentaran gracias a dicha organización y a su vez disminuyeran los costos e incrementara la producción. En la actualidad, sus influencias siguen teniendo trascendencia en el pensamiento administrativo aunque se ha modificado, implementando sus conocimientos de manera más humana, debido a que recibió críticas relacionadas con la mecanización de la fuerza laboral.

⁴ CHIAVENATO, Idalberto. Innovaciones de la administración. Capítulo 1.p.5

Teoría clásica de la administración: Creada por el ingeniero francés Henri Fayol, cuyo propósito era *“Aumentar la eficiencia de la empresa con base en la organización de ésta y la aplicación de los principios generales de la administración”*⁵

Con la teoría clásica de la administración, el énfasis de la organización se realiza en la empresa y su estructura, mediante la división de sus áreas funcionales y la relación directa entre ellas. Gracias a los aportes realizados por Fayol, actualmente el ciclo administrativo sirve de guía para ejecutar los planes de acción que se deseen llevar a cabo por la compañía, como también, los principios administrativos implementados en la actualidad como son la división del trabajo, la jerarquía, la subordinación del trabajo, el trabajo en equipo, la remuneración, entre otros.

Escuela de las relaciones humanas: También conocida como escuela humanística de la administración, fue desarrollada por George Elton Mayo en 1940 en Los Estados Unidos, *“se interesa principalmente en las personas, los grupos sociales y la organización informal”*⁶ nace con la idea de contradecir las teorías clásicas de la administración debido a que para su propulsor, son rígidas y deshumanizadas; con el nuevo enfoque, los principios de la administración tienen como prioridad al hombre y su entorno social basándose en la sociología y psicología teniendo en cuenta que es necesario que exista un equilibrio entre la función económica y social. Por otro lado, Mary Parker Follet, se enfocó en la estrecha relación de liderazgo participativo y el trabajo en conjunto para la toma de decisiones que debe existir entre los administradores y trabajadores de la organización. El economista y administrador público Chester Barnard, consideró la importancia de la eficacia a partir del equilibrio entre el logro de los objetivos organizacionales y las necesidades individuales de cada uno de los colaboradores.

Teoría estructuralista: Surgió a finales de la década de 1950 debido a que las teorías clásicas y la teoría de las relaciones humanas no satisfacían las necesidades de la empresa, debido a que las primeras se enfocaban únicamente en la productividad, por el contrario la teoría de las relaciones humanas muestra

⁵ CHIAVENATO, Idalberto. Innovaciones de la administración. Capítulo 1.p.5

⁶ CHIAVENATO, Idalberto. Innovaciones de la administración. Capítulo 1.p.6

un enfoque exclusivamente en las personas. Por tanto, fue necesaria una teoría que pudiera relacionar e interesarse tanto por la productividad y el crecimiento de la empresa, como por las condiciones y la satisfacción de los integrantes de la misma.

Teoría de los sistemas: Creada en 1970, “abordó la empresa como un sistema abierto de interacción con el medio ambiente que la rodea”⁷. En la obra “Psicología Social de las Organizaciones” escrita por Daniel Katz y Robert Kahn se consideran a las organizaciones como sistemas abiertos, sensibles al entorno, con capacidad de crecer y de generar respuesta, quienes particularmente poseen subsistemas que se interrelacionan e influyen directamente en el sistema como un todo, es así como a partir de esta teoría, es posible comprender las consecuencias no previstas que se pueden presentar, planteando mejoras a partir de un análisis detallado de todos los subsistemas que comprenden a la organización como el sistema.

Teoría de la contingencia: Plantea que la empresa está sujeta a los cambios que se presenten en el ambiente externo, por lo tanto debe existir un dinamismo que permita que a medida que las condiciones externas cambien, la empresa pueda adaptarse; la teoría contingencial demuestra, basándose en investigaciones, que no existe una teoría específica que se pueda implementar en una organización con el fin de obtener los resultados previstos, debido a que todas las organizaciones presentan diferentes características, y de esta manera, el entorno influye directamente sobre ellas.

Por otro lado, se especifica la función del administrador, quien debe identificar cuáles técnicas, en qué situaciones y en qué momento jugarán un papel importante en la obtención de las metas organizacionales. “En general, la Teoría Contingencial procura explicar que no hay nada absoluto en los principios de la organización, orientándose a sugerir diseños organizacionales y acciones gerenciales apropiadas para situaciones específicas”⁸. De esta manera, es preciso

⁷ CHIAVENATO, Idalberto. Innovaciones de la administración. Capítulo 1.p.6

⁸ [Citado el 28 de enero de 2016] Disponible en

<http://www.educagratis.org/moodle/file.php/550/TEORIAS_ADMINISTRATIVAS/PAPER_TEORIA_S_ADMINISTRATIVAS.pdf>

identificar las características externas, crear una relación con la organización a partir de lo cual se pueda lograr una máxima efectividad.

6.1.5 Teorías de la administración contemporánea

Administración por objetivos: La APO surgió en 1954 después de que Peter Drucker, abogado austriaco, relatarla la experiencia de la empresa General Motors, descentralizando las decisiones y fijando objetivos para cada área importante de la empresa. Constituye un modelo administrativo con espíritu democrático de la teoría Neoclásica.

A diferencia de las teorías clásicas de la administración, que se preocupaban principalmente por los medios en lugar de los objetivos, La APO se preocupa fundamentalmente por los objetivos y cuáles con los medios para lograrlos.

“La importancia de la APO radica en que procura simultáneamente la eficiencia y la eficacia en las empresas. La eficiencia constituye la mejor manera de hacer las cosas y está relacionada con los medios, métodos y procesos de trabajo. La eficacia constituye la mejor manera de alcanzar los resultados u objetivos y está relacionada con los fines”⁹.

Características de la APO:

- Existe intercomunicación entre el administrador y subordinados al momento de establecer objetivos y periodos para alcanzarlos.
- Las tareas y responsabilidades son delegadas.
- Se dispone de recursos necesarios.
- Existe una interrelación de objetivos de diferentes áreas.
- Compara los objetivos propuestos con los objetivos logrados y se evalúan los resultados.

⁹ CHIAVENATO, Idalberto. Innovaciones de la administración. Capítulo 7.p.77

- Se realiza un seguimiento continuo al proceso y se verifica si se están logrando los objetivos planteados.

6.2 Marco conceptual

- **Actividades:** Proceso que consiste en guiar a los diferentes equipos de trabajo establecidos, con el fin de cumplir ciertos objetivos y metas asignadas; una debida planeación y la puesta en marcha de ciertos programas, juegan un papel importante a la hora de controlar el correcto desarrollo de las operaciones y cada una de las actividades.
- **Calidad:** Trabajo calificado como efectivo, el cual se da gracias a la labor de un conjunto de personas que buscan ofrecer un producto que satisfaga las necesidades de los consumidores y que cumpla con ciertos reglamentos y parámetros establecidos.
- **Competitividad:** Es la capacidad que tienen las organizaciones de mantenerse rentables en el mercado, ofreciendo un producto o servicio que cuente con las mismas cualidades o inclusive más de las que ofrecen los competidores, tales cualidades se denominan ventajas, las cuales satisfacen en mayor medida a los consumidores. El concepto de competitividad va ligado con la eficiencia que tiene el producto comparándolo con otros de la misma categoría en relación con el precio y la cantidad de producto ofertado.
- **Direccionamiento estratégico:** “Consiste en el establecimiento de un sistema gerencial que permite construir, desplegar y controlar las metas fundamentales y los correspondientes medios para asegurar su logro en todos los niveles de la organización y se desarrolla para identificar e implementar estrategias fundamentales de cambio en los procesos críticos de la empresa”¹⁰
- **Efectividad:** Es la suma de eficiencia y eficacia, es decir, la efectividad requiere de una adecuada planeación de los recursos a partir de los cuales

¹⁰ ARENAS VALENCIA, Wilson. Administración por resultados: un enfoque teórico práctico para organizaciones cambiantes. Capítulo 3.p. 68.

se realizarán las tareas previstas, trayendo consigo los resultados esperados mediante la optimización de esos recursos.

- **Eficacia:** Capacidad de cumplir las actividades planteadas con el fin de conseguir unos resultados previstos.
- **Eficiencia:** Relación directa entre los recursos utilizados para alcanzar determinado resultado y lo conseguido finalmente. Se relaciona también con la capacidad que tiene una organización de obtener buenos resultados con menos recursos.
- **Estrategia:** Conjunto de acciones, planes y pasos guiados hacia el cumplimiento de determinado fin.
- **Evaluación:** Proceso que tiene como fin determinar en qué medida se ha logrado obtener los objetivos planteados al iniciar la implementación de ciertas estrategias, este proceso se realiza a partir de la valoración de los procesos globales con respecto a las actividades realizadas.
- **Indicador:** Es una herramienta de medida a partir de la cual de forma objetiva se evalúan ciertas variables, sirviendo de apoyo en la toma de decisiones, mediante un seguimiento de procesos.
- **Matriz de Marco Lógico:** Es una herramienta que permite estructurar la planificación de proyectos a través de la recolección de información vital para el desarrollo de estos; puede implementarse en cualquier etapa de su desarrollo.

Es de gran utilidad porque permite relacionar las actividades que se realizarán con los objetivos del proyecto, de igual manera, determina el alcance de las responsabilidades de los integrantes, permite también visualizar posibles escenarios a los que el proyecto podría enfrentarse durante su implementación y mide el logro de objetivos por medio de los indicadores que son planteados.

- **Matriz D.O.F.A:** Es una herramienta que permite en reconocimiento de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas; con el fin de crear

estrategias para combatir las amenazas, minimizar las debilidades, sacar el máximo aprovechamiento de las fortalezas y oportunidades.

- **Misión:** Es la razón de ser una organización, en la misión se describe el propósito básico de la organización, se especifican las actividades que desarrolla y la forma en que se realizan. Puede incluir también principios y valores los cuales guían a la organización en el desarrollo de sus actividades.
- **Objetivo:** Propósito o finalidad a la que espera llegar una organización, un objetivo, debe estar ligado y guardar coherencia con la misión y visión de la empresa, de manera que se encamine hacia las expectativas que se ha planteado con el fin de mostrar rentabilidad y permanecer en el mercado.
- **Organigrama:** Es el gráfico que permite visualizar la estructura organizacional de la empresa. En él se pueden visualizar los niveles jerárquicos, la autoridad y la comunicación entre sí.
- **Política organizacional:** Es un parámetro establecido por el nivel jerárquico más alto de la compañía y sirve de guía para orientar las acciones que deben ser realizadas dentro de una organización, estos lineamientos son base fundamental en la toma de decisiones, las cuales, por otro lado, facilitan la implementación de las estrategias hacia el logro de los objetivos.
- **Principios:** Son una reglamentación de la organización, éstos permiten que se logren objetivos y además dan pautas de orientación en la cotidianidad empresarial.
- **Procedimiento:** Forma sistemática y específica de llevar a cabo cierta actividad en una organización.
- **Proceso:** Conjunto de actividades mutuamente relacionadas las cuales transforman elementos de entrada en resultados mediante una interacción.
- **Productividad:** Se define como la relación entre los recursos usados para obtener un producto y la producción final conseguida, se relaciona también con el tiempo demandado para cumplir con ciertos objetivos planteados al momento de iniciar el proceso.

- **Resultado:** Es el efecto que genera la realización de una o muchas actividades ligadas entre sí.
- **Valores empresariales:** Son una guía de comportamiento dentro de la organización, representan la conducta que deben seguir los empleados de una empresa, de manera que pueda existir una cultura organizacional saludable y un clima organizacional adecuado y armonioso.
- **Visión:** Proyección futura que la organización tiene de sí misma, la visión permite que la empresa tenga claros sus objetivos y hacia dónde quiere llegar. Su propósito principal es inspirar a cada uno de los miembros de la organización a alcanzar las metas propuestas; algunos asuntos que pueden estar incluidos dentro de la misión pueden ser posición en el mercado, su crecimiento, el uso de nuevas tecnologías, mejoras y como es percibida con organización en el entorno.

6.3 Marco situacional

INGENIERÍA EN TRANSFORMADORES S.A.S - INGETRAF fue fundada el 28 de octubre del 2013 por Ovidio de Jesús Guevara Grajales y Luis Fernando Espinosa Salazar como una sociedad anónima, su actividad radica en prestar servicios de consultoría, montaje de transformadores de potencia, pruebas eléctricas, mantenimiento, suministro de accesorios y capacitaciones en transformadores. Actualmente, cuenta con dos socios, una auxiliar contable y un técnico de servicio en campo, adicionalmente, la empresa contrata personal extra de manera temporal en caso de realizar un proyecto que así lo requiera.

INGETRAF está ubicada en la calle 19 #9-50 Edificio Diario del Otún, oficina 806 en la ciudad de Pereira.

6.4 Marco legal

6.4.1 LEY 905 DE 2004: "Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones"¹¹.

Artículo 2º. El artículo 2º de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 2º. **Definiciones.** Para todos los efectos, se entiende por micro incluidas las Famiempresas pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicio, rural o urbana, que responda a dos (2) de los siguientes parámetros:

1. Mediana empresa:

a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores, o

b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

2. Pequeña empresa:

a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores, o

b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes o,

3. Microempresa:

a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores o,

b) Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes o,

¹¹ [Citad el 28 de enero de 2016] Disponible en

<<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=14501>>

6.4.2 LEY 1258 DE 2008: “Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada.”¹²

- **ARTÍCULO 1o. CONSTITUCIÓN:** La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.
- **ARTÍCULO 3o. NATURALEZA:** La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.
- **ARTÍCULO 17. ORGANIZACIÓN DE LA SOCIEDAD:** En los estatutos de la sociedad por acciones simplificada se determinará libremente la estructura orgánica de la sociedad y demás normas que rijan su funcionamiento.

6.4.3 LEY No 590 del 10 de julio de 2000: “Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas”

ARTÍCULO 1º: El numeral c, establece: “Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas”¹³.

ARTÍCULO 4º: Mediante el cual se contribuirá con la coordinación de programas de promoción de las PYMES dentro del marco del desarrollo y las políticas de gobierno proponiendo mecanismos de fortalecimiento de las competencias de los mercados.

¹² Ley 1258 de 2008

¹³ LEY No 590 del 10 de julio de 2000

6.4.4 Código sustantivo del trabajo

ARTICULO 1º: La finalidad primordial de este Código es la de lograr la justicia en las relaciones que surgen entre empleadores y trabajadores, dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social.

ARTICULO 2º: El presente Código rige en todo el territorio de la República para todos sus habitantes, sin consideración a su nacionalidad.

ARTICULO 3º: El presente Código regula las relaciones de derecho individual del Trabajo de carácter particular, y las de derecho colectivo del Trabajo, oficiales y particulares.

ARTICULO 34: CONTRATISTAS INDEPENDIENTES. Modificado por el art. 3, Decreto 2351 de 1965. El nuevo texto es el siguiente:

1o) Son contratistas independientes y, por tanto, verdaderos patronos y no representantes ni intermediarios, las personas naturales o jurídicas que contraten la ejecución de una o varias obras o la prestación de servicios en beneficios de terceros, por un precio determinado, asumiendo todos los riesgos, para realizarlos con sus propios medios y con libertad y autonomía técnica y directiva. Pero el beneficiario del trabajo o dueño de la obra, a menos que se trate de labores extrañas a las actividades normales de su empresa o negocio, será solidariamente responsable con el contratista por el valor de los salarios y de las prestaciones e indemnizaciones a que tengan derecho los trabajadores, solidaridad que no obsta para que el beneficiario estipule con el contratista las garantías del caso o para que repita contra él lo pagado a esos trabajadores.

