

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
ECONÓMICAS Y DE COMERCIO

MODELO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA



LA CASA DEL MANIQUI

CASI REALES

REALIZADO POR: DANILO GÓMEZ

ANTECEDENTES



FABRICA
LA CASA DEL
MANIQUI
NELSON GOMEZ

FUNDADA EN 1996

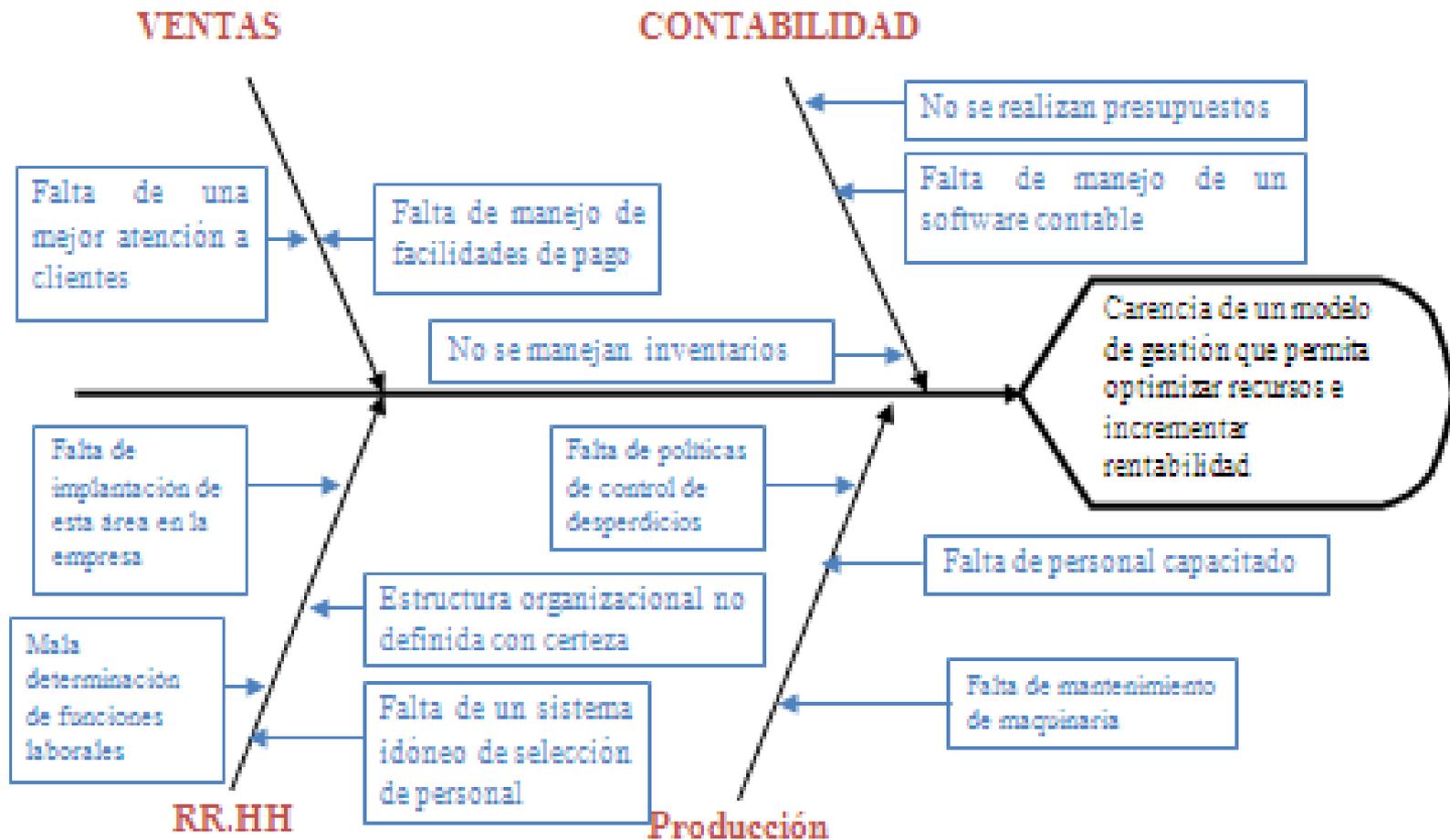
GIRO DEL NEGOCIO

**FABRICACIÓN Y REPARACIÓN
DE MANIQUÍS EN FIBRA DE
VIDRIO**



**VENTAS:
A NIVEL NACIONAL**

DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA:



OBJETIVOS:



GENERAL:

DESARROLLAR UN MODELO GESTIÓN
ESTRATÉGICA

ESPECÍFICOS:

DIAGNOSTICO SITUACIONAL

ESTABLECER UN DIRECCIONAMIENTO
ESTRATÉGICO

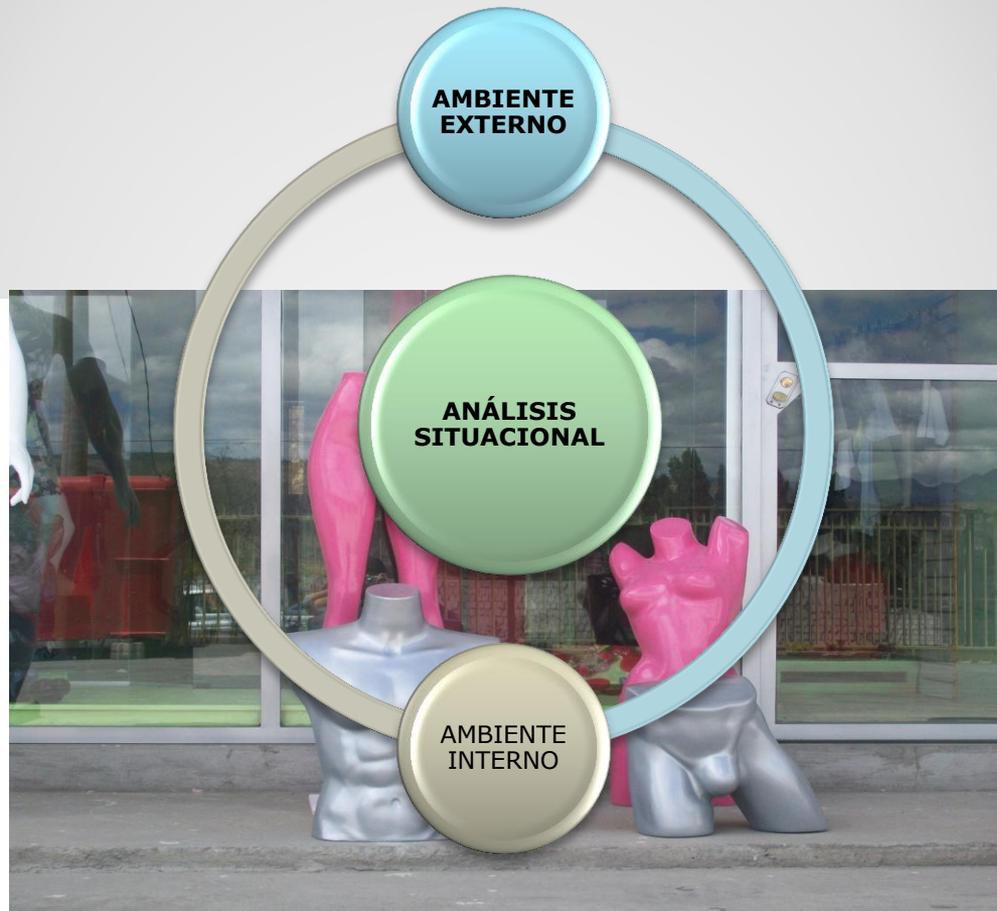
ELABORAR EL TABLERO CENTRAL DE
COMANDO

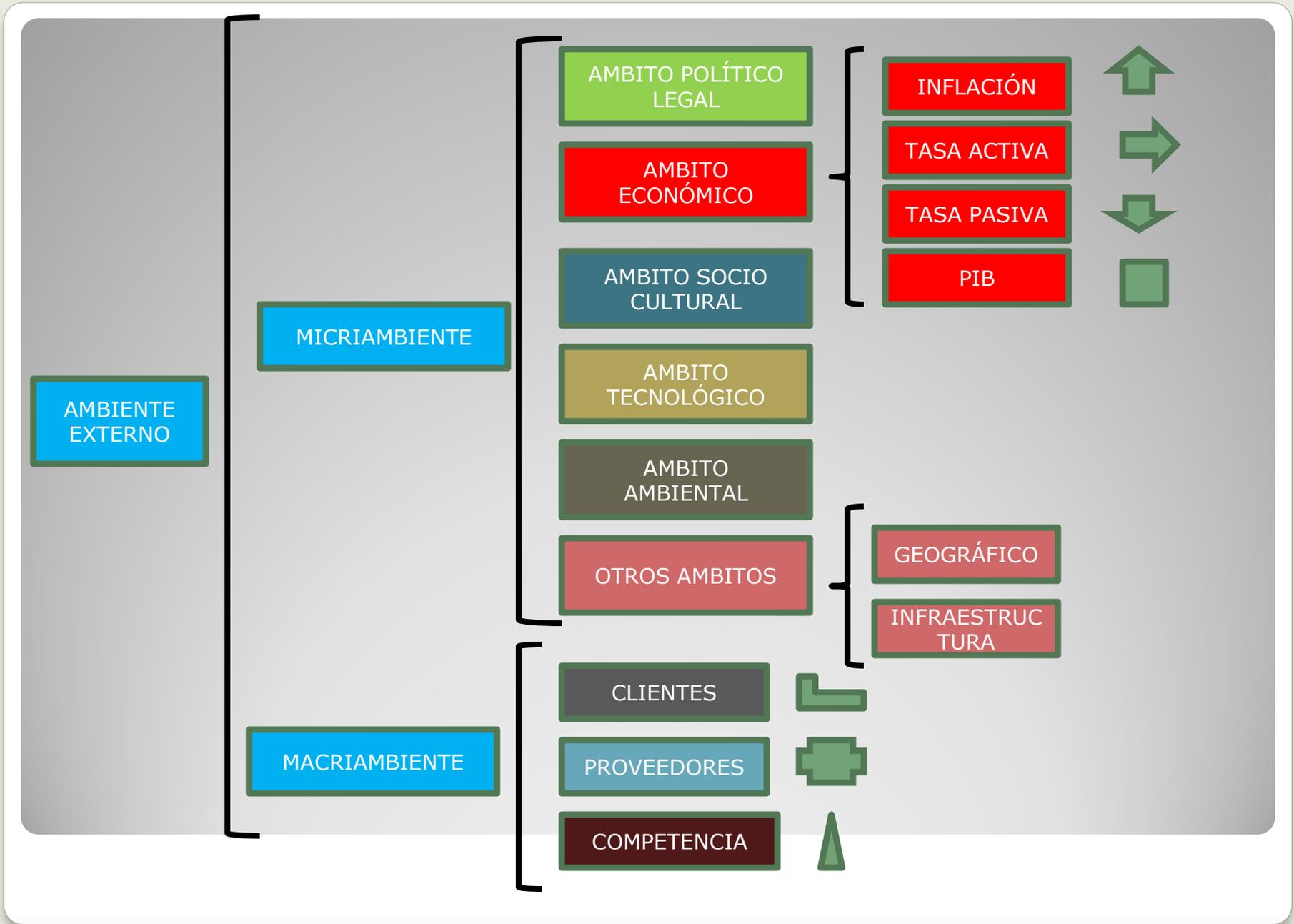
FORMULAR INDICADORES DE GESTIÓN

DESARROLLO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

CONFECCIÓN DE PRESUPUESTOS DE
TRABAJO

ANÁLISIS SITUACIONAL





AMBIENTE
INTERNO

CAPACIDAD ADMINISTRATIVA

CAPACIDAD FINANCIERA

CAPACIDAD PRODUCTIVA

CAPACIDAD RR.HH

CAPACIDAD
COMERCIALIZACIÓN

ANÁLISIS FODA

MATRIZ GENERAL ELECTRIC

A
T
R
A
C
T
I
V
I
D
A
D

D
E
L

A
I
N
D
U
S
T
R
I
A

		<u>Matriz Interna</u>			
		FUERTE	PROMEDIO	DÉBIL	
		3,00 a 4	2,00 a 2,99	1 a 1,99	
<u>Matriz Externa</u>	ALTA	3,00 a 4	CRECER	CRECER	PERSISTIR
	MEDIA	2,00 a 2,99	CRECER	PERSISTIR	RETIRARSE
	BAJA	1 a 1,99	PERSISTIR	RETIRARSE	REIRARSE

← POSICIÓN DEL NEGOCIO

MATRIZ DE SINTESIS

		OPORTUNIDADES		AMENAZAS
DEBILIDADES		D.O		D.A
	1	(D1,07) Adquirir maquinaria y equipo que mejore la calidad de los soportes que garantice la estabilidad de los maniquís	1	(D1,A5) Aplicar benchmarking a los productos de nuestra principal competencia
	2	(D3,O1,O5,O7) Capacitar frecuentemente a cada uno de los miembros de la organización para que puedan combinar eficientemente los conocimientos empíricos con los técnicos	2	(D3,A4,A5) Capacitar a los directivos de la empresa para optimizar eficazmente las decisiones gerenciales
