

**ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DEL ALMACÉN VARIEDADES
LA FE, DEL MUNICIPIO DE GALERAS - SUCRE**

MODALIDAD PASANTÍAS

**BANESSA ACOSTA MORENO
LEIDYS ESTRADA ACOSTA**

**Director
WILSON CADRAZCO**

LÍNEA DE PROFUNDIZACIÓN: PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIVERSIDAD DE SUCRE
SINCELEJO-SUCRE
2009**

**ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DEL ALMACÉN VARIEDADES
LA FE, DEL MUNICIPIO DE GALERAS - SUCRE**

**BANESSA ACOSTA MORENO
LEIDYS ESTRADA ACOSTA**

**Trabajo de grado para optar al título de Director y Administrador
de Empresas con Énfasis en Mercadeo en la modalidad de pasantías,
resolución 02 de 2003 del consejo académico**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIVERSIDAD DE SUCRE
SINCELEJO-SUCRE
2009**

NOTA DE ACEPTACION

Jurado

Jurado

Director

DEDICATORIA

Me es grato dedicar este esfuerzo a...

A Dios Todopoderoso, que me dio la vida, las fuerzas y la sabiduría para alcanzar mis metas.

A mis padres: Eberto y Reinelda, por sus esfuerzo su amor, su enseñanza y apoyo incondicional en cada momento de mi vida, por hacer de mi una persona de bien.

A mis hermanos: Emil, Nivaldo, Víctor, Fabián y Yerry, por darme el impulso y creer en mí.

A mis amigos, familiares y compañeros de estudio por sus consejo, su energía positiva y colaboración.

A mis Docentes, por darnos esos conocimientos tan importantes.

BANESSA ACOSTA MORENO

Dedico este triunfo a:

Este trabajo se lo dedico en primera instancia a mi creador por la lucha constante.

A MIS MADRES: Nilsa y Deisy por haberme apoyado arduamente en este camino de superación, quienes me brindaron su apoyo durante el desarrollo de mi estudio

A mi hija: Liseth Paola, y mi esposo. Cristo F. Coley quienes son el estímulo para seguir superándome.

A mis Docentes por darme el conocimiento y abrirme el camino para alcanzar esta meta que hace tiempo la anhelaba.

LEIDYS ESTRADA ACOSTA

AGRADECIMIENTOS

Primeramente le damos gracias al todo poderoso que nos dio la fuerza y la voluntad de hoy obtener este triunfo tan maravilloso.

A la universidad de Sucre y todos aquellos docentes que compartieron sus conocimientos, conduciéndonos por este camino dándonos la oportunidad de realizar nuestro estudios.

Al profesor: Wilson Cadrasco por haber sido como asesor de este trabajo de grado brindándonos sus conocimientos en el desempeño de nuestra carrera.

Les agradecemos al Almacén Variedades la Fe de Galeras Sucre, por brindar su apertura, apoyo e interés en nuestro trabajo.

Y a todas aquellas personas que colaboraron en la realización del presente trabajo.

**“ÚNICAMENTE LOS AUTORES SON RESPONSABLES DE LAS IDEAS
EXPUESTAS EN EL PRESENTE TRABAJO”**

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	11
CAPÍTULO I	13
ALMACÉN VARIEDADES LA FE	13
ANÁLISIS EXTERNO GENERAL	14
ANÁLISIS EXTERNO ESPECÍFICO	16
SITUACIÓN INTERNA.....	34
DIAGNÓSTICO ACTUAL	42
PLAN DE COMUNICACIONES EMPRESARIAL	51
CAPÍTULO II	63
BASES TEORICAS	63
PLANEACION ESTRATÉGICA.....	66
PROCESO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	69
ELEMENTOS DE LA DECLARACIÓN DE LA MISIÓN.....	75
BIBLIOGRAFÍA	78

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla N° 1. Indicadores socioeconómicos y demográficos DPT. de Sucre.....	14
Tabla N° 2. Tipos de uso de las zonas ambientales de Galeras	18
Tabla N° 3. Galeras. Zonas de producción.....	20
Tabla N° 4. Evaluación general de la situación actual del sistema social.....	21
Tabla N° 5. Características.....	22
Tabla N° 6. Movilidad comercial de Galeras.....	23
Tabla N° 7. Galeras. Total de alumnos matriculados al inicio del año lectivo por nivel y grado según sexo y edad. Año 2000.....	25
Tabla N° 8. Personal docente por niveles y zonas	26
Tabla N° 9. GALERAS. RELACIÓN ALUMNO/DOCENTE, POR NIVELES Y ZONAS, SECTOR OFICIAL. - 2000	26
Tabla N° 10. Galeras. Número de médicos por habitante. Sector público. 2000	29
Tabla N° 11. Galeras. Distribución de la población municipal, por rango de edades. Año 2000.....	33
Tabla N° 12. Muebles y otros	34
Tabla N° 13. Inventario.....	37
Tabla N° 14. Generalidades del ALMACÉN VARIEDADES LA FE DE GALERAS	41
Tabla N° 15. Cruce de Variables DOFA	42

Tabla N° 16. Planteamiento de Estrategias Según Resultado DOFA.....	43
Tabla N° 17. Matriz de comunicación.....	46
Tabla N° 18. Estrategias de medios de comunicación en el municipio de Galeras- Sucre.....	57
Tabla N° 19. Inversiones	58
Tabla N° 20. Presupuesto	62
Tabla N° 21. Entorno general y entorno específico	64
Tabla N° 22. Proceso de planeación estratégica.....	70
Tabla N° 23. El ciclo de programación estratégica.....	71
Tabla N° 24. Visión. Preguntas claves	72
Tabla N° 25. La misión: preguntas claves	74

INTRODUCCION

La Planeación Estratégica es el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinentes, internas y externas, con el fin de evaluar la situación presente de la empresa, así como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la institución hacia el futuro.

Esta planeación es necesaria en la actual época de globalización, donde las organizaciones deben ser proactiva en vez de reactiva en la proyección de las actividades futuras, con el fin de mantener a la organización en el desempeño del papel asumido en una actividad económica específica. Donde la empresa debe diseñar las estrategias para alcanzar los objetivos y metas planteadas en los planes, los cuales pueden ser a corto, mediano y a largo plazo, teniendo en cuenta las dimensiones de la empresa, es decir, su tamaño, lo que implica la cantidad de planes, actividades operativa, y los niveles jerárquicos.

En este trabajo se aplica cada una de las etapas necesarias para implementar un plan estratégico en el Almacén La Fe de galera, con el fin de alcanzar una exitosa aplicación de los conceptos de plan, estrategia e integración de todas las partes de la empresa, lo que implica realizar una buena coordinación de trabajo en equipo.

El informe está enfocado a desarrollar los aspectos fundamentales de la planeación estratégica y proyectar en el futuro la existencia y consolidación del Almacén La Fe en su zona de influencia, con la implementación de técnicas administrativas y la utilización de herramientas tecnológicas para mejorar cada día.

Nuestra Pasantía en el Almacén Variedades La Fe, tuvo una duración de 10 meses, la cual se desarrollo en el área administrativa teniendo como propósito elaborar el plan estratégico de este almacén, a su vez para alcanzar este objetivo se trazaron los siguientes objetivos específicos:

- Analizar el entorno externo general y específico del Almacén La Fe.
- Analizar la situación interna del almacén.
- Determinar los objetivos estratégicos con base análisis interno.
- Determinar el sistema de seguimiento y evaluación del plan.