6.4.5 Certificado CONTE: El Consejo Nacional de Técnicos Electricistas, expide la Matrícula Profesional para el desarrollo de actividades laborales en el sector, la clasificación asignada es independiente uno de otra, es decir, si a un técnico se le asigna la matrícula TE-2 no podrá realizar actividades especificadas en la matrícula TE-1. Las clasificaciones otorgadas se definen así:

- Clase TE-1 Técnico en instalaciones eléctricas interiores
- Clase TE-2 Técnico en bobinados eléctricos y accesorios
- Clase TE-3 Técnico en mantenimiento eléctrico
- Clase TE-4 Técnico en electricidad industrial

- Clase TE-5 Técnico en redes eléctricas
- Clase TE-6 Técnico en instalaciones eléctricas especiales
- Clase AUX Auxiliar de ingenieros electricistas

7. HIPÓTESIS

El modelo administrativo y organizacional planteado responde con las necesidades de la organización INGETRAF S.A.S

8. SISTEMATIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Nombre de la variable	Definición	Indicador
Estructura organizacional	Distribución de trabajo dentro de la organización	Satisfacción de los empleados
		Trabajadores capacitados
		Nivel de motivación de los trabajadores.
		Sistema de compensación e incentivos
		Eficiencia en la comunicación horizontal y vertical
		Clima organizacional
Direccionamiento estratégico	Alcance de las metas y propósitos de la empresa por medio de estrategias.	Eficiencia
		Eficacia
Estandarización de procesos	Garantía generada por la uniformidad de los procesos	Tiempos
		Calidad
		Costo

Estandarización de procesos	Garantía generada por la uniformidad de los procesos	Eficacia en el desarrollo
		Recursos utilizados
		Recursos obtenidos
		Rendimiento
		Efectividad
		Coordinación
		Cumplimiento
		Desempeño
		Resultados
Competitividad	Capacidad de mantenerse rentable en el mercado, implementando un buen producto y servicio	Productividad
		Rentabilidad
		Adaptación al entorno cambiante
		Sostenibilidad
		Adecuada toma de decisiones
Calidad	Trabajo efectivo que busca satisfacer las necesidades del consumidor a partir de un trabajo conjunto	Control
		Evaluación
		Acciones preventivas
		Acciones correctivas
		Requisitos reglamentarios
		Mejora continua

Fuente: Autor

9. DISEÑO METODOLÓGICO

9.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación que se implementará inicialmente será exploratoria, con el fin de recolectar información requerida acerca del funcionamiento de la organización para definir su situación actual, por otro lado, será de gran ayuda para establecer las problemáticas que está enfrentando, y así, identificar los diferentes procesos, procedimientos y funciones que son vitales dentro de la organización y los cuáles serán los pilares en el proceso de investigación.

Posteriormente, se utilizará la investigación descriptiva, con la cual se espera comprender el desempeño de las actividades organizacionales, cómo se realizan y en qué consisten, Asimismo, se espera conocer las costumbres existentes al interior de la empresa, identificar y describir cada variable de interés, con el fin de establecer qué necesidades tiene la empresa y cuál es la mejor manera de satisfacerlas.

9.2 Métodos de investigación

El método de investigación será de carácter cualitativo, a partir de la observación del comportamiento de la organización y sus miembros; y por otro lado, entrevistando a los directivos con el fin de comprender el funcionamiento de la compañía y los aspectos que se esperan mejorar.

Durante la investigación, se tendrán en cuenta los siguientes métodos:

- Observación: Mediante la observación se recolectará información tanto cualitativa como cuantitativa con el fin de analizar el comportamiento de la organización y cada uno de sus miembros, entrevistándolos con el fin de comprender el funcionamiento de la compañía y los aspectos que se esperan mejorar.

- Método inductivo: Se utilizará este método con el fin de partir de conocimientos específicos e investigaciones previamente realizadas para así llegar a un conocimiento general, proyectando el modelo administrativo y organizacional de la compañía.
- Método sintético: Toda la información recolectada debe ser analizada y sintetizada para el mejor entendimiento por parte del personal de la compañía y asimismo entes externos que estén interesados en diferentes aspectos organizacionales.

9.3 Población y muestra

El estudio se realizará a la totalidad de los colaboradores de la empresa INGETRAF S.A.S

9.4 Fuentes de la información

Las fuentes de información de las cuales se alimentará la investigación, serán de tipo primaria y secundaria, con la primera se necesitará construir la información requerida y se realizará a través de diferentes técnicas de recolección de información, siendo esta objeto de estudio, esperando que sea útil al momento de resolver las incógnitas de la investigación.

Igualmente, se requiere de fuentes de información secundarias, ya que las teorías previamente establecidas serán significativas para la investigación, al igual que investigaciones previamente realizadas, las cuales servirán de guía y punto de comparación para finalmente apreciar los resultados esperados inicialmente.

9.5 Técnicas de recolección de la información

Las técnicas por medio de las cuales se recolectará la información necesaria, será la entrevista en profundidad con los directivos de la organización y la observación que será útil para el análisis de los procesos y procedimientos que lleva a cabo la organización.

9.6 Técnicas de procesamiento de la información

Para el procesamiento de la información se hará uso de la aplicación Excel, para la organización, análisis y seguimiento de información a partir de las herramientas que esta presenta, con el fin de tomar decisiones basados en datos exactos y con fundamento.

9.7 Técnicas para el análisis de la información

Para el análisis de la información se presentarán informes claramente detallados, gráficos, diagramas de flujo para explicar cuál es el funcionamiento de los procesos y procedimientos, además se realizarán el manual de funciones de la organización, el organigrama y la matriz DOFA.

10. DESARROLLO METODOLÓGICO

10.1 Información básica de la empresa:

- Razón social: INGETRAF S.A.S
- NIT: 900.668.760-1
- Número de socios: Dos (Ovidio de Jesús Guevara Grajales y Luis Fernando Espinosa Salazar)
- Número de trabajadores: Cuatro
- Dirección: Calle 19 #9-50 Oficina 806 Edificio Diario Del Otún
Pereira, Risaralda

Colombia

- Sector de la economía: Sector terciario o de servicios

10.2 Direccionamiento estratégico

10.2.1 Misión:

Somos una empresa que busca proveer productos y brindar soluciones de alta calidad a nuestros clientes con constante innovación y creatividad por parte de nuestros profesionales, brindando desarrollo personal, calidad de vida a nuestros colaboradores con el fin de generar valor.

10.2.2 Visión:

Nuestra empresa será líder en servicios de ingeniería eléctrica y sistemas de potencia, innovando productos y soluciones a la medida de nuestros clientes, siendo una compañía reconocida por su alto nivel profesional, calidad humana y aportes a la sociedad.

10.2.3 Objetivos organizacionales:

- Direccionar las actividades de la compañía hacia el logro de las metas propuestas
- Aprovechar oportunidades de desarrollo en el sector
- Satisfacer las necesidades de los clientes
- Implementar un sistema de gestión de calidad
- Implementar un sistema de gestión del medio ambiente
- Implementar un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional
- Ser una empresa reconocida en el sector por su alto nivel profesional
- Lograr una participación considerable en el mercado siendo una compañía competitiva y sostenible en el tiempo
- Generar soluciones innovadoras que cumplan con las expectativas y exigencias del mercado
- Propiciar un clima organizacional adecuado que garantice el buen desempeño de los colaboradores
- Trabajar en equipo con el fin de alcanzar más y mejores resultados

10.2.4 Cultura Organizacional

Los principios y valores que describen los procesos y procedimientos realizados por la organización, guardan relación estrecha con la misión de la compañía y han sido implementados con el fin de alcanzar de manera estratégica la visión propuesta.

Principios:

- **Honestidad:** Actuar con veracidad, transparencia y rectitud en el desempeño de todas las funciones organizacionales, en el trato con los clientes y colaboradores.

- Responsabilidad: Cumplir con los compromisos adquiridos, generando una respuesta oportuna, yendo más allá y cumpliendo con las expectativas de los clientes.
- Trabajo en equipo: Compartir conocimientos, información y experiencia para el logro de los objetivos trazados mediante un ambiente de confianza y buena comunicación.

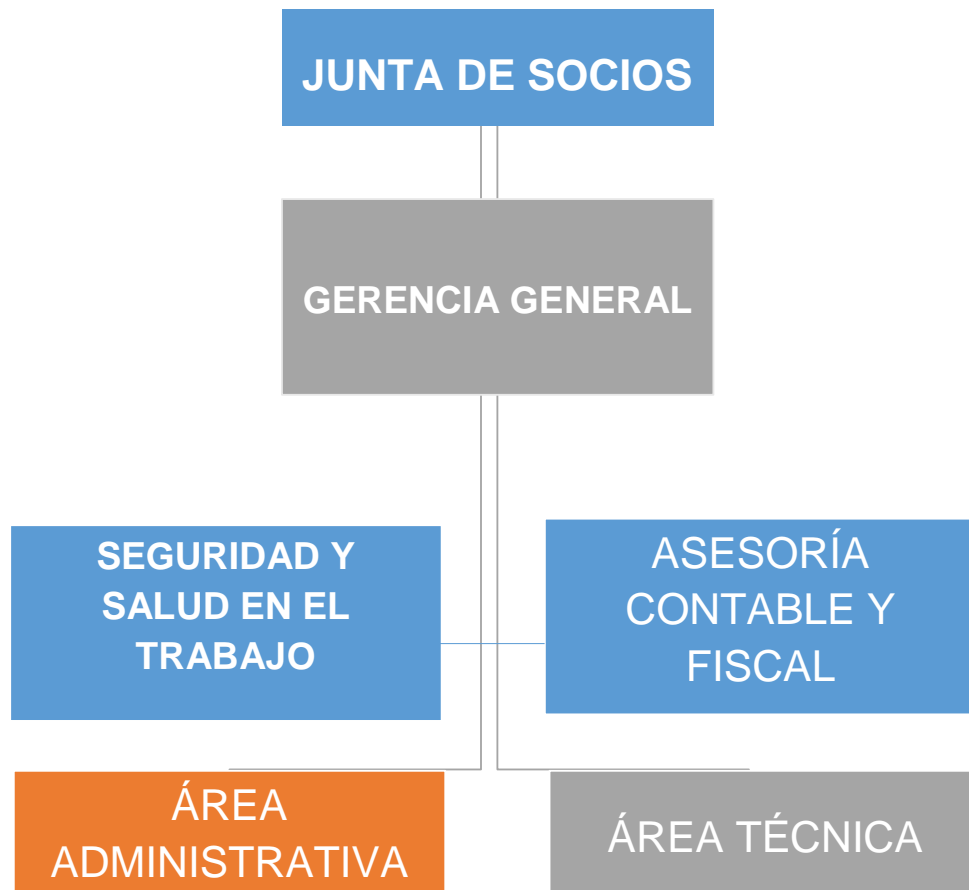
Valores:

- Respeto: Reconocer las diferentes opiniones de los colaboradores y aceptar las diferencias existentes entre ellos, buscando generar un ambiente armonioso en el cual se fortalezcan las relaciones a partir de críticas constructivas.
- Empatía: Comprender las necesidades, requerimientos y opiniones de los diferentes grupos de interés.
- Gratitud: Apreciar cada uno de los esfuerzos que realizan los colaboradores en busca de mejores resultados para la compañía.
- Compromiso: Aportar lo mejor de sí con el fin de alcanzar cada uno de los objetivos propuestos.

10.2.5 Política organizacional:

INGETRAF S.A.S busca brindar soluciones integrales y de alta calidad a partir de la experiencia que la caracteriza, anteponiendo siempre sus principios éticos y buscando un equilibrio técnico y económico que genere un impacto positivo en los intereses del cliente y en la calidad de vida de sus empleados, aportando también con la conservación del medio ambiente.

10.2.6 Organigrama:



Fuente: INGETRAF S.A.S

10.2.7 Reseña histórica:

INGENIERÍA EN TRANSFORMADORES S.A.S - INGETRAF fue fundada por Ovidio de Jesús Guevara Grajales y Luis Fernando Espinosa Salazar el 28 de octubre del 2013 en la ciudad de Pereira como una sociedad por acciones simplificada cuya especialidad radica en la prestación de servicios de consultoría, supervisión, mantenimiento y montaje de transformadores de potencia, pruebas eléctricas, suministro de accesorios y capacitaciones en transformadores.

Fue constituida con el fin de brindar oportunidades de desarrollo con base en el amplio conocimiento y años de experiencia en montaje, mantenimiento y consultoría para transformadores de potencia por parte de sus directivos, quienes buscan generar soluciones innovadoras a partir de la satisfacción de las necesidades de las diferentes empresas del sector eléctrico y fabricantes de transformadores de potencia.

10.2.8 Diagnóstico:

- Carencia en la definición de metas propuestas.
- Se ha percibido la necesidad de ser competitivos.
- La empresa no está posicionada en el mercado.
- Los clientes del sector tienen poco conocimiento de la empresa.
- No se han definido estrategias de mercadeo.
- La empresa presenta ausencia en la estandarización en sus procesos.
- Se percibe desorden en la estructura administrativa.
- No se han definido parámetros que delimiten las responsabilidades de los cargos.
- La empresa no cuenta con un sistema de gestión de calidad que se encargue de controlar y evaluar los procesos, de manera que la empresa cuente con todos los requerimientos necesarios los cuales permitan que se posicione en el mercado y crezca no solo a nivel nacional sino también internacional.
- No se cuenta con un sistema de gestión del medio ambiente
- La empresa no ha desarrollado un modelo de gestión de riesgos y seguridad de sus trabajadores.
- La empresa espera implementar una política de mejora continua a partir de un modelo de gestión de calidad.

- Con el fin de incursionar en mercados internacionales la empresa debe implementar la certificación NETA a partir de la cual sea posible asegurar la calidad en los procedimientos, experiencia y capacitación.
- No se tiene acceso a fabricantes internacionales, a partir de lo cual se podría potencializar la comercialización de equipos eléctricos.
- No se han desarrollado políticas serias de comercialización de servicios y productos a nivel local.