	3	(D11,O1,O7) Disminuir los procesos manuales, mediante la importación de maquinaria para industrializar el sector.	3	(D11, A1) Buscar nuevas fuentes de financiamiento para la importación de maquinaria en el extranjero
	4	(D17,O1) Motivar constantemente a los miembros de la empresa para mejorar el ambiente laboral	4	(D17, A5) Indagar frecuentemente las sugerencias de los empleados para incentivar un mayor comprometimiento con el cumplimiento de los objetivos de la organización
	5	(D18,O1) Realizar un manual de funciones que determine los roles en cada uno de los puestos y cargos que existen en la empresa	5	(D18, A5) Minimizar los riesgos del entorno mediante un modelo de gestión por objetivos
FORTALEZAS		F.O		F.A
	1	(F1, O1, O4,O5,O9,O10,O11) Lograr fidelización de los clientes, mediante la innovación de productos en base a los nuevos requerimientos de los mismos.	1	(F1,A4,A5)Disminuir los costos de producción para lograr un precio más competitivo en el mercado
	2	(F4, O1,O2,O11,O12,O13)Reinvertir un porcentaje de las utilidades para la ampliación del centro de producción	2	(F4,A2)Buscar nuevas fuentes alternativas de inversión para diversificar el riesgo
	3	(F8,O1,O4,O9,O11) Rediseñar la página constantemente según los requerimientos de la empresa y sus clientes.	3	(F8,A4,A5,A6)Patentar el nombre y la marca de la empresa para aprovechar las restricciones legales que tenga la competencia

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS	<u>FO</u> 0,41%	<u>FA</u> 0,24%
DEBILIDADES	<u>DO</u> 0,23%	<u>DA</u> 0,31%