Este informe de acuerdo a la Resolución 02 de 2003 expedido por el Consejo Académico de la Universidad de Sucre; lo componen dos (2) capítulos conformados de la siguiente forma:

El primer (1) capítulo, hace referencia a como ha sido el proceso histórico y constitución del Almacén Variedades La Fe de Galeras, además se analiza el entorno general y específico del Almacén al igual que su situación interna y se muestra un análisis de matriz DOFA y determinamos las estrategias para subsanar las debilidades del almacén, también en este capítulo se plantean los objetivos estratégicos y sus respectivos sistemas de seguimiento y evaluación del plan.

El segundo (2) capítulo, se detallan las bases teóricas que sustentan cada una de las actividades realizadas en el diseño de la planeación estratégica en el Almacén Variedades La Fe de Galeras.

CAPÍTULO I

ALMACÉN VARIEDADES LA FE

Éste almacén inició su actividad económica en el mes de julio de 2003, en un local arrendado cerca del Parque Central de Galeras, siendo una empresa de origen familiar fundado por el señor Cristo Fabián Coley Madera, quien al principio sólo contaba con ayuda de su hermana para el desempeño de las faenas propias del negocio.

La empresa pertenece al régimen simplificado y su razón social consiste en la compra y venta de artículos varios, como electrodomésticos, calzado ropa, plástico, útiles escolares, y cacharrería en general.

Ésta empresa surgió de la necesidad que vio su propietario; de que la gran mayoría del municipio es de estrato bajo y en especial la zona rural quien no contaba con recursos económicos suficientes para trasladarse hasta la ciudad de Sincelejo, debido a la lejanía de éste centro comercial de la región y de los costos que implicaba el transportarse y poder adquirir algunos productos que no se conseguían en el municipio de Galeras.

Actualmente la empresa cuentan con un local propio ubicado en el Parque Central, con una planta de personal conformada por una administradora, dos vendedoras y en tiempo de temporadas utilizan dos vendedoras más, el inventario aumentado considerablemente, así como su número de clientes y sus proveedores ya no son solo de la ciudad de Sincelejo, sino también de Montería, Barranquilla y Medellín.

Sin embargo éste establecimiento presenta una serie de problemas que afecta su funcionamiento e impiden tomar decisiones oportunamente, por lo cual se propone establecer un plan estratégico.

ANÁLISIS EXTERNO GENERAL

Tabla N° 1. Indicadores socioeconómicos y demográficos DPT. de Sucre

	DPTO. DE SUCRE	NACIÓN
* INDICADORES ECONÓMICOS		
PIB Precios Constantes 1994 (Millones Pesos 2001)	638.003	72.332.163
Participación en el PIB Nacional 2001	0,85%	100
Participación en el PIB Regional 1999		5.7%
Crecimiento Económico Real Promedio 1995 - 1999		3,4%
Exportaciones (Millones US) 2003	15.704	7.441223
Importaciones (Millones US) 2001	258	7.395.466
Nivel de Competitividad en Rango de 1 a 5 2001		2,29
Población en Edad de Trabajar 2002	600.457	32.056.657
Población Ocupada 2002	269.866	16.645.649
Población Económica Activa 2002	295.042	19.701.149
Población Desocupada 2002	25.176	3.055.480
Población Subempleada 2002	81.692	6.699.880
Tasa Desempleo 2002	8.5	15.5
Tasa de ocupación 2002	44.9	51.9
INDICADORES SOCIALES		
Índice de Condiciones de Vida Total 2002	61.10%	75.7
Índice de Condiciones de Vida Cabecera 2002	62.70%	83.3
Índice de Condiciones de Vida Resto 2002	71.66%	55.5
Necesidades Básicas Insatisfechas 2004		64.1.%
Tasa de Analfabetismo 2003	15,4%	7,5%
Población Sisbenizada 2002		669.512(81.19%)
Población Afiliada al SGSSS Régimen Subsidiado 2004		266.455
Población Afiliada al SGSSS Régimen Contributivo 2001	119.677	11.069.930
Cobertura Gas Natural 2002	82%	94.8

Cobertura Acueducto 2002	82%
Cobertura Alcantarillado 2002	56%

Densidad telefónica (N° líneas telefónicas/100 hab.)	12,63
Total clientes residenciales servicio energía eléctrica 2002	116.556
Porcentaje clientes estrato 1	27%
Porcentaje clientes estrato 2	59%
Porcentaje clientes estrato 3	10,4%
Porcentaje clientes estrato 4	2,7%
Porcentaje clientes estrato 5	0,4%
Porcentaje clientes estrato 6	0,5%
Población en Edad Escolar 2003 (5 a 17 años)	246.718
Población Matriculada 2003	236.722
Cobertura educativa general bruta 2003	95,9%
Población fuera del sistema educativo 2002	9.996
Porcentaje población fuera del sistema educativo 2003	7,4%

INDICADORES DEMOGRÁFICOS

Población total 2004		854.948
Población urbana 2004		595.585
Población rural 2004		259.36
Número de municipios	26	1.098
Participación de los municipios del Departamento	2,27%	100%
Población indígena	38.942	785.356
Participación de la población indígena en total	5,13%	100%
Número de resguardos	1	638
Participación de los resguardos en el total Nacional	0,15%	100%
Esperanza de Vida al Nacer Total (años) 2000 - 2005	74,13	72.17
Esperanza de Vida al nacer Hombres (años) 2000 – 2005	71,6	69.17
Esperanza de Vida al Nacer Mujeres (años) 2000 – 2005	76,79	75.32
Mortalidad Infantil Hombres por mil nacidos vivos 2002		31,68
Mortalidad Infantil Mujeres por mil nacidos vivos 2002	23,76	22.51
Mortalidad General por 10.000 2002	283,9	25.6

Fuente: DANE.

ANÁLISIS EXTERNO ESPECÍFICO

MUNICIPIO DE GALERAS

El municipio de Galeras, se encuentra localizado hacia el sector oriental del departamento de Sucre entre las siguientes coordenadas: 9° 12´ de latitud norte y 75° 3´ de longitud oeste, con una altitud de 70 metros sobre el nivel del mar. Sus límites son: por el norte con el municipio de Sincé; por el sur con el municipio de San Benito Abad; por el oeste con el municipio de El Roble y San Benito Abad y por el este con el departamento de Bolívar (municipio de Magangué).

Hace parte de la llamada subregión Sabanas y posee una extensión de 297 kilómetros cuadrados, es decir: 29.700 hectáreas aproximadamente. La extensión territorial del municipio está dividida en cinco (5) corregimientos: Puerto Franco, hacia el sector suroriental, Baraya, hacia el sur, San Andrés de Palomo, hacia el centro, San José de Rivera, hacia el nororiente y Pueblo Nuevo - Junín hacia el suroriente. Existen además 18 veredas y caseríos: Pueblo Nuevo II, Surbán, Abre el Ojo, Mata de Guásimo, Estancia Vieja, Palmital, Bleo, San Pelayo, Los Leones, Brazilito, El Jacinto, La Corocera, San Luís, El Pantanito, El Guamo, Los Abetos, Caña Seca y Camino a Cocorote.