10.2.9 Matriz de análisis:

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ● Imagen corporativa poco reconocida en el mercado. ● Baja planeación y control de procesos. ● Carencia en la definición de metas. ● Ausencia de estrategias que guíen el cumplimiento de los objetivos propuestos. ● Ausencia de un sistema de gestión de calidad a partir del cual se realice una adecuada planeación que genere un impacto en el medio a partir de una mejora continua de los procesos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Posibilidades de crecimiento a nivel nacional. ● Posibilidades de crecimiento a nivel internacional. ● Alianzas estratégicas con compañías de amplia trayectoria en el sector. ● Créditos financieros por parte de Bancóldex ● Recursos energéticos abundantes en el sector geográfico

<ul style="list-style-type: none"> ● Ausencia de un sistema de gestión del medio ambiente que califique los procesos realizados. ● Carencia de un modelo de gestión de riesgos y seguridad de sus trabajadores. ● Los contratos realizados por la compañía se han ajustado a los requerimientos de un solo cliente por tanto, cuando este cliente no necesita de los productos y servicios ofrecidos, INGETRAF frena el desarrollo de sus actividades. ● Carencia de informes financieros que puedan ser interpretados y evaluados por la junta de socios 	
---	--

Fuente: Autor

FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ● Amplio conocimiento del sector, el mercado y los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Amplia competencia en el sector

<ul style="list-style-type: none"> ● Experiencia en el sector y amplio conocimiento en lo relacionado con transformadores de potencia. ● Variedad de productos y servicios prestados. ● Ubicación geográfica que permite acceder a las ciudades principales a nivel nacional. ● Sentido de pertenencia y compromiso por parte de todas las personas que hacen parte de la organización. ● Dominio de una segunda lengua por parte de los directivos, lo cual impulsaría el crecimiento de la compañía a nivel internacional. ● Diseño de la página web de la empresa en inglés y español, lo cual facilita la interacción con posibles clientes a conocer a nivel internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Exigencias por parte de los clientes ● Implementación de normas que califiquen los procesos organizacionales y que serían requisito para llegar a nuevos mercados. ● Cumplimiento de los requisitos ambientales. ● Implementación de nuevas tecnologías por parte de la competencia. ● Variaciones en la demanda ● Crisis energética
--	---

Fuente: Autor

10.2.10 Estrategias organizacionales

		FACTORES INTERNOS	
		FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	<p>Estrategias F-O ¿Cómo usar las fortalezas para aprovechar las oportunidades?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear un portafolio de servicios a partir del cual los clientes del sector conozcan la variedad de productos y servicios ofrecidos por INGETRAF. • Acceder a una base de datos que cuente con la información para llegar a posibles clientes potenciales que puedan encontrar en la compañía la respuesta a sus necesidades. • Evaluar y analizar los precios de los nuevos mercados a los que se pretende llegar con el fin de ajustarse a ellos. • Analizar la posibilidad de expandirse en el mercado. • Reconocer que el crecimiento de la compañía se logrará a partir del potencial de los colaboradores y el trabajo en equipo. • Crear políticas motivacionales a partir de las cuales los directivos de la compañía evidencien la estabilidad que brindan los colaboradores y cómo sus esfuerzos encaminan el crecimiento organizacional. 	<p>Estrategias D-O ¿Cómo superar las debilidades aprovechando las oportunidades?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Iniciar campañas de publicidad a través de redes sociales que permita crear una imagen de la compañía entre los consumidores del sector. • Crear nuevas estrategias de marketing que se ajusten a la situación de la compañía y las cuales sean desarrolladas sin intervenir negativamente en su presupuesto. • Invertir estratégicamente en el crecimiento de la compañía para llegar a nuevos mercados a partir de los créditos ofrecidos por Balcondex. • Implementar un sistema de gestión de riesgos con el fin de cumplir con las exigencias establecidas en el sector para llegar a nuevos mercados. • Vincular a la compañía activamente en los programas desarrollados por el ministerio de minas y energía con el fin de visionar posibles alianzas estratégicas. • Crear informes de estados financieros periódicamente con el fin de tomar decisiones en la compañía que impulsen su crecimiento. • Mejorar la interacción con los clientes mediante la implementación de un modelo CRM (Customer Relationship Management)

AMENAZAS	<p>Estrategias F-A ¿Cómo aprovechar las fortalezas para minimizar las amenazas?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Resaltar el valor agregado que es ofrecido al crear soluciones de calidad generadas por ingenieros altamente capacitados y con experiencia en el sector, a diferencia de otras compañías. 	<p>Estrategias D-A ¿Cómo reducir las debilidades y minimizar las amenazas?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementar la Norma ISO 9001-2015 como un modelo de gestión de calidad que dirija a la compañía promoviendo el cumplimiento de los estándares requeridos para llegar a nuevos mercados. • Implementar un sistema de gestión ambiental que ayude a mejorar la competitividad de la compañía, debido a la gran cantidad de exigencias ambientales que han sido establecidas tanto a nivel nacional como internacional. • Estudiar y analizar el comportamiento del mercado a nivel nacional e internacional. • Generar estrategias de satisfacción y servicio al cliente que sirvan como principal herramienta para conservar el principal cliente actual y los clientes futuros.
-----------------	--	---

Fuente: Autor

10.2.11 Estrategias para el logro de los objetivos

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS
Direccionar las actividades de la compañía hacia el logro de las metas propuestas.	Crear informes de estados financieros periódicamente con el fin de tomar decisiones en la compañía que impulsen su crecimiento.
Aprovechar oportunidades de desarrollo en el sector	Vincular a la compañía activamente en los programas desarrollados por el ministerio de minas y energía con el fin de visionar posibles alianzas estratégicas.
Satisfacer las necesidades de los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> • Resaltar el valor agregado que es ofrecido al crear soluciones de calidad generadas por ingenieros altamente capacitados y con experiencia en el sector, a diferencia de otras compañías • Generar estrategias de satisfacción y servicio al cliente que sirvan como principal herramienta para conservar el principal cliente actual y los clientes futuros. • Mejorar la interacción con los clientes mediante la implementación de un modelo CRM (Customer Relationship Management)
Implementar un sistema de gestión de calidad.	Implementar la Norma ISO 9001-2015 como un modelo de gestión de calidad que dirija a la compañía promoviendo el cumplimiento de los estándares requeridos para llegar a nuevos mercados.
Implementar un sistema de gestión del medio ambiente.	Implementar un sistema de gestión ambiental que ayude a mejorar la competitividad de la compañía, debido a la gran cantidad de exigencias ambientales que han sido establecidas tanto a nivel nacional como internacional.

<p>Implementar un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional.</p>	<p>Implementar un sistema de gestión de riesgos con el fin de cumplir con las exigencias establecidas en el sector para llegar a nuevos mercados.</p>
<p>Ser una empresa reconocida en el sector por su alto nivel profesional.</p>	<p>Resaltar el valor agregado que es ofrecido al crear soluciones de calidad generadas por ingenieros altamente capacitados y con experiencia en el sector, a diferencia de otras compañías</p>
<p>Lograr una participación considerable en el mercado siendo una compañía competitiva y sostenible en el tiempo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crear un portafolio de servicios a partir del cual los clientes del sector conozcan la variedad de productos y servicios ofrecidos por INGETRAF. • Acceder a una base de datos que cuente con la información para llegar a posibles clientes potenciales que puedan encontrar en la compañía la respuesta a sus necesidades. • Evaluar y analizar los precios de los nuevos mercados a los que se pretende llegar con el fin de ajustarse a ellos. • Analizar la posibilidad de expandirse en el mercado. • Iniciar campañas de publicidad a través de redes sociales que permita crear una imagen de la compañía entre los consumidores del sector. • Crear nuevas estrategias de marketing que se ajusten a la situación de la compañía y las cuales sean desarrolladas sin intervenir negativamente en su presupuesto. • Invertir estratégicamente en el crecimiento de la compañía para llegar a nuevos mercados a partir de los créditos ofrecidos por Balcondex. • Estudiar y analizar el comportamiento del mercado a nivel nacional e internacional.
<p>Generar soluciones innovadoras que cumplan con las expectativas y exigencias del mercado.</p>	<p>Resaltar el valor agregado que es ofrecido al crear soluciones de calidad generadas por ingenieros altamente capacitados y con experiencia en el sector, a diferencia de otras compañías</p>

<p>Propiciar un clima organizacional adecuado que garantice el buen desempeño de los colaboradores.</p>	<p>Crear políticas motivacionales a partir de las cuales los directivos de la compañía evidencien la estabilidad que brindan los colaboradores y cómo sus esfuerzos encaminan el crecimiento organizacional.</p>
<p>Trabajar en equipo con el fin de alcanzar más y mejores resultados</p>	<p>Reconocer que el crecimiento de la compañía se logrará a partir del potencial de los colaboradores y el trabajo en equipo.</p>

Fuente: Autor

10.2.12 Matriz del marco lógico

	OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN	Lograr una participación considerable en el mercado, siendo una compañía competitiva y sostenible en el tiempo.	<ul style="list-style-type: none"> • Índice de crecimiento de las ventas. • Índice de participación en el mercado. • Margen bruto de utilidad 	Estados financieros.	<ul style="list-style-type: none"> • Variaciones en la demanda. • Presencia de crisis energética.
PROPÓSITO	Ser una empresa reconocida en el sector por su alto nivel profesional.	<ul style="list-style-type: none"> • Índice de deserción de los clientes. • Percepción de los clientes. 	Encuesta de satisfacción del cliente.	Crecimiento de la oferta de empresas que presten servicios y productos similares en el mercado.
COMPONENTES	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar oportunidades de desarrollo en el sector. • Satisfacer las necesidades de los clientes. • Generar soluciones innovadoras que cumplan con las expectativas y exigencias del mercado. • Propiciar un clima organizacional adecuado que garantice el buen desempeño de los colaboradores. Direccionar las actividades de la compañía hacia el logro de las metas propuestas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de programas de desarrollo empresarial en los cuales está involucrada la compañía. • Índice de satisfacción del cliente. • Porcentaje de recursos invertidos en procesos de Innovación. • Porcentaje de satisfacción laboral. • Índice de ausentismo y rotación del personal. • Porcentaje de cumplimiento de las metas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alianzas estratégicas establecidas. • Encuesta de clima laboral. • Encuesta de satisfacción del cliente. • Presupuesto laboral. • Direccionamiento estratégico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disminución de políticas gubernamentales que aporten al desarrollo organizacional. • Bajo presupuesto. • Fallas en el sistema de atención al cliente. • Falencias en el proceso de selección de personal. • Poca relación entre las estrategias propuestas y el direccionamiento estratégico de la compañía.


ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar un sistema de gestión de calidad • Implementar un sistema de gestión del medio ambiente • Implementar un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional • Trabajar en equipo con el fin de alcanzar más y mejores resultados 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de accidentes laborales. • Número de garantías efectuadas. • Variación del número de proyectos a los que la empresa puede aplicar. • Índice de crecimiento de las ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Formato Único de • Reporte de Accidente de Trabajo (FURAT). • Estado de resultados. • Informe de garantías. • Informe de ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incumplimiento de los requisitos de las normas. • Falencias en el proceso de selección de personal.
--------------------	--	---	--	--

Fuente: Autor

11. MAPA DE PROCESOS



12. MANUALES DE PROCESOS

	INGETRAF S.A.S	
	Manual de procesos	Código: 01
<p>1. Identificación del proceso:</p> <p>1.1 Nombre del proceso: Gestión administrativa y gerencial</p> <p>1.2 Área titular: Gerencia, área administrativa</p> <p>1.3 Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Direccionar a la compañía en el cumplimiento de los objetivos planteados.• Garantizar el buen funcionamiento de la organización.• Llevar a cabo un control y seguimiento de los procesos organizacionales.• Evaluar los resultados obtenidos.• Darle un manejo adecuado a los recursos de la empresa. <p>1.4 Resultados esperados: Alcanzar los objetivos propuestos</p> <p>1.5 Límites:</p> <p>Punto inicial: Creación del direccionamiento estratégico de la compañía</p> <p>Punto final: Formulación del plan de acción</p> <p>Formatos o impresos: Formato del direccionamiento estratégico,</p>		

cuestionario para la recolección de información, matriz DOFA, formatos para el plan de acción, plan táctico y operativo, e informes de cada área de la empresa,

1.6 Valor agregado: Productos y servicios de alta calidad que satisfagan las necesidades de los clientes.

1.7 Riesgos: Riesgo psicosocial

1.8 Controles ejercidos: Seguimiento al logro de los objetivos

1.9 Marco legal: Norma ISO 9001: 2015


INGETRAF S.A.S	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	CÓDIGO: 001
----------------	-------------------------------------	-------------

2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO



3. DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DEL PROCESO

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y GERENCIAL				CÓDIGO: 002	
No Orden	Procedimiento	Área responsable	Responsable	Tiempo estimado	Usuarios
1	Creación del direccionamiento estratégico de la compañía	Gerencia	Gerentes	-	Organización y clientes
2	Análisis interno y externo	Gerencia	Gerentes	5 días	Colaboradores
3	Formulación del plan de acción	Gerencia	Gerentes	6 días	Colaboradores

	INGETRAF S.A.S	
	Manual de procesos	Código: 02
<p>1. Identificación del proceso:</p> <p>1.1 Nombre del proceso: Servicios</p> <p>1.2 Área titular: Área técnica</p> <p>1.3 Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generar soluciones de alta calidad en el sector eléctrico. • Aprovechar las necesidades de los clientes con el fin de generar nuevos contratos. • Maximizar las ganancias de la compañía. <p>1.4 Resultados esperados: Clientes satisfechos y mejora representativa en la rentabilidad de la organización.</p> <p>1.5 Límites:</p> <p>Punto inicial: Recepción de requerimiento</p> <p>Punto final: Ejecución según las condiciones de cada cliente</p> <p>1.6 Formatos o impresos: Acta de servicios, oferta, cotizaciones, cronograma de actividades, cronograma de actividades, informe del trabajo realizado y factura.</p> <p>1.7 Valor agregado: Prestación de servicios por parte de ingenieros</p>		

electricistas altamente capacitados y con amplia experiencia en el sector.