En la actualidad el Municipio cuenta con una población de 17.452 habitantes, de los cuales el 67.6% reside en la zona urbana y el 32.4 % en el área rural. La composición por sexo es de un 52.01% hombres y 47.99% mujeres. Las edades más predominantes están en el rango de 5 a 14 años (26,4) y de 15 a 24 años (17,18%).

Las relaciones entre el entorno urbano – rural en el municipio de Galeras, están determinadas por la concentración de la población en el área urbana, donde se ofrecen la mayor parte de los servicios inherentes al desarrollo urbano y se

establece una relación directa con las actividades agropecuarias, en especial la ganadería, y en menor proporción la agricultura mecanizada (arroz), pesca y artesanías.

Galeras, es un municipio de vocación agropecuaria con alta especialización en la ganadería, además, desarrolla actividades comerciales estratégicas con las subregiones Mojana y San Jorge y con el departamento de Bolívar, por ello, su posición estratégica y la consolidación de una cadena productiva lechera lo hacen un territorio competitivo para insertarse en las dinámicas del progreso económico regional.

La interacción de las dos dinámicas poblacionales de Galeras (urbana y rural), ha permitido consolidar un sistema de aprovisionamiento de la cabecera con respecto a los corregimientos y zonas productivas, en relación con la producción ganadera, pesquera y agrícola, a su vez, el área rural obtiene bienes y servicios concentrados en el área urbana (salud, educación, comercio, transacciones financieras y gobierno local).

La zonificación ambiental de Galeras, está determinada por las siguientes características según uso:

Tabla N° 2. Tipos de uso de las zonas ambientales de Galeras

ZONAS AMBIENTALES	SUB ZONAS AMBIENTALES	AREA DE MANEJO AMBIENTAL	TIPOS DE USO			
			PRINCIPAL	COMPLEMENTARIO	RESTRINGIDO	PROHIBIDO
Área de producción económica sostenible	Uso agropecuario	Agrícola	Agrícola con cultivos de arroz.	Ganadería semi-intensiva	Para ganadería extensiva.	Explotación de canteras.
		Ganadero	Ganadería extensiva.	Agricultura tradicional.	Cultivos permanentes.	Explotación de canteras.
		Mixto	Ganadería extensiva y agricultura semi-mecanizada.	Agricultura tradicional.	Cuando no se cuenta con pastizales mejorados para ganadería.	Depósito de residuos sólidos contaminantes. Tala de palma de vino.
	Aprovechamiento forestal	Forestal	Forestal.	Agricultura tradicional.	Mecanización del suelo que genere erosión.	Tala de árboles y en especial palma de vino.
Área de especial significancia ambiental	Recuperación de corredores biológicos	Mixto	Mixto.	Explotación forestal	Cultivos tradicionales y ganadería extensiva.	Tala de árboles y actividades de cacería.
	Recuperación de ecosistemas degradados	Forestal	Forestal.	Mixto	Para explotación de la madera y uso doméstico.	Tala de árboles y en especial la palma de vino.

Fuente: CARSUCRE – UMATA.

SUBSISTEMA ECONÓMICO

El municipio presenta tres zonas de producción caracterizadas por la combinación de actividades agropecuarias.

LA ZONA DE PRODUCCIÓN N° 1. Es considerada como la zona de más alta productividad, con una extensión de 13.128 hectáreas, localizadas entre una franja amplia que atraviesa el área del municipio de sur a norte que incluye los corregimientos de Baraya, San Andrés de Palomo, San José de Rivera y Pueblo Nuevo I y las veredas de Palmital, el Pantanito, Abre el Ojo, Mata de Guásimo, Estancia Vieja y el Guamo. Predomina el cultivo de arroz tecnificado, la ganadería de doble propósito y cultivos de pan coger.

LA ZONA DE PRODUCCIÓN N° 2. Es una zona de producción agropecuaria pero de menor productividad que la primera. Su extensión es de 15.922 hectáreas, localizadas en una vasta zona de forma irregular ubicada hacia el occidente; abarca la cabecera municipal (Galeras) y las veredas de Bleo, La Corocera, San Pelayo, Los Leones, Mancomoján, San Luís y Stalingrado. En los sistemas Productivos predomina la ganadería de doble propósito con instalaciones tradicionales y los cultivos de yuca-maíz (asociativo) con tecnologías semi mecanizadas. También existe el cultivo de arroz tecnificado y tradicional, en menor medida.

LA ZONA DE PRODUCCIÓN N° 3. Cuenta con una extensión de 3.035 hectáreas y ocupa una pequeña franja de forma irregular ubicada en la parte suroriental del municipio en los límites con la ciénaga de Punta de Blanco.

Abarca los corregimientos de Puerto Franco y Pueblo Nuevo II. Con sistemas productivos de pesca natural con el uso de trasmallos y/o anzuelos; agricultura tradicional (yuca, maíz, plátano) y ganadería tradicional en menor escala.

Tabla N° 3. Galeras. Zonas de producción

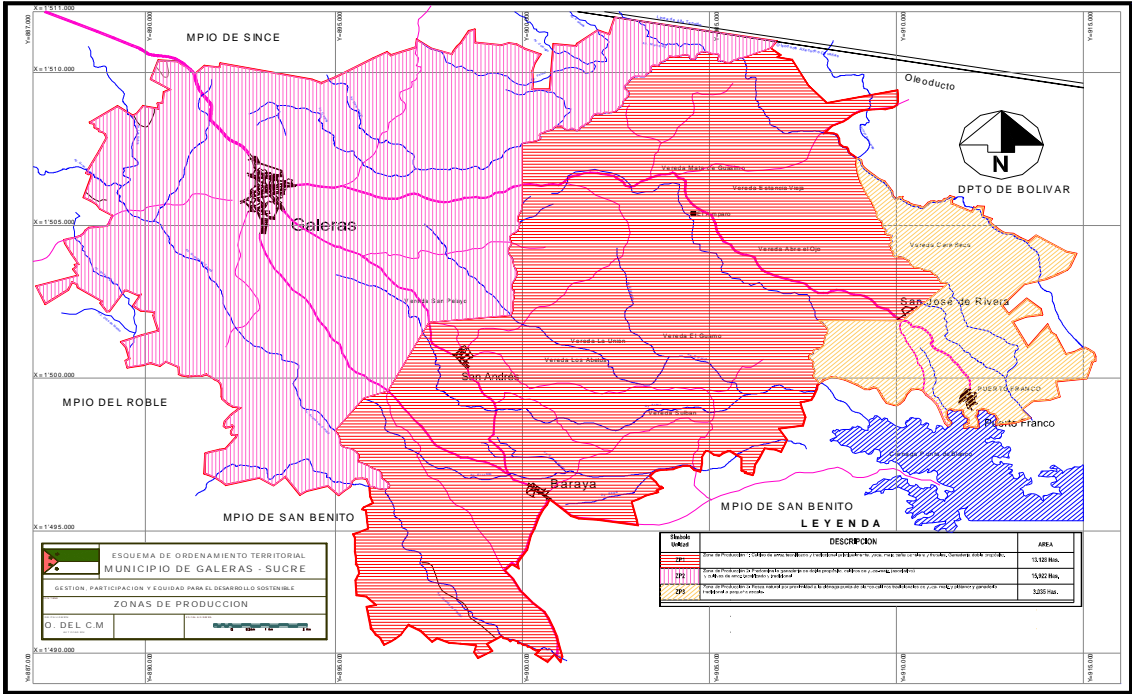


Tabla N° 4. Evaluación general de la situación actual del sistema social

UNIDADES	POTENCIALIDADES		LIMITANTES	
	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
POBLACIÓN	Crecimiento controlado		Migración	Desplazamiento por la violencia. Gestión de recursos en los otros municipios.
VIVIENDA	Disponibilidad de expansión urbana.	Programas nacional de subsidio.	Limitados recursos para VIS. Baja calidad.	
SERVICIOS SOCIALES DE SALUD	Infraestructura y servicio de atención urbana.	Descentralización del servicio.	Pésima oferta del servicio en la zona rural.	
EDUCACIÓN, CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTES	La Junta Municipal que administra el sector.	INDER-SUCRE – EMPRESA PRIVADA	Desorganización de clubes. Poca infraestructura.	
AGUA POTABLE	Cobertura en zona urbana y rural.	Programas Nacionales	El tratamiento de potabilización es poco.	
ALCANTARILLADO	Cobertura Urbana	Programas Nacionales	Déficit del 100 % en zona rural	
ASEO	Cobertura Urbana		No se dispone de sistema en la zona rural	
ENERGIA ELECTRICA	Cobertura Total	Servicio que presta la Empresa.	El voltaje es inestable.	
TELEFONO	Cobertura urbana aceptable	Telecom, empresas privadas	El cubrimiento rural es regular.	
GAS DOMICILIARIO	Disponibilidad de un mercado de usuarios.	La cercanía con Sincé	Distancia de los tramos principales.	
EQUIPAMIENTO COLECTIVO	Matadero y cementerio. Terminal de transporte	Recursos de otros niveles y créditos.	Mercado público	

Característica de las zonas funcionales de Galeras

La realidad socio económica del municipio de Galeras establece dos zonas espaciales de funcionamiento, la primera comprende el Eje Cabecera Municipal – Puerto Franco, que va desde la parte noroccidental del Municipio, en diagonal hasta la ciénaga de Punta de Blanco y la segunda, Cabecera Municipal – San

Andrés de Palomo – Baraya, la cual comprende toda la zona sur de la anterior diagonal.

Tabla N° 5. Características

CARACTERÍSTICAS		EJE CABECERA- PUERTO FRANCO	EJE CABECERA- SAN ANDRES DE PALOMO-BARAYA
HABITANTES		2.533	4.350
PUESTO DE SALUD		2	3
EDUCACIÓN PREESCOLAR		5	4
EDUCACIÓN PRIMARIA		5	13
EDUCACIÓN SECUNDARIA		1	1
ALUMNOS		670	956
PROFESORES		15	28
SALÓN COMUNAL		NO EXISTE	NO EXISTE
ESCENARIO DEPORTIVO		NO EXISTE	NO EXISTE
BIBLIOTECA		NO EXISTE	NO EXISTE
CORREGIDOR		2	3
ESTACIÓN DE POLICÍA		NO EXISTE	NO EXISTE
ACUEDUCTO	SISTEMAS	A. VEREDAL	A. VEREDAL
	COBERTURA	100%	100%
ALCANTARILLADO	SISTEMA	NO EXISTE	NO EXISTE
	COBERTURA	NO EXISTE	NO EXISTE
ASEO PÚBLICO	SISTEMA	NO EXISTE	NO EXISTE
	COBERTURA	NO EXISTE	NO EXISTE
ENERGÍA ELÉCTRICA	SISTEMA	RED	RED
	COBERTURA	100%	100%
TELÉFONO		2	2

Fuente: EQUIPO CONSULTOR

Tabla N°. 6. Movilidad comercial de Galeras

UNIDAD	ZONA	BARRANQUILLA	SINCELEJO	MAGANGUÉ	COROZAL	SINCÉ	GALERAS
EJE CABECERA MUNICIPAL PUERTO FRANCO	PUERTO FRANCO	BAJA	MEDIA	MEDIA	MEDIA	MEDIA	ALTA
	SAN JOSE DE RIVERA	BAJA	MEDIA	BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA
	PUEBLO NUEVO I	BAJA	MEDIA	BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA
	ABRE EL OJO	BAJA	MEDIA	BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA
	MATA DE GUASIMO	BAJA	MEDIA	BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA
	ESTANCIA VIEJA	BAJA	MEDIA	BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA
	CAÑA SECA	BAJA	MEDIA	BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA
EJE CABECERA MUNICIPAL SAN ANDRÉS DE PALOMO - BARAYA	SAN ANDRÉS DE PALOMO	MEDIA	MEDIA	BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA
	BARAYA	MEDIA	MEDIA	BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA
	PUEBLO NUEVO JUNIN	BAJA	MEDIA	BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA
	SAN Pelayo	BAJA	MEDIA	BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA
	EL GUAMO	BAJA	MEDIA	BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA
	SURBAN	BAJA	MEDIA	BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA
	COROCERA	BAJA	MEDIA	BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA

Fuente. ESQUEMA DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE GALERAS - SUCRE 2001 – 2010 pág. 1– 8)

SUBSISTEMA SOCIAL EN EL MUNICIPIO DE GALERAS – SUCRE

El subsistema social del municipio de Galeras comprende las áreas de educación, salud, vivienda, servicios públicos domiciliarios, equipamiento colectivo y servicios sociales, fundamentalmente.

Para el análisis del subsistema fue necesario indagar varias fuentes, entre las que se cuentan: Secretarías de educación municipal y departamental, Direcciones de los

núcleos 27 y 28, Oficina de Planeación del Servicio Seccional de Salud de Sucre, Secretaría de Salud Municipal, Oficina Municipal de Servicios Públicos, Secretaría de Planeación Municipal, Secretaría de Planeación Departamental, INURBE, Casa de la Cultura Municipal.

Problemática General

El diagnóstico realizado en éste Municipio refleja una limitada prestación de los servicios sociales esenciales como la educación y la salud, principalmente por la deficiente infraestructura y dotación; carencia de escenarios para la recreación, la cultura y el deporte; deterioro ambiental y sanitario por no contar con sistemas de alcantarillado en las comunidades rurales; viviendas inadecuadas; seguridad social con bajas coberturas rurales y poca credibilidad en la presencia institucional del Estado Local.

Como fortalezas se destacan, la existencia en el Municipio de una aceptable infraestructura en servicios públicos domiciliarios de agua potable, tanto en cantidad como en frecuencia de suministro; así mismo, la cobertura educativa es adecuada a la población potencial de las comunidades, la infraestructura en salud está concentrada en la zona urbana con posibilidades de establecer una red de atención por todo el Municipio y la existencia de un equipamiento físico en saneamiento básico urbano (lagunas de oxidación y relleno sanitario) con sostenibilidad para la prestación de los servicios durante los próximos años.

Educación

La problemática educativa en el municipio comprende aspectos relacionados con cobertura, infraestructura, dotación y calidad. Los resultados a nivel educativo miden la relativa ineficacia estatal: los planes se diseñan pero son de lenta ejecución.

Cobertura

La cobertura educativa del municipio de Galeras, se representa a partir de indicadores urbano y rural, expresados en estadísticas de matrículas por grado y edades, índices generales y tasas de escolarización bruta y neta.