1.8 Riesgos:

- Riesgo físico
- Riesgo fisiológico o ergonómico
- Riesgo eléctrico
- Riesgo mecánico

1.9 Controles ejercidos: Criterios de seguridad industrial y parámetros establecidos por cada uno de los clientes.

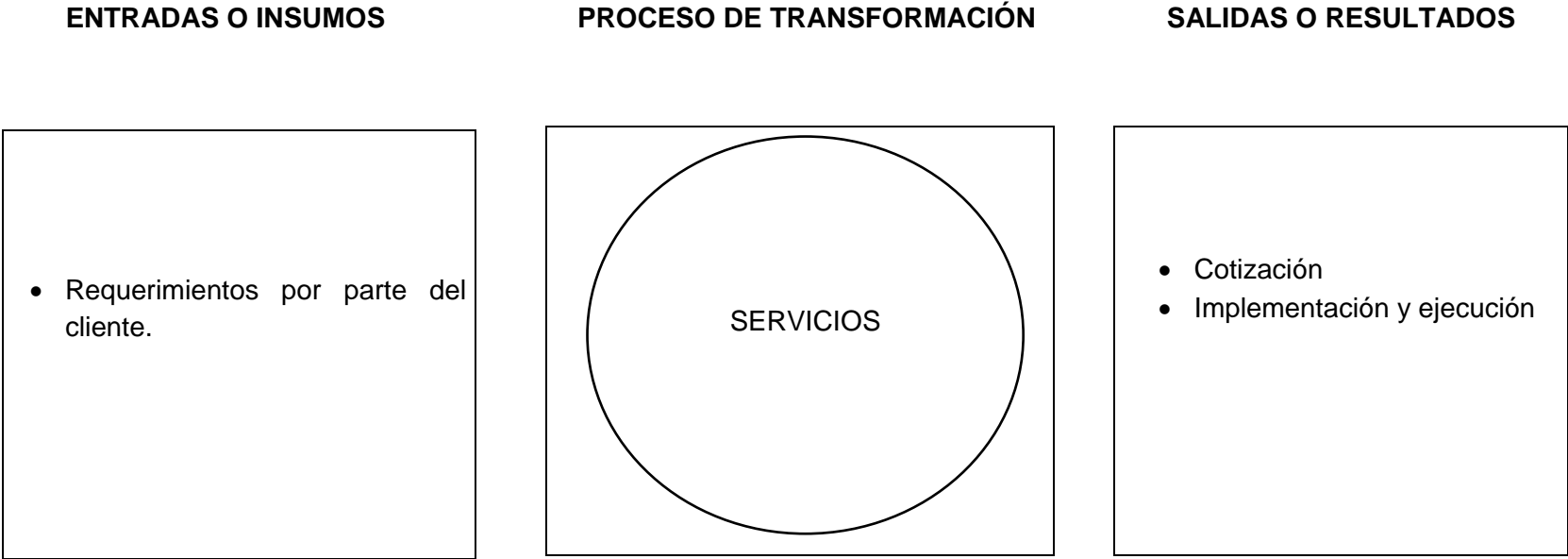
1.10 Marco legal: Norma ISO 9001: 2015

Sistema de gestión de riesgos

Sistema de gestión ambiental


INGETRAF S.A.S	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	CÓDIGO: 001
----------------	-------------------------------------	-------------

2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO



3. DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DEL PROCESO

SERVICIOS				CÓDIGO: 002	
No Orden	Procedimiento	Área responsable	Responsable	Tiempo estimado	Usuarios
1	Recepción de requerimiento	Gerencia	Gerentes	1 día	Organización y clientes
2	Análisis del servicio a prestarse	Gerencia y área técnica	Ingenieros	7 días	Clientes
3	Ejecución según las condiciones de cada cliente	Área técnica	Ingenieros y técnico de servicios	-	Clientes

	INGETRAF S.A.S	
	Manual de procesos	Código: 03
<p>1. Identificación del proceso:</p> <p>1.1 Nombre del proceso: Comercialización</p> <p>1.2 Área titular: Área administrativa y área técnica</p> <p>1.3 Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con los requerimientos de los clientes • Crear una buena imagen de la compañía a partir de la comercialización de productos de excelente calidad. <p>1.4 Resultados esperados: Cumplimiento de las metas propuestas en ventas de suministros y crecimiento de la compañía con respecto a periodos anteriores.</p> <p>1.5 Límites:</p> <p>Punto inicial: Compra del producto</p> <p>Punto final: Venta del producto</p> <p>1.1 1.6 Formatos o impresos: Solicitud del cliente, cotización, orden de compra, informe del estado de productos recibidos, factura del pago de anticipo, factura de compra y factura de venta.</p> <p>1.7 Valor agregado: Instalación de productos de alta calidad ofrecidos por la</p>		

compañía

1.8 Riesgos:

- Riesgos físicos
- Riesgos psicosociales

1.9 Controles ejercidos: Encuesta de satisfacción del cliente

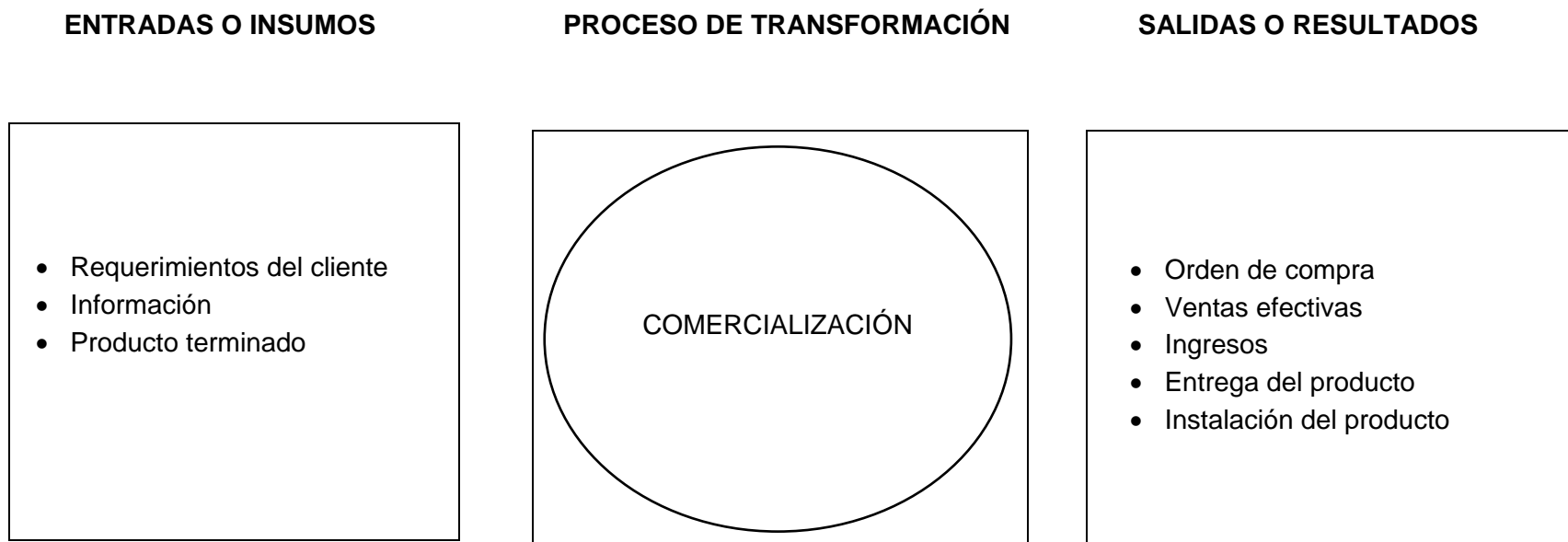
1.10 Marco legal: Norma ISO 9001: 2015

Sistema de gestión de riesgos

Sistema de gestión ambiental


INGETRAF S.A.S	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	CÓDIGO: 001
----------------	-------------------------------------	-------------

2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO



3. DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DEL PROCESO

COMERCIALIZACIÓN				CÓDIGO: 002
No Orden	Procedimiento	Área responsable	Responsable	Usuarios
1	Compra del producto	Gerencia	Gerentes	Organización
2	Venta del producto	Gerencia	Gerentes	Clientes

	INGETRAF S.A.S	
	Manual de procesos	Código: 04
<p>1. Identificación del proceso:</p> <p>1.1 Nombre del proceso: Gestión del talento humano</p> <p>1.2 Área titular: Área administrativa</p> <p>1.3 Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Garantizar la vinculación de personal capacitado y con experiencia que esté en capacidad de desempeñarse en la compañía siguiendo sus políticas y cultura organizacional. • Establecer y mantener buenas relaciones a nivel interno formadas a partir del trabajo en equipo, y los principios y valores organizacionales. • Garantizar el bienestar de todo el personal de la compañía a partir de la asesoría, acompañamiento, apoyo, capacitación y motivación por parte del área administrativa. <p>1.4 Resultados esperados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de los objetivos organizacionales logrados gracias a la intervención del personal de la compañía. • Personal calificado • Buen clima organizacional 		

1.5 Límites:

Punto inicial: Selección y contratación

Punto final: Desvinculación

1.6 Formatos o impresos: Convocatoria, hojas de vida, prueba de conocimientos, informes de las entrevistas, contrato laboral, afiliación a ARL, EPS, fondo de pensiones y caja de compensación familiar, evaluación del desempeño, contrato laboral, carta de desvinculación, hoja de liquidación del proyecto informe final de desvinculación,

1.7 Valor agregado: Capacitación constante a partir de la cual se genera estabilidad y buen rendimiento por parte de los colaboradores.

1.8 Riesgos: Contratación de personal poco capacitado

1.10 Controles ejercidos: Evaluación de competencias, pruebas técnicas y psicológicas.

1.11 Marco legal: Código sustantivo del trabajo

INGETRAF S.A.S	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	CÓDIGO: 001
----------------	-------------------------------------	-------------

2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO

ENTRADAS O INSUMOS

- Requerimientos de personal por parte de la compañía.
- Nuevos proyectos
- Necesidad de capacitar a los colaboradores debido al constante cambio en el entorno

PROCESO DE TRANSFORMACIÓN




SALIDAS O RESULTADOS

- Desvinculación de colaboradores vinculados a la compañía por prestación de servicios.
- Trabajadores capacitados
- Personal motivado

3. DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DEL PROCESO

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO				CÓDIGO: 002
No Orden	Procedimiento	Área responsable	Responsable	Usuarios
1	Selección y contratación	Área administrativa	Gerentes	Personal seleccionado
2	Capacitación	Área administrativa	Gerentes	Personal
3	Desvinculación	Área administrativa	Gerentes	Personal

	INGETRAF S.A.S	
	Manual de procesos	Código: 05
<p>1. Identificación del proceso:</p> <p>1.1 Nombre del proceso: Gestión financiera</p> <p>1.2 Área titular: Área administrativa y asesoría contable y fiscal</p> <p>1.3 Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestionar y controlar los recursos de la empresa • Analizar el estado actual de la compañía • Maximizar los recursos • Garantizar la existencia de información veraz acerca de la situación económica y financiera de la compañía • Cumplir con las exigencias legales <p>1.4 Resultados esperados: Crecimiento de las utilidades de la compañía con respecto a periodos anteriores</p> <p>1.5 Límites:</p> <p>Punto inicial: Pago de nómina</p> <p>Punto final: Consolidación de informes ejecutivos</p> <p>1.6 Formatos o impresos: Facturas, flujo de caja, balance general, estado de resultados, impuestos</p>		

1.7 Valor agregado:

1.8 **Riesgos:** Manejo inadecuado de la información contable y financiera de la compañía.

1.9 Controles ejercidos: Control de ingresos, gastos y costos

1.10 Marco legal:

- DIAN
- Código sustantivo del trabajo

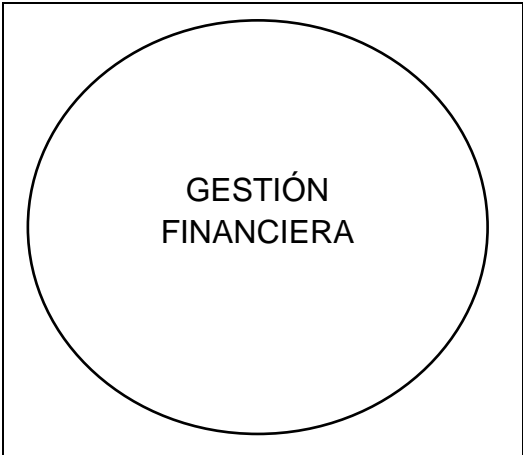
INGETRAF S.A.S	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	CÓDIGO: 001
----------------	-------------------------------------	-------------

2 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO

ENTRADAS O INSUMOS

- Facturas
- Información
- Resultados de periodos anteriores

PROCESO DE TRANSFORMACIÓN




SALIDAS O RESULTADOS

- Flujo de caja
- Balance general
- Estado de resultados
- Informe ejecutivo

3 DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DEL PROCESO

GESTIÓN FINANCIERA				CÓDIGO: 002	
No Orden	Procedimiento	Área responsable	Responsable	Tiempo estimado	Usuarios
1	Procesamiento de información	Área administrativa	Auxiliar administrativa	6 días	Organización
2	Generación de pagos	Área administrativa	Auxiliar administrativa	1 día	Organización
3	Consolidación de informes ejecutivos	Asesoría contable y fiscal	Contadora	-	Junta de socios

	INGETRAF S.A.S	
	Manual de procesos	Código: 06
<p>1. Identificación del proceso:</p> <p>1.1 Nombre del proceso: Mercadeo</p> <p>1.2 Área titular: Área administrativa</p> <p>1.3 Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer a la compañía en el sector eléctrico • Ampliar el mercado objetivo • Generar nuevas alianzas estratégicas que propicien el crecimiento de la organización <p>1.4 Resultados esperados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mayor índice de rentabilidad • Alianzas estratégicas generadas a partir del reconocimiento de la compañía y el trabajo conjunto con organizaciones del sector que complementen los servicios que se prestan en la actualidad. <p>1.5 Límites:</p> <p>Punto inicial: Revisión de páginas web de empresas del sector que soliciten servicios</p>		

Punto final: Actualización de redes sociales y página web.

1.6 Formatos o impresos: Bases de datos de empresas del sector y registros de llamadas realizadas a posibles clientes

1.7 Valor agregado:

1.8 Riesgos: Riesgos psicosociales

1.9 Controles ejercidos:

1.10 Marco legal:

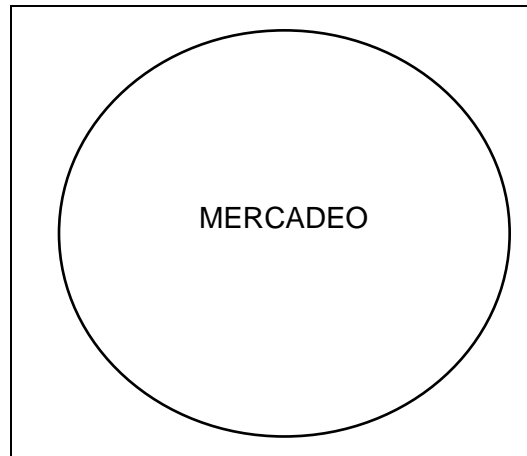
INGETRAF S.A.S	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	CÓDIGO: 001
----------------	-------------------------------------	-------------

2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO

ENTRADAS O INSUMOS

- Inscripción como proveedor en diferentes compañías
- Bases de datos de compañías del sector.