Tabla N° 7. Galeras. Total de alumnos matriculados al inicio del año lectivo por nivel y grado según sexo y edad. Año 2000

Edades (en años cumplidos)	Educación preescolar				Educación Básica primaria						Educación Básica Secundaria					Educación Media		
	Total	Pre jardín	Jardín A	Jardín B	Total	1°	2°	3°	4°	5°	Total	6°	7°	8°	9°	Total	10°	11°
Total General	632	53	62	517	2756	892	428	529	504	403	1710	586	392	360	372	549	343	206
Total Hombres	284	22	21	241	1498	520	250	276	244	208	798	256	193	169	180	261	162	99
Total Mujeres	348	31	41	276	1258	372	178	253	260	195	912	330	199	191	192	288	181	107
3	73	53	12	8														
4	149		49	100														
5	327		1	326	91	90	1											
6	71			71	201	189	12											
7	11			11	382	260	75	44	3									
8	1			1	442	174	104	119	44	1								
9					445	102	97	118	106	22	3	3						
10					407	47	78	80	111	91	39	37	2					
11					296	14	30	78	87	87	148	122	26	0				
12					206	10	17	39	56	84	228	127	71	29	1			
13					120	5	11	26	49	29	298	111	88	72	27	1	1	
14					85	1	2	17	28	37	320	80	92	73	75	20	20	0
15					32			7	8	17	238	39	61	80	58	71	58	13
16					22		1	1	10	10	177	26	26	52	73	88	60	28
17					16				1	15	98	15	19	16	48	93	55	38
18					3					3	74	6	4	20	44	84	52	32
19					8				1	7	43	6	2	8	27	79	48	31
20 y más					0						44	14	1	10	19	113	49	64

Fuente: Estadísticas Núcleos educativos 27 y 28. Municipio de Galeras.

En la Tabla N° 7, se muestra la matrícula total de los dos núcleos educativos que existen en el Municipio, en cada uno de los niveles, desde el preescolar hasta el de educación media. El número total de alumnos matriculados en el año 2000 es de 5.647, desagregados así: 632 en preescolar (11.2%), 2.756 en básica primaria (48.8%), 1.710 en básica secundaria (30.2%) y 549 en educación media (9.7%).

Tabla N° 8. Personal docente por niveles y zonas

Total	Total		Preescolar		Básica primaria		Básica secundaria y media	
	U	R	U	R	U	R	U	R
179	110	69	12	6	53	61	45	2

Fuente: Secretaría de Educación Departamental. Oficina de Planeamiento Educativo

En la **Tabla N° 8**, muestra el personal docente, por niveles y zonas, sector oficial.

Tabla N° 9. GALERAS. RELACIÓN ALUMNO/DOCENTE, POR NIVELES Y ZONAS, SECTOR OFICIAL. - 2000

Total	Total		Preescolar		Básica primaria		Básica secundaria y media	
	U	R	U	R	U	R	U	R
38.3	27.7	49.0	27	20	28	24	28	103

Fuente: Secretaría de Educación Departamental. Oficina de Planeamiento Educativo

En la **Tabla N° 9**, se muestra la Relación alumno/docente, por niveles y zonas, sector oficial.

Cultura

El municipio de Galeras, se ha caracterizado por su riqueza cultural, en lo artesanal, la plástica, el teatro y en la música autóctona de gaitas.¹ Sin embargo, es evidente que se requiere un fuerte apoyo institucional para subsanar el bajo nivel cualitativo de los creadores y gestores culturales con la aplicación de políticas claras hacia el sector. Es decir, que sus potencialidades no sólo sean evidentes con la realización anual del Festival Folclórico de la Algarroba y la muestra de Cuadros Vivos.

No se cuenta con un proceso de planeación cultural sostenido, muestra de ello es que el Consejo Municipal de Cultura no está funcionando, la Casa de la Cultura es sólo un espacio físico, los programas de capacitación dependen de voluntades departamentales o nacionales, poco frecuentes, la educación artística no se ha implementado adecuadamente en las escuelas y colegios², además, las condiciones de vida de los creadores no permiten la dedicación permanente a sus actividades, sino que éstas deben ser combinadas con otras labores que permitan la subsistencia material.

Recreación y Deportes

La práctica de las disciplinas deportivas, ha sido más el producto de un esfuerzo aislado de organizaciones particulares, que el resultado de una política clara para el aprovechamiento del tiempo libre. A pesar de la Organización que estipuló la Ley General del Deporte en los municipios, los recursos financieros no llegan en el mismo orden de las responsabilidades. Está constituido el manejo descentralizado del Sector con la Participación por Ley 60 de 1993, se hace lo posible por

¹ El "inventario cultural" es el siguiente: un Grupo de Teatro, un Poeta, 2 Grupos de Gaitas, 3 Bandas Folclóricas, un Historiador, 158 Artesanos y 2 Grupos de Danza. Fuente: Casa de la Cultura. Galeras. 1998.

² En la actualidad sólo se imparte la modalidad en el único Colegio de Bachillerato del Municipio, con limitaciones de recursos y docentes.

optimizar el presupuesto asignado, sin embargo, los espacios disponibles son insuficientes o inadecuados, con marcada concentración en la zona urbana (Estadio Municipal y Cancha Multifuncional) y no existe un Plan de Formación como tampoco instructores. La Junta Municipal de Deportes, administra un reducido presupuesto para sostener un Club Deportivo de carácter municipal, el cual organiza alrededor de 10 eventos de competición y recreación durante un año.

Salud

Los servicios en la actualidad son deficientes porque es escasa la dotación tecnológica - hospitalaria y la seguridad social muestran bajas coberturas. El personal médico y paramédico que cubre al municipio presenta la siguiente relación: 3 médicos (uno rural), una bacterióloga, un odontólogo, 3 enfermeras, 9 auxiliares de enfermería, 5 promotores de salud, un auxiliar de laboratorio, un auxiliar de odontología y 2 técnicos de saneamiento.

La infraestructura física está constituida por 3 consultorios médicos (2 de consulta externa y uno de urgencias), dos consultorios odontológicos, un laboratorio y una enfermería. Dotados con 12 camas para hospitalización (4 de pediatría y 8 de adultos).

En la zona urbana, funciona un Centro de Salud adecuado físicamente, mientras que en el área rural, cuentan con Puestos de Salud los corregimientos de Baraya (regular estado), San Andrés de Palomo (buen estado), San José de Rivera (mal estado), Pueblo Nuevo (regular estado) y Puerto Franco que no cuenta con ninguna infraestructura. Para contrarrestar un poco la deficiencia del servicio, se programan penetraciones rurales por parte del cuerpo médico con una frecuencia de 2 ó 3 días a la semana en las poblaciones. Los programas de salud preventiva son escasos en escuelas y hogares, y están más en función de las políticas

departamentales y nacionales: educación sexual, prevención del SIDA, paludismo y dengue hemorrágico. Además, a pesar de contar con 5 promotores de salud en la zona rural (uno en cada Corregimiento), no son efectivas las iniciativas de promoción, debido a que su formación es deficiente en temas afines y sólo se limitan a brindar primeros auxilios.