PROCESO DE TRANSFORMACIÓN




SALIDAS O RESULTADOS

- Entrega del portafolio de servicios
- Nuevas alianzas estratégicas
- Contratos
- Venta de productos
- Venta de servicios

3. DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DEL PROCESO

MERCADEO				CÓDIGO: 002
No Orden	Procedimiento	Área responsable	Responsable	Usuarios
1	Exploración de clientes potenciales	Área administrativa y Área técnica.	Gerentes	Organización y clientes

	INGETRAF S.A.S	
	Manual de procesos	Código: 07
<p>1. Identificación del proceso:</p> <p>1.1 Nombre del proceso: Servicio al cliente</p> <p>1.2 Área titular: Área administrativa</p> <p>1.3 Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar las debilidades de la empresa al momento de vender los productos y servicios. • Conocer las necesidades de los clientes • Fidelizar a los clientes de la compañía <p>1.4 Resultados esperados: Clientes satisfechos</p> <p>1.5 Límites:</p> <p>Punto inicial: Consolidación de encuestas de satisfacción</p> <p>Punto final: Realización de garantías en caso de ser necesario</p> <p>1.6 Formatos o impresos: Encuesta de satisfacción del cliente, base de datos de clientes de la compañía e informe de garantías.</p> <p>1.7 Riesgos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Riesgo físico • Riesgo fisiológico o ergonómico 		

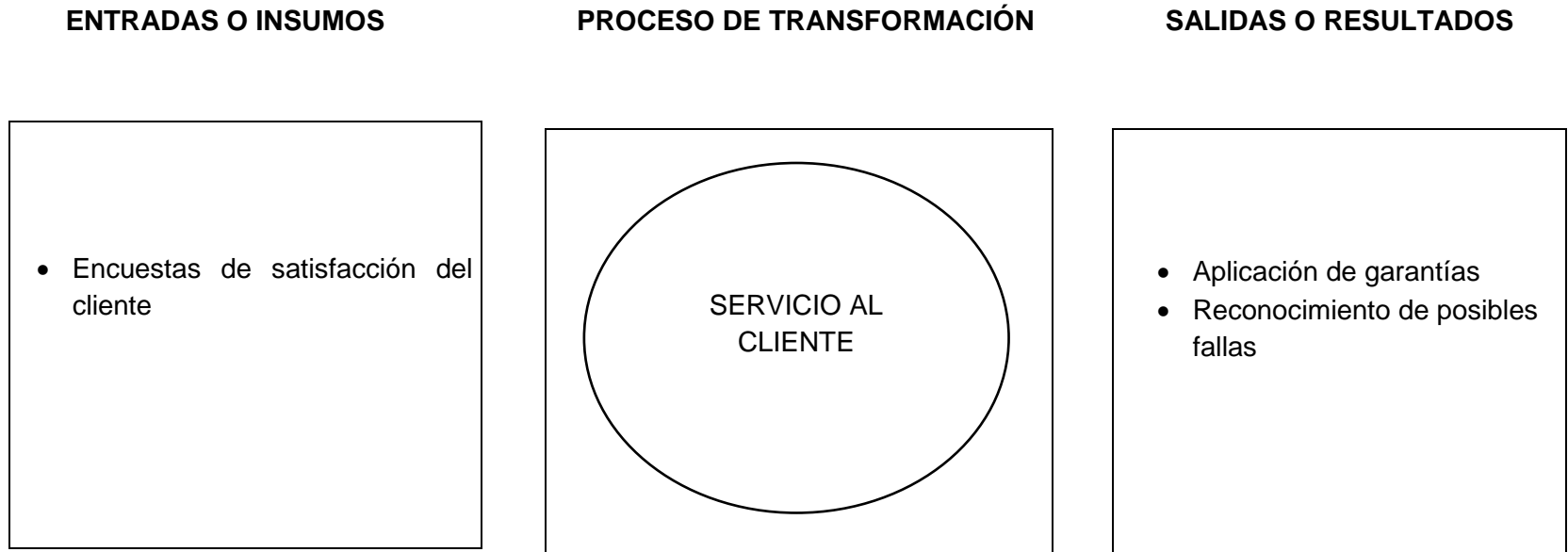
- Riesgo eléctrico
- Riesgo mecánico

1.8 Controles ejercidos: Auditorías externas de calidad

1.9 Marco legal:

INGETRAF S.A.S	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS	CÓDIGO: 001
----------------	-------------------------------------	-------------


2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO



3. DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DEL PROCESO

SERVICIO AL CLIENTE				CÓDIGO: 002
No Orden	Procedimiento	Área responsable	Responsable	Usuarios
1	Atención al cliente	Área administrativa, Área técnica.	Gerentes	Organización y clientes


13. MANUALES DE PROCEDIMIENTOS

	INGETRAF S.A.S	
	Manual de procedimientos Gestión administrativa y gerencial	Código: #011
<p>1. Identificación del proceso: Gestión administrativa y gerencial</p> <p>1.1 Nombre del procedimiento: Creación del direccionamiento estratégico de la compañía</p> <p>1.2 Responsable: Gerencia y área administrativa</p> <p>1.3 Objetivo: Definir los parámetros a partir de los cuales se guiará el funcionamiento de la compañía.</p> <p>1.4 Resultados esperados: Proyectos enfocados al quehacer de la compañía</p> <p>1.5 Límites:</p> <p>Punto inicial: Definir la misión y visión</p> <p>Punto final: Plantear los objetivos</p> <p>1.6 Formatos o impresos: Formato del direccionamiento estratégico y cuestionario para la recolección de información.</p>		


1.7 Controles ejercidos: Evaluación por parte de los gerentes

1.8 Observaciones: El direccionamiento organizacional puede ser modificado según las necesidades de la empresa.


CREACIÓN DEL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO				Código: 0111			
No.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ÁREA	Frecuencia			
				D	S	M	O
1	Definir la misión y visión	Gerentes	Gerencia				X
2	Definir los principios y valores organizacionales	Gerentes	Gerencia				X
3	Crear las políticas organizacionales	Gerentes	Gerencia				X
4	Plantear los objetivos	Gerentes	Gerencia				X

	INGETRAF S.A.S	
	Manual de procedimientos Gestión administrativa y gerencial	Código: #012
<p>1. Identificación del proceso: Gestión administrativa y gerencial</p> <p>1.1 Nombre del procedimiento: Análisis interno y externo</p> <p>1.2 Responsable: Gerencia y área administrativa</p> <p>1.3 Objetivo: Establecer la situación actual de la compañía.</p> <p>1.4 Resultados esperados: Conocimiento detallado de los factores internos y externos que pueden afectar el funcionamiento de la empresa.</p> <p>1.5 Límites:</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto inicial: Realizar un diagnóstico</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto final: Crear las estrategias</p> <p>1.6 Formatos o impresos: Formato del direccionamiento estratégico y matriz DOFA.</p> <p>1.7 Controles ejercidos: Evaluación del entorno organizacional.</p> <p>1.8 Observaciones: Este procedimiento debe ser realizado periódicamente debido al dinamismo en el entorno.</p>		


ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO					Código: 0121			
No.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ÁREA	TIEMPO	Frecuencia			
					D	S	M	O
1	Realizar un diagnóstico	Gerentes y auxiliar administrativa	Área administrativa	2 días				X
2	Identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas	Gerentes y auxiliar administrativa	Área administrativa	1 día				X
3	Crear las estrategias	Gerentes y auxiliar administrativa	Área administrativa	2 días				X

	INGETRAF S.A.S	
	Manual de procedimientos Gestión administrativa y gerencial	Código # 013
<p>1. Identificación del proceso: Gestión administrativa y gerencial</p> <p>1.1 Nombre del procedimiento: Formulación del plan de acción</p> <p>1.2 Responsable: Gerencia y área administrativa</p> <p>1.3 Objetivo: Desarrollar las estrategias propuestas</p> <p>1.4 Resultados esperados: Cumplimiento de las metas propuestas</p> <p>1.5 Límites:</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto inicial: Estudiar las estrategias propuestas</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto final: Retroalimentar</p> <p>1.6 Formatos o impresos: Matriz DOFA, formatos para el plan de acción, plan táctico y operativo.</p> <p>1.7 Controles ejercidos: Indicadores de medición de resultados.</p> <p>1.8 Observaciones:</p>		


FORMULACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN					Código: 0131			
No	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ÁREA	TIEMPO	Frecuencia			
					D	S	M	O
1	Estudiar las estrategias propuestas	Gerentes y auxiliar administrativa	Área administrativa	1 días				X
2	Atribuir responsabilidades al personal implicado	Gerentes	Gerencia	1 día				X
3	Proponer indicadores	Gerentes	Gerencia	2 días				X
4	Comparar los resultados obtenidos y los esperados inicialmente	Gerentes	Gerencia	1 días				X
5	Retroalimentar	Gerentes	Organización	1 días				X

	INGETRAF S.A.S	
	Manual de procedimientos Servicios	Código # 021
<p>1. Identificación del proceso: Servicios</p> <p>1.1 Nombre del procedimiento: Recepción del requerimiento</p> <p>1.2 Responsable: Área técnica</p> <p>1.3 Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reconocer las necesidades de los clientes. • Evaluar si la compañía está en capacidad de prestar el servicio. <p>1.4 Resultados esperados: Contar con las condiciones internas necesarias para prestar el servicio que el cliente espera.</p> <p>1.5 Límites:</p> <p>Punto inicial: Recibir el requerimiento del servicio por parte del cliente</p> <p>Punto final: Generar una respuesta al cliente.</p> <p>1.6 Formatos o impresos: Acta de servicios</p> <p>1.7 Controles ejercidos: Portafolio de servicios</p> <p>Observaciones: El servicio solicitado por el cliente sólo será prestado si se cuenta con experiencia y conocimiento, tomando como referencia el portafolio de servicios.</p>		


RECEPCIÓN DEL REQUERIMIENTO					Código: 0211			
No	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ÁREA	TIEMPO	Frecuencia			
					D	S	M	O
1	Recibir el requerimiento del servicio por parte del cliente	Ingenieros	Área técnica	2 horas				X
2	Analizar el requerimiento del servicio	Ingenieros	Área técnica	5 horas				X
3	Generar una respuesta al cliente	Ingenieros	Área técnica	1 horas				X

	INGETRAF S.A.S	
	Manual de procedimientos Servicios	Código # 022
<p>1. Identificación del proceso: Servicios</p> <p>1.1 Nombre del procedimiento: Análisis del servicio a prestarse</p> <p>1.2 Responsable: Gerencia y área técnica</p> <p>1.3 Objetivo: Examinar el verdadero alcance del servicio que requiere el cliente</p> <p>1.4 Resultados esperados: Ofertas aprobadas por los clientes</p> <p>1.5 Límites:</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto inicial: Visita las instalaciones</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto final: Recibir la aprobación de la oferta por parte del cliente</p> <p>1.6 Formatos o impresos: Acta de servicios, oferta y cotización.</p> <p>1.7 Controles ejercidos: Portafolio de servicios</p> <p>1.8 Observaciones: Las visitas realizadas a las instalaciones se realizan únicamente cuando es requerido.</p>		


ANÁLISIS DEL SERVICIO A PRESTARSE					Código: 0221			
No	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ÁREA	TIEMPO	Frecuencia			
					D	S	M	O
1	Visitar las instalaciones	Ingenieros y técnico de servicios	Gerencia y área técnica	1 día				X
2	Estudiar el alcance real del servicio	Gerentes	Gerencia	3 horas				X
3	Elaborar una oferta	Ingenieros	Gerencia	2 hora				X
4	Enviar la oferta al cliente	Auxiliar administrativa	Administrativa	3 horas				X
5	Recibir la aprobación de la oferta por parte del cliente	Auxiliar administrativa	Administrativa	máximo 1 semana				X

	INGETRAF S.A.S	
	Manual de procedimientos Servicios	Código # 023
<p>1. Identificación del proceso: Servicios</p> <p>1.1 Nombre del procedimiento: Ejecución</p> <p>1.2 Responsable: Gerencia y Área técnica</p> <p>1.3 Objetivo: Prestar servicios de alta calidad teniendo en cuenta las condiciones y especificaciones de los clientes.</p> <p>1.4 Resultados esperados: Clientes satisfechos</p> <p>1.5 Límites:</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto inicial: Asignar el ingeniero o técnico que va a prestar el servicio.</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto final: Recibir el pago por parte del cliente.</p> <p>1.6 Formatos o impresos: Cronograma de actividades, informe del trabajo realizado y factura.</p> <p>1.7 Controles ejercidos: Manuales de seguridad industrial y seguimiento de actividades por parte de los gerentes.</p> <p>1.8 Observaciones:</p>		


EJECUCIÓN					Código: 0231			
No	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ÁREA	TIEMPO	Frecuencia			
					D	S	M	O
1	Asignar el ingeniero o técnico que va a prestar el servicio	Gerentes	Gerencia	1 días				X
2	Definir un cronograma de actividades	Gerentes	Gerencia	1 día				X
3	Cumplir con las actividades propuestas	Ingeniero o técnico	Técnica	-				X
4	Generar un informe del trabajo realizado	Ingeniero o técnico	Técnica	1 semana				X
5	Revisar y enviar el informe al cliente	Gerentes y auxiliar administrativa	Administrativa	1 día				X
6	Recibir la aprobación del servicio prestado	Auxiliar administrativa	Administrativa	1 día				X
7	Facturar	Auxiliar administrativa	Administrativa	1 día				X
8	Recibir el pago por parte del cliente	Auxiliar administrativa	Administrativa	1 día				X

	INGETRAF S.A.S	
	Manual de procedimientos Comercialización	Código # 031
<p>4. Identificación del proceso: Comercialización</p> <p>4.1 Nombre del procedimiento: Compra del producto</p> <p>4.2 Responsable: Gerencia, área administrativa y área técnica.</p> <p>4.3 Objetivo: Adquirir accesorios de alta calidad al mejor precio</p> <p>4.4 Resultados esperados: Contar con el producto en los tiempos estimados.</p> <p>4.5 Límites:</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto inicial: Recibir la solicitud de oferta del cliente</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto final: Cancelar la factura.</p> <p>4.6 Formatos o impresos: Solicitud del cliente, cotización, orden de compra, informe del estado de productos recibidos, factura del pago de anticipo y factura de compra.</p> <p>4.7 Controles ejercidos: Presupuesto.</p> <p>4.8 Observaciones: El pago de anticipo es realizado solo si se requiere por parte del proveedor.</p>		

COMPRA DEL PRODUCTO					Código: 0311			
No	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ÁREA	TIEMPO	Frecuencia			
					D	S	M	O
1	Recibir la solicitud de oferta del cliente	Gerentes y auxiliar administrativa	Gerencia y área administrativa	1 hora				X
2	Elaborar y enviar las solicitudes de cotización a los principales proveedores	Gerentes	Gerencia	2 horas				X
3	Analizar las cotizaciones	Gerentes	Gerencia	4 horas				X
4	Elaborar la orden de compra	Auxiliar administrativa	Área administrativa	1 hora				X
5	Realizar el pago de anticipo	Auxiliar administrativa	Área administrativa	1 hora				X
6	Recibir la mercancía	Técnico de servicios	Área Técnica	-				X
7	Revisar la mercancía	Técnico de servicios	Área Técnica	1 hora				X
8	Cancelar la factura	Auxiliar administrativa	Área administrativa	1 día				X


	INGETRAF S.A.S	
	Manual de procedimientos Comercialización	Código # 032
<p>1. Identificación del proceso: Comercialización</p> <p>1.1 Nombre del procedimiento: Venta del producto</p> <p>1.2 Responsable: Gerencia y área técnica</p> <p>1.3 Objetivo: Vender accesorios de alta calidad</p> <p>1.4 Resultados esperados: Clientes satisfechos</p> <p>1.5 Límites:</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto inicial: Entregar el producto al cliente.</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto final: Recibir el pago por parte del cliente.</p> <p>1.6 Formatos o impresos: Factura de venta</p> <p>1.7 Controles ejercidos:</p> <p>1.8 Observaciones: Los accesorios son instalados solo cuando el cliente lo requiere.</p>		

VENTA DEL PRODUCTO					Código: 0321			
No	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ÁREA	TIEMPO	Frecuencia			
					D	S	M	O
1	Entregar el producto al cliente	Ingenieros o técnico de servicios	Gerencia y área técnica	3 horas				X
2	Instalar los accesorios	Ingenieros o técnico de servicios	Gerencia y área técnica	-				X
3	Generar la factura de venta	Auxiliar administrativa	Área administrativa	1 hora				X
4	Recibir el pago por parte del cliente	Auxiliar administrativa	Área administrativa	-				X