A pesar de las dificultades, el municipio ha vinculado al Régimen Subsidiado a 5.315 personas, las cuales representan aproximadamente el 38% del potencial total.³

Tabla N° 10. Galeras. Número de médicos por habitante. Sector público. 2000

Población	N°. Médicos	Relación de médicos por 1.000 habitantes
17.452	5	0.35

Fuente: DASSALUD.

Vivienda y Servicios Públicos

La calidad de la vivienda en Galeras, ha mejorado ostensiblemente con la presencia de programas de vivienda de interés social; en la actualidad se ejecutan: 3 Programas de VIS, 2 en la zona urbana para beneficiar a 108 familias y 1 con 70 soluciones en la zona rural.⁴ Sin embargo, si comparamos la calidad de las viviendas en referencia con el material de las paredes y de los pisos, los índices muestran un bajo nivel con respecto a los indicadores departamental y nacional: en el primer caso citado es 3.8 con respecto a 3.5 del departamento de Sucre y 4.8 nacional. En cuanto al material de los pisos es de 2.6 contra 2.7 departamental y 4.6 nacional.⁵

³ Datos SISBEN. Secretaría de Salud Municipal. Galeras. 1998.

⁴ Fue aprobado un nuevo Proyecto para la zona urbana con 80 soluciones de vivienda de interés social. Datos Secretaría de Planeación Municipal. Galeras. 1998.

⁵ El Índice de Condiciones de Vida (ICV) fue diseñado por el Departamento Nacional de Planeación. Bogotá. 1997.

En cuanto a la dotación de servicios públicos domiciliarios la Oficina de Servicios Públicos del Municipio tiene registrado 1.630 usuarios urbanos conectados al servicio de acueducto (el 86% de las viviendas), sin micros medidores que controlen el consumo. El servicio de acueducto, es abastecido por dos pozos profundos de 150 y 175 mts de profundidad que generan una producción de 8 y 13 litros por segundo respectivamente.

En la zona rural cuenta con servicio de acueducto en 16 comunidades, mediante sistemas de micro acueductos con pozos profundos en los corregimientos de San Andrés de Palomo, San José de Rivera, Pueblo Nuevo Primero, Puerto Franco y Baraya; además, en las veredas Pueblo Nuevo Segundo, Mata de Guásimo, Abre el Ojo y Plaza Pelá. Los demás caseríos y veredas se abastecen de pozos artesianos públicos, privados y algunos de represas y jagüeyes., pero ninguna posee sistema de eliminación de excretas y aguas residuales.

El alcantarillado sólo existe en la cabecera municipal con una cobertura del 85%, cuenta con dos lagunas de oxidación, distribuidas por sectores.

En general, el acceso y calidad de los servicios públicos según el Índice de Condiciones de Vida, diseñado por Planeación Nacional, muestra las siguientes características: servicios sanitarios, 3.3 contra el 3.4 departamental y el 5.7 nacional; abastecimiento de agua, 4.4 comparado con el 4.7 departamental y el 5.7 nacional; aseo, 3.4 comparado con el 2.6 departamental y el 4.6 nacional.

Social y Comunitario

La oferta social y comunitaria en Galeras es reducida, comparada con la demanda existente por parte de la niñez, jóvenes, mujeres y ancianos. La problemática actual gira en torno a la forma como se han administrado los programas sociales;

la desvinculación de la mujer en la actividad productiva y al desaprovechamiento del potencial organizativo de la comunidad.

En el Municipio hacen presencia todos los Programas Estatales de cobertura en los grupos poblacionales de la referencia, se cuenta con una infraestructura relativamente aceptable; Casa de la Juventud, Ancianato y Alimentación Escolar, entre otros. Sin embargo, sólo se alcanza a cubrir una reducida parte de la demanda real, con visos más de programas asistencialistas que de un proyecto sostenido y reivindicativo en el orden social.⁶ Otro problema creciente es la presencia de desplazados por la violencia –los cuales conforman barrios enteros– a los que se han intentado atender con proyectos coyunturales, no se tienen datos precisos de su cuantía, pero a partir de la ayuda prestada por la Alcaldía se han calculado aproximadamente 77 familias.

Las políticas de Atención a la Mujer o de Género, han estado a expensas de las coyunturas externas departamentales o nacionales, por ello es poca la preparación en las edades de más de 30 años, en consecuencia, mínima es la intervención en el desarrollo productivo del Municipio y es latente la subutilización de su fuerza productiva ante la falta de oportunidades.

Las organizaciones comunitarias son el mayor potencial con que cuenta Galeras, se registran más de 42, las cuales muestran la siguiente composición: una de Usuarios Campesinos, una de Mujeres, una Asociación de Constructores, una de Pescadores y Piscicultores, 35 Juntas de Acción Comunal y 3 Cooperativas (lecheros, microempresarios y conductores). A pesar de la diversidad de formas de accionar, las organizaciones conciben su futuro alrededor de intereses personales o gremiales; no se han articulado o integrado en torno a objetivos comunes como el desarrollo productivo del Municipio, y tampoco se ha

⁶ En la actualidad se atienden a más de 100 ancianos (60 en el área urbana y 40 en la zona rural), con Bono Rural 160 niños y con Subsidio Escolar 362 estudiantes rurales. Red de Solidaridad Social. Delegación Sucre. Sincelejo. 1998.

aprovechado el espacio del Consejo Municipal de Desarrollo Rural para proyectar de manera conjunta y estratégica el rumbo del Municipio.

Infraestructura vial y equipamiento municipal

El inventario vial de Galeras, está conformado por 100 Kms., de los cuales el sólo el 7% de las vías están asfaltadas, lo que corresponde a los 7 Kms. de la vía Sincé - Galeras, la cual está inconclusa; el resto de los tramos carreteables que conectan a la zona urbana con los centros rurales se encuentran en regular estado durante el verano y en difíciles condiciones en el invierno. La oferta vial en buen estado se concentra en la cabecera municipal con 2.5 Kms. de calles pavimentadas en las áreas principales de acceso y tránsito, que representan el 13.8% del total de vías urbanas (18.628 Kms.).

El estado actual se explica por la falta de mantenimiento, el no contar con la maquinaria y los equipos pesados para tales fines se depende de las gestiones esporádicas ante el nivel departamental o nacional; en el invierno las constantes lluvias “desaparecen” tramos de carreteables rurales; y con la llegada del verano se agrava la situación por el transporte de ganado vacuno hacia las Ciénagas del sur y el paso de vehículos pesados.

La prestación del servicio de energía eléctrica, es uno de los más críticos en Galeras, las interrupciones del suministro son diarias y el voltaje escasamente llega a 90 Kv. Las razones fundamentales de la deficiencia están en que no se cuenta con una Subestación de Energía, los transformadores distribuidos en todo el Municipio son insuficientes para la demanda actual, según cifras de ELECTROCOSTA y el SISBEN se encuentran conectadas al servicio un total de 866 viviendas rurales y 1.853 urbanas; y la inversión para ampliación y potenciación del servicio es casi nula.

El resto del equipamiento municipal, se limita a la existencia de un Matadero Municipal y un Mercado Público con instalaciones físicas y condiciones sanitarias en regular estado. Un Cementerio Público en la zona urbana y sendos en cada asentamiento rural. En materia de infraestructura telefónica la zona urbana cuenta con 700 líneas residenciales, una sede de TELECOM con 4 líneas disponibles, y a nivel rural funcionan teléfonos comunitarios en San José de Rivera, San Andrés de Palomo, Pueblo Nuevo, Baraya y Puerto Franco.