	INGETRAF S.A.S	
	Manual de procedimientos Gestión del talento humano	Código # 041
<p>1. Identificación del proceso: Gestión de talento humano.</p> <p>1.1 Nombre del procedimiento: Selección y contratación</p> <p>1.2 Responsable: Gerencia y área administrativa</p> <p>1.3 Objetivo: Contar con personal competente que esté en capacidad de desarrollar actividades según los parámetros establecidos por la compañía.</p> <p>1.4 Resultados esperados: Personal competente contratado</p> <p>1.5 Límites:</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto inicial: Identificar la necesidad de contratar el personal.</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto final: Inducir al nuevo trabajador</p> <p>1.6 Formatos o impresos: Convocatoria, hojas de vida, prueba de conocimientos, informes de las entrevistas, contrato laboral, afiliación a ARL, EPS, fondo de pensiones y caja de compensación familiar.</p> <p>1.7 Controles ejercidos: Verificación de hojas de vida, verificación del pasado judicial, código sustantivo del trabajo.</p> <p>1.8 Observaciones:</p>		

SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL					Código: 0311			
No	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ÁREA	TIEMPO	Frecuencia			
					D	S	M	O
1	Identificar la necesidad de contratar el personal	Gerentes	Gerencia	-				X
2	Realizar la publicación del perfil requerido, los beneficios y condiciones que ofrece la empresa	Auxiliar administrativa	Área administrativa	1 hora				X
3	Preparar la entrevista inicial y la prueba de conocimientos	Gerentes	Gerencia	4 horas				X
4	Recibir, analizar y preseleccionar las hojas de vida	Auxiliar administrativa	Área administrativa	-				X
5	Realizar la convocatoria de los aspirantes a la entrevista inicial.	Auxiliar administrativa	Área administrativa	2 horas				X
6	Someter a los aspirantes a la entrevista y prueba de conocimientos	Gerentes	Gerencia	2 días				X
7	Calificar las pruebas de conocimientos y analizar las entrevistas.	Gerentes	Gerencia	3 días				X
8	Seleccionar a la persona más apta para cubrir el puesto vacante	Gerentes	Gerencia	1 día				X

9	Elaborar el contrato laboral	Auxiliar administrativa	Área administrativa	1 día				X
10	Firmar el contrato laboral	Auxiliar administrativa	Área administrativa	1 día				X
11	Inducir al nuevo trabajador	Auxiliar administrativa	Área administrativa	2 días				X

	INGETRAF S.A.S	
	Manual de procedimientos Gestión del talento humano	Código # 042
<p>1. Identificación del proceso: Gestión del talento humano.</p> <p>1.1 Nombre del procedimiento: Capacitación</p> <p>1.2 Responsable: Organización</p> <p>1.3 Objetivo: Mantener al personal capacitado en las diferentes áreas de desarrollo con el fin de potencializar sus capacidades y conocimientos.</p> <p>1.4 Resultados esperados: Mayor productividad por parte de los colaboradores</p> <p>1.5 Límites:</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto inicial: Identificar las necesidades de los colaboradores.</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto final: Evaluar los resultados.</p> <p>1.6 Formatos o impresos: Evaluación del desempeño</p> <p>1.7 Controles ejercidos: Evaluación del desempeño e indicadores del desempeño.</p> <p>1.8 Observaciones: El tiempo del procedimiento de capacitación dependerá de la naturaleza y la complejidad de ésta.</p>		


CAPACITACIÓN				Código: 0421			
No	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ÁREA	Frecuencia			
				D	S	M	O
1	Identificar las necesidades de los colaboradores	Gerentes	Gerencia				X
2	Diseñar el programa de capacitación	Gerentes	Gerencia				X
3	Ejecutar el programa de capacitación	Gerentes y auxiliar administrativa	Gerencia y área administrativa				X
4	Evaluar los resultados	Gerentes	Gerencia				X

	INGETRAF S.A.S	
	Manual de procedimientos Gestión del talento humano	Código # 043
<p>1. Identificación del proceso: Gestión del talento humano.</p> <p>1.1 Nombre del procedimiento: Desvinculación</p> <p>1.2 Responsable: Auxiliar administrativa</p> <p>1.3 Objetivo: Dar por terminado el contrato siguiendo las normas y cumpliendo con los requisitos que garanticen el bienestar del personal.</p> <p>1.4 Resultados esperados: Terminación del contrato laboral cumpliendo con los parámetros.</p> <p>1.5 Límites:</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto inicial: Notificar la terminación del contrato</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto final: Generar un informe final de desvinculación</p> <p>1.6 Formatos o impresos: Contrato laboral, carta de desvinculación, hoja de liquidación del proyecto e informe final.</p> <p>1.7 Controles ejercidos: Código sustantivo del trabajo.</p> <p>1.8 Observaciones: Los contratos a personal temporal son realizados por prestación de servicios, el personal conoce la dimensión del proyecto y en consciente de la duración de este.</p> <p>Los trabajadores contratados bajo la modalidad de prestación de servicios son</p>		


afiliados únicamente a seguridad social.

Los tiempos de ejecución de las actividades dependerán del tipo contrato.


DESVINCULACIÓN				Código: 0431			
No	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ÁREA	Frecuencia			
				D	S	M	O
1	Notificar la terminación del contrato	Auxiliar administrativa	Área administrativa				X
2	Dar por terminada la afiliación del trabajador a seguridad social y demás prestaciones sociales	Auxiliar administrativa	Área administrativa				X
3	Liquidar el contrato	Auxiliar administrativa	Área administrativa				X
4	Generar un informe final de desvinculación	Auxiliar administrativa	Área administrativa				X

	INGETRAF S.A.S	
	Manual de procedimientos Gestión financiera	Código # 051
<p>1. Identificación del proceso: Gestión financiera</p> <p>1.1 Nombre del procedimiento: Procesamiento de información</p> <p>1.2 Responsable: Auxiliar administrativa y contadora</p> <p>1.3 Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Registrar los movimientos contables de la compañía • Dar orden a los documentos e información contable • Consolidar la información contable y financiera <p>1.4 Resultados esperados: Registros contables consolidados los cuales guarden relación directa con los movimientos de la compañía.</p> <p>1.5 Límites:</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto inicial: Recolectar facturas y comprobantes</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto final: Validar la veracidad de la información recolectada</p> <p>1.6 Formatos o impresos: Facturas, comprobantes de ingresos y egresos y flujo de caja</p> <p>1.7 Controles ejercidos:</p> <p>1.8 Observaciones: La organización se preocupa por mantener en orden la información de la compañía, construyendo semanalmente informes contables.</p>		


PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN					Código: 0511			
No	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ÁREA	TIEMPO	Frecuencia			
					D	S	M	O
1	Recolectar facturas y comprobantes	Auxiliar administrativa	Área administrativa	1 semana		X		
2	Consolidar la información	Auxiliar administrativa	Área administrativa	4 horas		X		
3	Validar la veracidad de la información recolectada	Contadora	Asesoría contable y fiscal	4 horas			X	

	INGETRAF S.A.S	
	Manual de procedimientos Gestión financiera	Código # 052
<p>1. Identificación del proceso: Gestión financiera</p> <p>1.1 Nombre del procedimiento: Generación de pagos</p> <p>1.2 Responsable: Auxiliar administrativa</p> <p>1.3 Objetivo: Cumplir con las obligaciones que tiene la compañía con sus clientes, proveedores y colaboradores siguiendo las normas legalmente establecidas.</p> <p>1.4 Resultados esperados: Garantizar el cumplimiento que la empresa tiene con terceros.</p> <p>1.5 Límites:</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto inicial: Recibir facturas</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto final: Archivar los soportes</p> <p>1.6 Formatos o impresos: Facturas y soportes de pago</p> <p>1.7 Controles ejercidos: DIAN</p> <p>1.8 Observaciones: Los pagos son registrados en Excel y en un software creado por la compañía para llevar un control de los movimientos contables de igual manera los pagos de nómina se realizan directamente por la plataforma virtual del banco.</p>		


GENERACIÓN DE PAGOS					Código: 0521			
No	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ÁREA	TIEMPO	Frecuencia			
					D	S	M	O
1	Recibir facturas	Auxiliar administrativa	Área administrativa	2 horas		X		
2	Procesar la información	Auxiliar administrativa	Área administrativa	2 horas		X		
3	Realizar los pagos	Auxiliar administrativa	Área administrativa	3 horas				X
4	Registrar los soportes de pagos	Auxiliar administrativa	Área administrativa	1/2 hora		X		
5	Archivar los soportes	Auxiliar administrativa	Área administrativa	1/2 hora		X		

	INGETRAF S.A.S	
	Manual de procedimientos Gestión financiera	Código # 053
<p>2. Identificación del proceso: Gestión financiera</p> <p>2.1 Nombre del procedimiento: Consolidación de informes ejecutivos</p> <p>2.2 Responsable: Contadora, auxiliar administrativa y junta de socios</p> <p>2.3 Objetivo: Informar a la junta de socios acerca del estado financiero de la compañía con el fin de mejorar su interpretación y evaluar correctamente el funcionamiento de la organización.</p> <p>2.4 Resultados esperados: Lectura precisa de la información contable y financiera de la empresa.</p> <p>2.5 Límites:</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto inicial: Interpretar los resultados del periodo a evaluar</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto final: Analizar y proponer mejoras</p> <p>2.6 Formatos o impresos: Facturas, flujo de caja, balance general, estado de resultados, formulario de impuestos</p> <p>2.7 Controles ejercidos: DIAN</p> <p>2.8 Observaciones: Las propuestas de mejoras en la compañía se realizarán dependiendo de las necesidades que se tengan y el tiempo de ejecución dependerá de su dimensión.</p>		

CONSOLIDACIÓN DE INFORMES EJECUTIVOS					Código: 0531			
No	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ÁREA	TIEMPO	Frecuencia			
					D	S	M	O
1	Interpretar los resultados del periodo a evaluar	Contadora	Asesoría contable y fiscal	2 horas			X	
2	Realizar el informe	Contadora	Asesoría contable y fiscal	1 día			X	
3	Exponer los componentes del informe	Contadora	Asesoría contable y fiscal	1 hora			X	
3	Analizar y proponer mejoras	Junta de socios	Junta de socios	-				X

	INGETRAF S.A.S	
	Manual de procedimientos Mercadeo	Código # 061
<p>3. Identificación del proceso: Mercadeo</p> <p>3.1 Nombre del procedimiento: Exploración de clientes potenciales.</p> <p>3.2 Responsable: Técnico de servicios, gerentes.</p> <p>3.3 Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Llegar a nuevos mercados • Dar a conocer los productos y servicios que presta la compañía • Ampliar la población objetivo <p>3.4 Resultados esperados: Generación de nuevos contratos con diferentes clientes el sector</p> <p>3.5 Límites:</p> <p>Punto inicial: Revisar páginas web de empresas del sector que soliciten servicios</p> <p>Punto final: Actualizar las redes sociales y página web</p> <p>3.6 Formatos o impresos: Bases de datos de empresas del sector y registro de llamadas realizadas.</p> <p>3.7 Controles ejercidos:</p> <p>3.8 Observaciones: La inscripción de la compañía en portales de empresas del sector, facilitará la creación de nuevos contratos.</p>		


EXPLORACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES					Código: 0611			
No	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ÁREA	TIEMPO	Frecuencia			
					D	S	M	O
1	Revisar páginas web de empresas del sector que soliciten servicios	Técnico de servicios	Área técnica	1 hora	X			
2	Inscribir a la compañía en portales de empresas del sector.	Técnico en servicios	Área técnica	1 hora				X
3	Telemercadeo	Técnico en servicio	Área técnica	4 horas		X		
3	Actualizar las redes sociales y página web.	Técnico en servicios	Área técnica	1 hora		X		

	INGETRAF S.A.S	
	Manual de procedimientos Servicio al cliente	Código # 071
<p>4. Identificación del proceso: Servicio al cliente</p> <p>4.1 Nombre del procedimiento: Atención al cliente</p> <p>4.2 Responsable: Auxiliar administrativa y gerentes.</p> <p>4.3 Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer la opinión de los clientes acerca del producto y servicio prestado por la compañía. • Analizar los puntos débiles de la empresa • Crear una política de mejora continua • Seguimiento a los clientes <p>4.4 Resultados esperados: Clientes satisfechos y fieles a la organización</p> <p>4.5 Límites:</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto inicial: Consolidar encuestas de satisfacción</p> <p style="padding-left: 40px;">Punto final: Efectuar garantías</p> <p>4.6 Formatos o impresos: Encuesta de satisfacción del cliente, base de datos de clientes de la compañía e informe de garantías.</p> <p>4.7 Controles ejercidos:</p> <p>4.8 Observaciones: La implementación de garantías será realizada cuando se</p>		

observen deficiencias en la prestación del servicio o defectos en los accesorios

ATENCIÓN AL CLIENTE					Código: 0711			
No	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ÁREA	TIEMPO	Frecuencia			
					D	S	M	O
1	Consolidar encuestas de satisfacción	Auxiliar administrativa	Área administrativa	1 hora				X
2	Implementar encuestas	Gerentes	Gerencia	1 hora				X
3	Realizar llamadas telefónicas a los clientes	Gerentes	Gerencia	1 hora				X
3	Efectuar garantías	Ingenieros y técnico de servicios	Área técnica	-				X


14. MANUALES DE FUNCIONES

	Manual de funciones INGETRAF S.A.S	Código: MF #1 Página: 1/3
---	---	--

Identificación del cargo
Denominación del cargo: Gerente
Área: Gerencia
Nivel: Directivo
Cargo al que reporta: Ninguno
Número de cargos con la misma denominación: 1

Posición del cargo en el organigrama
Dependencia jerárquica: Tiene como subordinados a la auxiliar administrativa y al técnico en servicios
Supervisión: Ninguna
Comunicaciones colaterales: Comunicación directa con todos los demás cargos


Descripción del cargo
Objetivo del área: Direccionar a la compañía en el cumplimiento de las metas planteadas garantizando su buen funcionamiento por medio de un adecuado control y seguimiento de los procesos.
Objetivo del cargo: Guiar a la empresa en el desarrollo de sus actividades de acuerdo con su estructura organizacional.

	Manual de funciones INGETRAF S.A.S	Código: MF #1 Página: 2/3
---	---	--

Requisitos del cargo
Nivel de educación: Profesional
Título: Ingeniero electricista
Certificaciones: Nivel avanzado de inglés como segunda lengua
Especialidad: Especialista en Telecomunicaciones o afines
Experiencia: Mayor a 5 años


Funciones del cargo
Administrar las actividades realizadas a nivel interno
Tomar decisiones teniendo en cuenta las necesidades de la empresa
Contactar y visitar a los clientes
Ejecutar la prestación de servicios como supervisión y capacitación
Elaborar, revisar y presentar ofertas a los clientes
Contactar proveedores
Brindar apoyo en la elaboración de toma de muestras cuando sea requerido

Condiciones de trabajo				
Responsabilidades adquiridas	Descripción	A	M	B
Por documentos administrativos y dinero	Manejar adecuadamente el registro de documentos y recursos	X		

	Manual de funciones INGETRAF S.A.S	Código: MF #1 Página: 3/3
---	---	--

Condiciones de trabajo				
Responsabilidades adquiridas	Descripción	A	M	B
Por suministros de oficina	Darle un adecuado uso a los implementos y herramientas usadas para desempeñar sus funciones	X		
Por información confidencial	Mantener en secreto información que sea vital para el funcionamiento de la organización	X		
Por clientes externos	Construir relaciones de confianza con los clientes	X		


Ambiente laboral	Descripción	A	M	B
Iluminación	Luz natural y artificial	X		
Ruido	Ambiente tranquilo para la ejecución de actividades	X		
Ventilación	Temperatura ambiente y buena circulación de aire	X		
Ergonomía	Puesto de trabajo cómodo y ajustado a la composición física del trabajador	X		

	Manual de funciones INGETRAF S.A.S	Código: MF #2 Página: 1/3
---	---	--

Identificación del cargo
Denominación del cargo: Subgerente
Área: Gerencia
Nivel: Directivo
Cargo al que reporta: Ninguno
Número de cargos con la misma denominación: 1


Posición del cargo en el organigrama
Dependencia jerárquica: Tiene como subordinados a la auxiliar administrativa y al técnico en servicios
Supervisión: Ninguna
Comunicaciones colaterales: Comunicación directa con todos los demás cargos

Descripción del cargo
Objetivo del área: Direccionar a la compañía en el cumplimiento de las metas planteadas garantizando su buen funcionamiento por medio de un adecuado control y seguimiento de los procesos.
Objetivo del cargo: Brindar apoyo en el direccionamiento de la organización garantizando el cumplimiento de sus funciones.

	Manual de funciones INGETRAF S.A.S	Código: MF #2 Página: 2/3
---	---	--


Requisitos del cargo
Nivel de educación: Profesional
Título: Ingeniero electricista
Experiencia: Mayor de 5 años

Funciones del cargo
Tomar decisiones teniendo en cuenta las necesidades de la empresa
Ejecutar la prestación de servicios como supervisión y capacitación
Prestar servicios de auditoría interna
Contactar y visitar a los clientes
Tomar muestras en las instalaciones donde serán prestados los servicios
Elaborar y revisar ofertas para los clientes
Contactar proveedores
Brindar apoyo en el control del correcto funcionamiento de las actividades a nivel interno
Planear , ejecutar y controlar el proceso de implementación de la Norma ISO 9001:2015 en la organización

	Manual de funciones INGETRAF S.A.S	Código: MF #2 Página: 3/3
---	---	--

Condiciones de trabajo				
Responsabilidades adquiridas	Descripción	A	M	B
Por documentos administrativos y dinero	Manejar adecuadamente el registro de documentos y recursos	X		
Por suministros de oficina	Darle un adecuado uso a los implementos y herramientas usadas para desempeñar sus funciones	X		
Por información confidencial	Mantener en secreto información que sea vital para el funcionamiento de la organización	X		
Por clientes externos	Construir relaciones de confianza con los clientes	X		


Ambiente laboral	Descripción	A	M	B
Iluminación	Luz natural y artificial	X		
Ruido	Ambiente tranquilo para la ejecución de actividades	X		
Ventilación	Temperatura ambiente y buena circulación de aire	X		
Ergonomía	Puesto de trabajo cómodo y ajustado a la composición física del trabajador	X		

	Manual de funciones INGETRAF S.A.S	Código: MF #3 Página: 1/3
---	---	--

Identificación del cargo
Denominación del cargo: Auxiliar administrativa
Área: Administrativa
Nivel: Administrativo
Cargo al que reporta: Gerencia
Número de cargos con la misma denominación: 1


Posición del cargo en el organigrama
Dependencia jerárquica: El cargo no tiene personal subordinado
Supervisión: El cargo es supervisado por el área de gerencia
Comunicaciones colaterales: Comunicación directa con todos los demás cargos

Descripción del cargo
Objetivo del área: Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades realizadas por la compañía.
Objetivo del cargo: Contribuir con la organización de las actividades realizadas a nivel interno según los requerimientos de la compañía.

	Manual de funciones INGETRAF S.A.S	Código: MF #3 Página: 2/3
---	---	--


Requisitos del cargo
Nivel de educación: Técnico en contaduría y finanzas
Título: Ninguno
Experiencia: Mayor de 2 años

Funciones del cargo
Recibir y consolidar información y documentación contable
Crear informes contables
Dar un manejo adecuado a la caja menor
Efectuar pagos (servicios públicos- nómina- proveedores)
Realizar el registro como proveedor en compañías que soliciten servicios relacionados al quehacer de la compañía
Recibir y transmitir la correspondencia
Elaborar y remitir facturas
Realizar un seguimiento de los proyectos que están siendo realizados por la compañía con el fin de prestar información en caso de ser requerida
Supervisar y dotar la oficina con implementos de papelería
Manejar la dotación a trabajadores
Realizar informes mensuales de conciliación con los bancos
Brindar apoyo en el proceso de revisión de páginas web del sector eléctrico
Brindar apoyo en el proceso de certificación a partir de la elaboración de manuales requeridos

	Manual de funciones INGETRAF S.A.S	Código: MF #3 Página: 3/3
---	---	--

Condiciones de trabajo				
Responsabilidades adquiridas	Descripción	A	M	B
Por documentos administrativos y dinero	Manejar adecuadamente el registro de documentos y recursos	X		
Por suministros de oficina	Darle un adecuado uso a los implementos y herramientas usadas para desempeñar sus funciones	X		
Por información confidencial	Mantener en secreto información que sea vital para el funcionamiento de la organización	X		
Por clientes externos	Construir relaciones de confianza con los clientes			X

Ambiente laboral	Descripción	A	M	B
Iluminación	Luz natural y artificial	X		
Ruido	Ambiente tranquilo para la ejecución de actividades	X		
Ventilación	Temperatura ambiente y buena circulación de aire	X		
Ergonomía	Puesto de trabajo cómodo y ajustado a la composición física del trabajador	X		


	Manual de funciones INGETRAF S.A.S	Código: MF #4 Página: 1/4
---	---	--

Identificación del cargo
Denominación del cargo: Técnico en servicios
Área: Técnica
Nivel: Operativo
Cargo al que reporta: Gerencia
Número de cargos con la misma denominación: 1

Posición del cargo en el organigrama
Dependencia jerárquica: El cargo no tiene personal subordinado
Supervisión: El cargo es supervisado por el área de gerencia
Comunicaciones colaterales: Comunicación directa con todos los demás cargos


Descripción del cargo
Objetivo del área: Ejecutar las labores operativas de la organización siguiendo los lineamientos establecidos.
Objetivo del cargo: Llevar a cabo los procesos operativos de la empresa brindando apoyo al área administrativa en el desempeño de sus labores.

Requisitos del cargo
Nivel de educación: Técnico
Título: Técnico/ tecnólogo electricista

	Manual de funciones INGETRAF S.A.S	Código: MF #4 Página: 2/4
---	---	--


Requisitos del cargo
Certificaciones: Certificación de trabajo en alturas y espacios confinados Certificación CONTE con mínima categoría TE-4
Experiencia: Mínimo 1 año en montaje y mantenimiento de transformadores de potencia

Funciones del cargo
Supervisar y realizar el montaje de transformadores de potencia
Efectuar el mantenimiento de transformadores de potencia
Brindar apoyo en la ejecución de pruebas eléctricas
Tomar muestras de aceite
Realizar pruebas de ruido
Ejecutar procesos de normalización de presión
Apoyar los procesos de seguridad industrial
Hacer efectivas las garantías
Revisar las páginas web del sector eléctrico con el fin de encontrar ofertas solicitadas por parte de los clientes
Verificar y realizar inscripciones técnicas a clientes
Analizar los proyectos y presentar propuestas de desarrollo
Realizar y presentar informes de trabajos realizados
Brindar apoyo en el proceso de certificación de calidad


	Manual de funciones INGETRAF S.A.S	Código: MF #4 Página: 3/4
---	---	--

Condiciones de trabajo				
Responsabilidades adquiridas	Descripción	A	M	B
Por documentos administrativos y dinero	Manejar adecuadamente el registro de documentos y recursos		X	
Por suministros de oficina	Darle un adecuado uso a los implementos y herramientas usadas para desempeñar sus funciones		X	
Por información confidencial	Mantener en secreto información que sea vital para el funcionamiento de la organización		X	
Por clientes externos	Construir relaciones de confianza con los clientes	X		

Ambiente laboral en sitio	Descripción	A	M	B
Iluminación	Luz natural y artificial			X
Ruido	Ambiente tranquilo para la ejecución de actividades			X
Ventilación	Temperatura ambiente y buena circulación de aire		X	
Ergonomía	Puesto de trabajo cómodo y ajustado a la composición física del trabajador			X

	Manual de funciones INGETRAF S.A.S	Código: MF #4 Página: 4/4
---	---	--


Ambiente laboral en oficina	Descripción	A	M	B
Iluminación	Luz natural y artificial	X		
Ruido	Ambiente tranquilo para la ejecución de actividades	X		
Ventilación	Temperatura ambiente y buena circulación de aire	X		
Ergonomía	Puesto de trabajo cómodo y ajustado a la composición física del trabajador	X		

	Manual de funciones INGETRAF S.A.S	Código: MF #5 Página: 1/3
---	---	--

Identificación del cargo
Denominación del cargo: Contador
Área: Asesoría contable y fiscal
Nivel: Administrativo
Cargo al que reporta: Gerencia
Número de cargos con la misma denominación: 1

Posición del cargo en el organigrama
Dependencia jerárquica: El cargo no tiene personal subordinado
Supervisión: El cargo es supervisado por el área de gerencia
Comunicaciones colaterales: Comunicación directa con la auxiliar administrativa y los gerentes.


Descripción del cargo
Objetivo del área: Consolidar la información contable y financiera de la compañía.
Objetivo del cargo: Crear informes detallados que especifiquen los movimientos de la compañía con el fin de garantizar el entendimiento de estos por parte de la junta directiva.

	Manual de funciones INGETRAF S.A.S	Código: MF #5 Página: 2/3
---	---	--

Requisitos del cargo
Nivel de educación: Profesional
Título profesional: Contador público
Experiencia: Mayor a 2 años

Funciones del cargo
Revisar la información suministrada por la auxiliar administrativa
Liquidar los impuestos generados por la compañía
Transcribir la información contable y financiera


Condiciones de trabajo				
Responsabilidades adquiridas	Descripción	A	M	B
Por documentos administrativos y dinero	Manejar adecuadamente el registro de documentos y recursos	X		
Por suministros de oficina	Darle un adecuado uso a los implementos y herramientas usadas para desempeñar sus funciones			X
Por información confidencial	Mantener en secreto información que sea vital para el funcionamiento de la organización	X		
Por clientes externos	Construir relaciones de confianza con los clientes			X

	Manual de funciones INGETRAF S.A.S	Código: MF #5 Página: 3/3
---	---	--

Ambiente laboral	Descripción	A	M	B
Iluminación	Luz natural y artificial	X		
Ruido	Ambiente tranquilo para la ejecución de actividades	X		
Ventilación	Temperatura ambiente y buena circulación de aire	X		
Ergonomía	Puesto de trabajo cómodo y ajustado a la composición física del trabajador	X		


Manuales de funciones cargos proyectados al crecimiento de la compañía:

Siguiendo los lineamientos de crecimiento proyectados para la compañía y según el conocimiento que se tiene del funcionamiento de la organización, se ha proyectado crear un nuevo cargo que se define según las necesidades que se prevén puedan existir en el futuro.

	Manual de funciones INGETRAF S.A.S	Código: MF #6 Página: 1/3
---	---	--

Identificación del cargo
Denominación del cargo: Director comercial y administrativo
Área: Área administrativas
Nivel: Administrativo
Cargo al que reporta: Gerencia
Número de cargos con la misma denominación: 1


Posición del cargo en el organigrama
Dependencia jerárquica: El cargo tiene a cargo a la auxiliar administrativa
Supervisión: El cargo es supervisado por el área de gerencia
Comunicaciones colaterales: Comunicación directa con todo el personal de la organización.

	Manual de funciones INGETRAF S.A.S	Código: MF #6 Página: 2/3
---	---	--

Descripción del cargo
Objetivo del área: Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades realizadas por la compañía.
Objetivo del cargo: Orientar las actividades realizadas a nivel interno según los requerimientos de la compañía y dirigir el proceso de comercialización.

Requisitos del cargo
Nivel de educación: Profesional
Título profesional: Ingeniero industrial
Experiencia: 1 año

Funciones del cargo
Liderar el proceso de comercialización en la compañía enfocándose en las relaciones directas con los clientes.
Guiar el proceso de mercadeo en la organización enfocándose en la proyección de la compañía y su crecimiento.
Proponer la creación de estrategias para el logro de los objetivos
Brindar apoyo en el análisis de la información contable y financiera
Brindar apoyo en el cumplimiento de los requisitos de calidad

	Manual de funciones INGETRAF S.A.S	Código: MF #6 Página: 3/3
---	---	--

Condiciones de trabajo				
Responsabilidades adquiridas	Descripción	A	M	B
Por documentos administrativos y dinero	Manejar adecuadamente el registro de documentos y recursos		X	
Por suministros de oficina	Darle un adecuado uso a los implementos y herramientas usadas para desempeñar sus funciones	X		
Por información confidencial	Mantener en secreto información que sea vital para el funcionamiento de la organización	X		
Por clientes externos	Construir relaciones de confianza con los clientes	X		

Ambiente laboral	Descripción	A	M	B
Iluminación	Luz natural y artificial	X		
Ruido	Ambiente tranquilo para la ejecución de actividades	X		
Ventilación	Temperatura ambiente y buena circulación de aire	X		
Ergonomía	Puesto de trabajo cómodo y ajustado a la composición física del trabajador	X		

15. CONCLUSIONES

- A partir del desarrollo de este proyecto, se diseñó el modelo administrativo y organizacional para la empresa Ingeniería en Transformadores S.A.S INGETRAF, fortaleciendo la estructura organizacional y aportando a su crecimiento.
- Se realizó un análisis de los factores internos y externos que influyen en el funcionamiento de la organización con el fin de generar estrategias que permitirán mitigar el efecto de estos en la organización.
- Se diseñó la matriz DOFA de la compañía para establecer una relación entre las estrategias generadas con las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que interfieren en INGETRAF.
- Se determinó el direccionamiento estratégico de la empresa el cual servirá de guía para la realización de sus actividades con el fin de que exista concordancia entre estas.
- Desde la creación de la matriz de marco lógico se formularon los indicadores que servirán para medir y evaluar el alcance de los objetivos planteados durante su desarrollo.
- Se caracterizaron los procesos y procedimiento realizados en la compañía a través de la creación de los manuales de procesos y procedimientos que describen el funcionamiento de la organización.
- Se realizaron los manuales de funciones los cuales describen cada uno de los cargos y delimitarán las funciones y el alcance de las responsabilidades de estos.

16. RECOMENDACIONES

- Se sugiere evaluar cada uno de los proyectos a realizar buscando que estos guarden coherencia con el direccionamiento estratégico planteado para la compañía.
- De acuerdo a la investigación y análisis realizados, se observó que la compañía depende en gran medida de clientes específicos como Siemens, lo cual genera bajo crecimiento organizacional y disminución en el desarrollo de sus actividades, a partir de esto, se propone ampliar el mercado objetivo e incrementar el número de clientes basándose en las estrategias propuestas.
- Se aconseja implementar las estrategias formuladas proyectando a la compañía al futuro concebido.
- Con el fin de realizar un seguimiento adecuado en el desarrollo de las actividades de la organización, se sugiere hacer uso de los indicadores propuestos.
- Se observó la necesidad de realizar un estudio apropiado de la información financiera de la compañía, por tanto, se aconseja reforzar la generación de informes con el fin de tomar decisiones acertadas en pro del crecimiento de la compañía.
- Se recomendó la creación de un nuevo cargo denominado Director comercial y administrativo proyectando a la compañía y buscando fortalecer el proceso comercial y el área administrativa.