Tabla N° 11. Galeras. Distribución de la población municipal, por rango de edades. Año 2000

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN	
EDAD	TOTAL
TOTAL	17.452
<3 AÑOS	1.520
3 A 5 AÑOS	1.625
6 A 11	2.588
12 A 17	2.195
18 A 24	2.044
25 A 44	4.325
45 A 59	1.597
60 A 79	1.103
88 A 99	185

Fuente: SISBEN- Galeras

SITUACIÓN INTERNA

Tabla N° 12. Muebles y otros

ACTUAL		LO IDEAL		DEFICIENCIA		MEDIDAS A TOMAR
3	Vitrinas	6	Vitrinas	3	Vitrinas	Realizar inversión económica para adquirir 3 Vitrinas
9	Canastas para ropa interior	3	Exhibidores de ropa	3	Exhibidores de ropa	Realizar inversión económica para adquirir 3 Exhibidores de ropa
3 4	Estantes Canastas de ropa	14	Exhibidores milenios	14	Exhibidores milenios	Venta de 3 Estantes 4 Canastas de ropa para obtener el valor de salvamento y Realizar inversión económica para adquirir 14 Exhibidores milenios
13	Muñecas medio cuerpo para blusa	20 4	Muñecas Maniquí enteros	20 4	*Muñecas *Maniquí enteros	Venta de 13 Muñecas medio cuerpo para blusa para obtener el valor de salvamento y Realizar inversión económica para adquirir 20 muñecas y 4 maniquí enteros.
3	Exhibidores de vidrios	10	Exhibidores de vidrios	7	Exhibidores de vidrios	Realizar inversión económica para adquirir 7 Exhibidores de vidrios.
1	Tabla ranurada para reloj y cachuchas	2	Tabla ranurada para reloj y cachuchas	1	Tabla ranurada para reloj y cachuchas	Realizar inversión económica para adquirir 1 Tabla ranurada para reloj y cachuchas.
1	Exhibidor de camisa de 5 puestos	3	Exhibidor de camisa de 5 puestos	2	Exhibidor de camisa de 5 puestos	Realizar inversión económica para adquirir 2 Exhibidor de camisa de 5 puestos.
1	Tabla ranurada para medias	3	Tabla ranurada para medias	2	Tabla ranurada para medias	Realizar inversión económica para adquirir 2 Tabla ranurada para medias.
1	Exhibidor en madera	2	Exhibidor metálico para	2	Exhibidor metálico	Venta de 1 Exhibidor en madera para

	para papelería		papelería		para papelería	papelería para obtener el valor de salvamento y Realizar inversión económica para adquirir 2 Exhibidor metálico para papelería.
1	Exhibidor en madera para correas de una sola cara	1	Exhibidor metálico giratorio	1	Exhibidor metálico giratorio	Venta de 1 Exhibidor en madera para correas de una sola cara para obtener el valor de salvamento y Realizar inversión económica para adquirir 1 Exhibidor metálico giratorio.
10	Tablas fijas a la pared exhibir plástico	10	Tablas fijas a la pared exhibir plástico		Ninguna	Ninguna
3	Tablas ranurada para exhibir zapatos	3	Tablas ranurada para exhibir zapatos		Ninguna	Ninguna
1	Exhibidor de telas metálico	2	Exhibidor de telas metálico	1	Exhibidor de telas metálico	Realizar inversión económica para adquirir 1 Exhibidor de telas metálico
1	Mueble de madera con divisiones de madera para exhibir cuadernos	3	Exhibidores de cuadernos	3	Exhibidores de cuadernos	Venta de 1 Mueble de madera con divisiones de madera para exhibir cuadernos para obtener el valor de salvamento y Realizar inversión económica para adquirir 3 Exhibidor de cuadernos.
2	Tablas ranurada con 6 vidrios fijos para cacharrería	2	Tablas ranurada con 6 vidrios fijos para cacharrería		Ninguna	Ninguna
4	Mayas para juguete, bolsos y	1 1	*Exhibidor para juguetes *Exhibidor	1 1	*Exhibidor para juguetes	Venta de 4 Mayas para juguete, bolsos y luces para obtener el valor

	luces	1	para *bolsos Exhibidor de luces	1	*Exhibidor para bolsos *Exhibidor de luces	de salvamento y Realizar inversión económica para adquirir 1 Exhibidor para juguetes, 1 Exhibidor para bolsos y 1 Exhibidor de luces.
1	Mesa de 2 metros con 2 puestos para exhibir cortinas, toallas, manteles, pañales y uniformes	1 1 1 1 1	*Exhibidor para cortinas *Exhibidor para toallas *Exhibidor de manteles *Exhibidor de pañales *Exhibidor de uniformes	1 1 1 1 1	* Exhibidor para cortinas *Exhibidor para toallas *Exhibidor de manteles *Exhibidor de pañales *Exhibidor de uniformes	Venta de 1 Mesa de 2 metros con 2 puestos para exhibir cortinas, toallas, manteles, pañales y uniformes para obtener el valor de salvamento y Realizar inversión económica para adquirir 1 Exhibidor para cortinas, 1 Exhibidor para toallas, 1 Exhibidor de manteles, 1 Exhibidor de panales y Exhibidor de uniformes.
44	Flautas para colgar ropa	10 0	Flautas para colgar ropa	56	Flautas para colgar ropa	Realizar inversión económica para adquirir 56 Flautas para colgar ropa.
20 4	Ganchos exhibidores de zapato	30 0	Ganchos exhibidores de zapato	96	Ganchos exhibidores de zapato	Realizar inversión económica para adquirir 96 Ganchos exhibidores de zapato.
0	Registrador a	1	Registradora	1	Registrador a, facturadora y control de inventario.	Realizar inversión económica para adquirir Registradora.

Tabla N° 13. Inventario

INVENTARIO: Los productos que a continuación se relacionan se encuentran en estantería teniendo como política un mínimo de media docena y un máximo de una docena y en los que no se miden por tales características uno por la unidad de medida estándar.					
1	Línea De Calzado	2	Línea Electrodoméstico	3	Línea De Telas
	Zapatos Clásicos Niños Adultos Chanclas Niños Adultos Sandalias Niños Adultos Abarcas Niños Adultos Zapatos Deportivos Zapatos Colegiales		Ventiladores Televisores Neveras Colchones Estufas Grabadoras DVD Lavadoras Licuadoras Planchas Ollas eléctricas Ollas a presión Molinos Equipos de sonidos		Lino Da Cron Licra Chiffon Seda Hindú Tela De Uniforme Franela Panola Dril Algodón Olan Belino Popelina
4	Línea Papelería 24	5	Línea Plástico	6	Línea Juguetería
	Obras Literarias Cartulinas Grapas Papel Bon Papel Cometa Papel Periódico Papel Carbón Papel Silueta Letra De Cambio Hojas De Vida Tintas Para Marcadores Papel Contad Saca Grapas Escarcha Talonario De Rifa Carpetas Papel Fotográfico Huéllelos		Platos Ollas Jarras Vasos Poncheras Papeleras Traperos Cepillos De Lavar Ropa Vasos Y Platos Desechables Icopor Portas Cucharas Balde Cucharones Coladeras Vajillas Embudos Bandejas		Muñecas Carros Motos Guacharacas Aviones Juego De Cocinas Ninteendo Pistolitas De Agua Juegos Didácticos Juego De Raquetas Guitarras Acordeones Pianos Tambores Ataris Yoyos