17. BIBLIOGRAFÍA

- CHIAVENATO, Idalberto. Innovaciones de la administración tendencias y estrategias-Los nuevos paradigmas. Quinta edición. México D.F. Mc Graw-Hill Interamericana Editores S.A, 2010.
- ARENAS VALENCIA, Wilson. Administración por resultados: un enfoque teórico práctico para organizaciones cambiantes. Primera edición. Universidad Tecnológica de Pereira, Facultad de Ingeniería Industrial, 2004.
- ROBBINS, Stephaen. COULTER, Mary. Administración. Décima edición. México D.F. Pearson. 2010
- [Citado el 26 de Enero de 2016] Disponible en <<http://www.promonegocios.net/administracion/definicion-administracon.html> >
- [Citado el 28 de Enero de 2016] Disponible en <http://www.educagratis.org/moodle/file.php/550/TEORIAS_ADMINISTRATIVAS/PAPER_TEORIAS_ADMINISTRATIVAS.pdf>
- COLOMBIA. RAMA LEGISLATIVA-PODER PÚBLICO. Ley 905. (02, Agosto, 2004). Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial Bogotá D.C. 2004, No. 45.628
- COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1258. (05, Diciembre, 2008). Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada. Diario Oficial Bogotá D.C., 2008 No. 47.194
- COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 590. (10, Julio, 2010). Por medio la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas. Diario Oficial Bogotá D.C., 2010 No. 44.078

- [Citado el 09 de Junio de 2016] Disponible en:
<<http://www.urosario.edu.co/Internacionalizacion/Oportunidades-Cooperacion-Internacional/Documentos/DOCUMENTO-BANCO-MUNDIAL.PDF>>
- Código Sustantivo del Trabajo. 2002
- [Citado el 09 de Junio de 2016] Disponible en:
< <http://www.conte.org.co/index.php/matriculas/clases-de-matriculas#clase-te-4-técnico-en-electricidad-industrial>>

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario

Cuestionario

Direccionamiento Estratégico INGETRAF S.A.S

Misión y visión

1. ¿A qué se dedica la empresa y cuáles son sus funciones?

Ingetraf es una empresa dedicada a servicios de consultoría, supervisión, mantenimiento y montaje de transformadores de potencia y venta de accesorios para transformadores.

2. ¿Cuáles son los productos y servicios que ofrece y cómo los describirían

Los productos que se ofrecen son accesorios para transformadores, tales como: Relés de Buchholz, válvulas de sobrepresión, relés de presión súbita, termómetros de aceite y devanados, indicadores de nivel de aceite, respiradores de sílica gel, ventiladores para transformadores y aceite dieléctrico.

En cuanto a servicios tenemos lo siguiente:

Servicios de consultoría en transformadores de potencia, Mantenimiento de transformadores, Servicios de montaje, supervisión y cubrimiento de garantías a fabricantes de transformadores, capacitación, tratamientos de secado y regeneración de aceites, pruebas eléctricas de rutina y medición de emisiones sonoras en transformadores.

3. ¿Durante cuánto tiempo ha estado establecida?

La compañía se estableció el 28 de Octubre del 2013 (más de dos años).

4. ¿Por qué existe? (propósito básico)

Porque contamos con la experiencia y conocimiento adquirido en varios años de trabajo en compañías fabricantes de transformadores y en empresas del sector eléctrico.

5. ¿Por qué razón fue constituida?

Fue constituida para brindar oportunidades de desarrollo con base en el conocimiento generando soluciones innovadoras en toda la cadena del sector eléctrico.

6. ¿A qué sector de la economía pertenece?

Pertenece al sector de energía.

7. ¿Qué necesidad se busca satisfacer?

Se busca satisfacer la necesidad que tienen las diferentes empresas del sector eléctrico y fabricantes de transformadores de profesionales con alta experiencia en montaje, mantenimiento y consultoría para transformadores de potencia.

8. ¿Qué métodos son usados para satisfacer a los consumidores?

Los métodos usados para satisfacer a los consumidores son los siguientes:

- Brindar una asesoría integral acerca de cada servicio prestado, teniendo siempre como prioridad la responsabilidad ética y técnica.
- Prestar soporte técnico brindado siempre por ingenieros expertos.

9. ¿Qué necesidades aún no se ha logrado satisfacer?

Las necesidades que aún no hemos logrado satisfacer con las siguientes:

- No contar con un sistema de certificado de calidad.
- No contar con un sistema certificado de gestión del medio ambiente.
- No contar con un sistema certificado de gestión de seguridad y salud ocupacional.

10. ¿Quiénes son los clientes?

Trabajamos para empresas fabricantes de transformadores, compañías de los sectores de generación, Transmisión, distribución y del sector industrial, tales como ABB, Siemens, EPSA, Chec, FYR, Morelco y Compañía Electro Andina CEA del Perú.

11. ¿Dónde se encuentra ubicada actualmente la población objetivo?

En Latinoamérica y USA

12. ¿Qué valor agregado es ofrecido por la compañía?

El valor agregado es el nivel de conocimiento que se tiene en todo lo relacionado con transformadores de potencia.

13. ¿Por qué es distinguida? ¿Con qué características específicas cuenta?

Nuestra compañía es distinguida por brindar una asesoría integral a los clientes basados en el conocimiento.

Una de las características específicas con las que contamos es el dominio del inglés como segunda lengua, lo cual nos permite prestar servicios en países de habla inglesa, además de que podemos asesorar a dichos clientes en su idioma nativo.

14. ¿Cuál es la filosofía de la compañía?

La filosofía de nuestra compañía es brindar soluciones integrales a nuestros clientes anteponiendo siempre nuestros principios éticos y buscando un equilibrio técnico y económico generando un impacto positivo en los intereses del cliente y en la calidad de vida de nuestros empleados, sin afectar negativamente nuestro entorno el medio ambiente en general.

15. ¿Cuál es la perspectiva que tienen los colaboradores y directivos acerca de la compañía?

La perspectiva de los colaboradores y de sus directivos es hacer un aporte profesional a la compañía buscando un crecimiento gradual y constante de misma, alcanzando con esto el desarrollo profesional y personal de cada uno, conservando como premisa mantener una buena calidad de vida para cada uno de ellos y sus familias.

16. ¿Cuál es la imagen que se espera tener a largo plazo?

Ser una empresa que se destaque en el sector eléctrico en el ámbito nacional e internacional.

17. ¿A qué se dedicará la compañía en el largo plazo?

Desarrollar soluciones integrales para construcción y mantenimiento de subestaciones de media y alta tensión.

18. ¿Cuáles serían algunos de los negocios que valdría la pena explorar para una futura expansión?

- Ejecución de pruebas eléctricas de rutina en transformadores en territorio norteamericano, concretamente en USA, para lo cual debemos estar certificados con ISO 9001 en Colombia y contar con una certificación NETA en USA.

- Ejecución de pruebas tipo en transformadores de potencia, con equipos móviles, a nivel regional (Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú, Bolivia, Chile y Centroamérica sin incluir México).

19. ¿A qué sector se espera pertenecer?

Permanecer en el sector de energía, pero tratando de ser más fuertes en la parte de comercialización de equipos eléctricos, para lo cual sería estratégico contar con una representación de un fabricante internacional acá en Colombia.

20. ¿Qué actividades se esperan realizar en el futuro?

Desarrollar soluciones integrales para construcción y mantenimiento de subestaciones de media y alta tensión.

21. ¿Qué mejoras se consideran pertinentes en la actualidad con el fin de alcanzar el posicionamiento esperado?

- Desarrollar políticas serias de comercialización de servicios y productos a nivel local.
- Alcanzar las certificaciones en Calidad, gestión del medio ambiente y gestión de seguridad y salud ocupacional a mediano plazo.

22. A corto plazo (menos de un año), ¿dónde considera que estará posicionada la empresa?

A corto plazo esperamos estar posicionados a nivel regional (Eje Cafetero, Valle del Cauca y Tolima).

23. A mediano plazo (entre uno y dos años), ¿dónde considera que estará posicionada la empresa?

A mediano plazo esperamos estar posicionados a nivel nacional (Antioquia, El Caribe, Santanderes, Cundinamarca, Putumayo, Caquetá, Eje Cafetero, Valle del Cauca y Tolima).

24. A largo plazo (más de cinco años), ¿dónde considera que estará posicionada la empresa?

A largo plazo esperamos estar posicionados a nivel andino (Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú, Bolivia, Chile y Centroamérica sin incluir México).

25. ¿Cómo se encuentra posicionada actualmente en el mercado regional y nacional?

Nuestra posición en el mercado nacional es muy baja, ya que poseemos como cliente principal a Siemens en Bogotá. Tenemos un posicionamiento precario.

26. ¿Busca la compañía incursionar en el mercado internacional?

Es uno de nuestros principales objetivos, ya que poseemos un amplio conocimiento del mercado internacional, especialmente el mercado de USA.

27. ¿Cuáles son los canales de distribución?

No poseemos canales de distribución, ya que nuestro core es servicios.

28. ¿Cuál es el miembro final del canal de distribución encargado de entregar el producto al cliente?

Nosotros somos los miembros finales.

29. ¿Qué otros canales de distribución se espera implementar?

No tenemos canales de distribución.

30. ¿Qué medios se han utilizado para dar a conocer la compañía?

Solo nuestra página web.

31. ¿Cuáles son los principales competidores?

Tracol, Industrias Explorer, Tradelca, Jorge León Bedoya, Esemtra, Insmoelec, LG Servis, Simat.

32. ¿Cuáles son los cambios más representativos que ha sufrido la compañía?

En el periodo de dos años y medio que llevamos en el mercado no hemos sufrido cambios representativos.

33. ¿Cómo han influido los avances tecnológicos en su desarrollo?

Los avances tecnológicos han sido una muy buena influencia para nuestro desempeño, especialmente el tema de las comunicaciones, donde debido al acceso internet hemos podido generar algunos negocios.

34. ¿Qué impacto ha tenido la globalización en la industria?

La globalización ha hecho que tengamos mejor acceso a una variedad de proveedores en el mundo, abriendo esto la posibilidad de comercializar nuevos productos.

35. ¿A qué nuevos segmentos del mercado se pretende llegar?

Pretendemos llegar con el tiempo a ser más fuertes en la comercialización de accesorios especializados, para todo lo que tiene que ver con subestaciones de Alta y Media tensión.

36. ¿Cómo busca la compañía apalancar su crecimiento?

Esperamos poder apalancar nuestro crecimiento por medio del acceso a créditos blandos a través de Bancóldex.

37. ¿Cómo espera la empresa enfrentarse a los cambios?

Implementado una política de seria y estructurada de Gestión del Conocimiento, con el fin de mantenernos siempre a la vanguardia en los avances del sector.

38. ¿Cómo se espera ser competitivos en el mercado?

Para poder ser competitivos en el actual mercado, debemos de contar con infraestructura propia (en principio equipos de pruebas eléctricas) y hacer una gran diferenciación con nuestros competidores en lo que tiene que ver con consultoría y gestión del conocimiento.

Principios y valores

1. ¿Qué principios guían los procesos realizados por la organización?

Trabajar de manera honesta e íntegra en cada uno de los procesos que desarrollamos, haciéndolo siempre en una forma muy profesional.

2. ¿Qué valores describen a los colaboradores de la compañía?

La honestidad, la empatía y el agradecimiento.

3. ¿Qué principios se busca implementar?

Buscamos implementar el trabajo en equipo, respetando siempre el criterio individual de cada uno de nuestros trabajadores, pero buscando el bien común de la organización y la de nuestros colaboradores. Trabajar siempre de forma consciente y honesta.

4. ¿Cómo describiría el clima organizacional?

El clima organizacional es bueno, ya que se respetan y se interpretan las percepciones de cada uno de los miembros del equipo de trabajo.

5. ¿Cómo describiría la cultura organizacional?

En la compañía se maneja una cultura organizacional armoniosa, ya que se fundamenta en la tolerancia y respeto hacia el otro.

6. ¿Cómo describiría la relación entre los trabajadores?

Por ser una organización pequeña (4 empleados) esto hace que se las relaciones sean armoniosas.

7. ¿Qué es ofrecido a los trabajadores con el fin de promover un buen clima organizacional?

Con el fin de promover un buen clima organizacional se maneja, cuando es posible, un horario flexible de acuerdo con las necesidades personales de cada uno. Se tiene también un plan de incentivos para aquellos colaboradores que busquen la autosuperación profesional por medio de los cursos virtuales brindados por diferentes instituciones educativas.

8. ¿Bajo qué parámetros ligados a los principios organizacionales se toman las decisiones en la compañía?

Las decisiones de la compañía se toman siempre anteponiendo los principios éticos, tales como la honestidad y el respeto por los demás.

9. ¿Se ha cumplido con las metas establecidas?

No hemos tenido hasta el momento unas metas claras definidas que se hayan implementado de manera formal.

10. ¿Se adaptan fácilmente los integrantes de la compañía a los cambios?

Por ser un grupo tan pequeño no son reacios al cambio. Si, se adaptan fácilmente.

11. ¿Cómo describiría el proceso de mejora continua llevado a cabo a nivel interno?

Hasta el presente no se tiene implementado un proceso de mejora continua, pero esperamos que con el proceso de certificación que se tiene planeado, este sirva como base para desarrollarlo.

12. ¿Muestran los integrantes de la compañía sentido de pertenencia?

Si, muestran un alto sentido de pertenencia.

13. ¿Cómo se espera fomentar el sentido de pertenencia?

Brindando a nuestros colaboradores mejor calidad de vida, y desarrollando una percepción de solidez de la compañía que sea fundamenta en hechos concretos.

14. ¿Qué valores no tienen la compañía que debería implementar?

Desarrollar una muy buena comunicación organizacional y ser más abiertos al aprendizaje.

Anexo 2: Registro de actividades

	REUNIÓN	DESCRIPCIÓN
15/01/2016	Reunión gerente de INGETRAF S.A.S	Descripción básica del quehacer de la compañía y sus necesidades a satisfacer por medio del proyecto.
23/03/2016	Reunión con el gerente y subgerente de INGETRAF S.A.S	Explicación de la razón de ser de la compañía, actividades principales y proyectos que enfocan el desarrollo y dimensión del proyecto.
11/04/2016	Reunión subgerente de INGETRAF S.A.S	Socialización de los objetivos y el alcance del proyecto, consignados en el anteproyecto.
10/05/2016	Reunión con el gerente y subgerente de INGETRAF S.A.S	Socialización del direccionamiento estratégico propuesto.
26/05/2016	Encuentro vía Skype con la auxiliar administrativa de INGETRAF S.A.S	Revisión detallada de los manuales de procesos y explicación de cada uno de los procedimientos realizados en la compañía.
08/06/2016	Encuentro vía Skype con la auxiliar administrativa de INGETRAF S.A.S	Revisión de manuales de procedimientos y enfoque de manuales de funciones

Fuente: Autor