			Plateras Cestas Para Ropa Cepillos De Baño Escobas Recolector De Basura Organizador De Baño Termos Rayadores Exprimidores Basecillas Cuchillos Cuchareros Salseros		Espadas Cuerda De Saltar Ula Ula Parques Chischás Patines Libro De Colorear Cuentos Infantiles Juegos De Barajas Juegos De Siglo Juegos De Domino Juegos Didácticos Rompecabezas Trompos Yoyos
7	Línea Escolar	8	Línea Cacharrería	9	Línea Ropa
	Termos 3 Modelos CD 3 Tipos Disquetes Tablas Periódicas 2Clases Estiquer Decorativos Tijeras Escolares 4 Modelo Delantales Loncheras 2 Clase Grapadoras 2 Clase Calculadoras 3 Clase Borradores Nata 2 Clase Borradores Acrílicos Tizas Escolares Cartillas 2 Clase Diccionarios 2 Clase Colbon 5 Clase Vinilos 2 Clase Temperas 2 Clase Pinceles 11 Clase Cartucheras 4 Clase Resaltadores		Gafas Peluches Accesorios Plata Y Fantasía Aretes, Pulseras y Cadenas Maquillajes Cintas Sintéticas Estuches De Celular Elásticos Llaveros Hilos Agujas Tintes De Ropa y Cabello Pinzas De Cejas Uñas Postizas Correas Sierres Velas De Cumpleaños Tiza China Bombas Serpentinas		<u>Jeans</u> Niños 3 Clase Niñas 3 Clase Damas 5clase Hombres 5 Clase <u>Pantalones</u> <u>Clásicos</u> Niños 2 Clase Hombres 3 Clase <u>Camisas</u> Niños 4 Clase Hombres 5 Clase <u>Busos</u> Niños 2 Clase Niñas 2 Clase Damas 2 Clase Caballeros 2 Clase <u>Suéter</u>

<p> Correctores 2 Clase Lana 2 Clase Juego Geométrico 2 Clase Juego De Escuadras Reglas 3 Clase Lupas 2 Clase Punzones Transportador 2 Clase Cuadernos 4 Clase Libretas 4 Clase Agendas 4 Clase Lapiceros 6 Clase Lápices 5 Clase Sacapuntas 3 Clase Borradores 2 Clase Marcadores 2 Clase Carpetas 2 Clase Bolsos 6 Clase Mochilas 2 Clase Block 5 Clase Colores 9 Clase Creyones 2 Clase Plastilina 2 Clase Compas 3 Clase Exactos 2 Clase </p>	<p> Aleluya Gorros De Cumpleaños Cadenetas Tarjetas De Invitación Rellenos De Piñata Nailon Moñas Para El Cabello Ganchos De Ropa Ganchos Para El Cabello Cintillos Cortauñas Piedra Pons Juego De Maniquíure Colonias Desodorantes Talcos Para El Cuerpo Aceites Para El Cabello Crema Cuerpo y peinar Vinchas Champús Gel Para El Cabello Betún Focos De Mano Lámparas Controles De Televisor Forros Para Los Controles Cepillos De Embetunar Audífonos Tijeras Portarretratos Juegos De Sabanas Guantes Delantal De Cocina Cortinas De Baños Álbumes Espejos </p>	<p> Niños 3 Clase Niñas 2 Clase Damas 2 Clase Caballeros 3 Clase <u>Blusas</u> Niñas 4 Clase Jovencitas 4 Clase Damas 4 Clase <u>Faldas</u> Niñas 2 Clase Joven 2 Clase Damas 3 Clase <u>Conjuntos</u> Niños 4 Clases Niñas 5 Clases Jovencitas 4clases Jovencitos 4clases Señoras 2 Clases <u>Vestidos</u> Niñas 3 Clase Damas 4clase <u>Lycras</u> Niñas 2 Clase Damas 2 Clase <u>Pijamas</u> Niños(A) 4 Clase Damas 3 Clase <u>Limpiones 3 Clases</u> <u>Toallas 7 Clases</u> <u>Ropa Interior</u> </p>
---	--	--

		<p> Diarios Esmaltes y Quita Esmaltes Limas Cepillos De Diente Peines Jabones Jabón Liquido Crema Dental Relojes De Pulso y Pared Reloj Despertador Quepis Sombreros Pasa Montañas Hamacas Bolsos De Viaje Sombrillas Maletas Tapetes Toldos Ganchos De Ropa Bolsas De Fique Flores Artificiales Cinta Pegante Cinta Aislante Chinches Baterías Llaveros Cuchillas De Afeitar Pistolas De Silicona Silicona En Barra y Liquida Gota Mágica Manteles Adornos Navideños Cortinas Talcos Champú, Colonia y Cremas </p>	<p> Niños(As) Hay7 Clases Pantis e Interiores) Adultos 8 Clase Pantis e Interiores </p> <p> <u>Medias 11</u> <u>Clases</u> Niños Adultos Sudaderas Pantaloneta </p> <p> <u>Ropa De Bebé</u> Camisas Conjuntos Toallas Juegos De Sabanas Almudadas Baberos Fundas Sudaderas </p>
--	--	--	---

Tabla N° 14. Generalidades del ALMACÉN VARIEDADES LA FE DE GALERAS

Volumen De Ventas e ingresos	<p>Ventas diarias entre \$150.000 y \$430.000</p> <p>Promedio mensual en ventas de \$7.000.000 millones.</p> <p>Temporadas</p> <p>Escolar mensual \$9.000.000 millones</p> <p>Vacaciones \$11.000.000 millones</p> <p>Diciembre \$25.000.000 millones</p>
Características De Los Clientes	<p>Los clientes de Galeras y sus alrededores se caracterizan por aquellos productos que tienen descuento en los artículos que quieren adquirir, visitan los almacenes que tengan mayor y mejor surtido de mercancía, los atiendan con amabilidad y donde ellos consideren que los artículos son más económicos, amantes a las canastas de promociones y donde les ofrezcan las tres B, bueno, bonito y barato.</p>
Ventas Promedio Por Cliente	<p>Las compras de los clientes dependen mucho de la temporada en condiciones normales compran de \$5000 a \$25.000, en temporada compran entre \$ 50.000 a \$250.000 y en especial en diciembre.</p>
Frecuencia	<p>Existen clientes que visitan dos veces en la semana, semanal, los de los pueblos cada quince días y otros mensuales.</p>
Tendencia De Consumo De Los Clientes	<p>Los clientes en los meses comprendidos de enero a marzo las compras por lo general son de útiles escolares, en los meses de abril, mayo, junio, agosto, septiembre, y octubre la tendencia es comprar ropa interior, chanclas, utensilios y electrodomésticos para el hogar, y cacharrería. En Los meses de julio, y noviembre compra de ropa, calzado, y electrodomésticos.</p> <p>Diciembre se venden de todas las líneas.</p>
Inventario	<p>La papelería se compra por docena y se cada 5 días en temporada, los cuadernos se compra por caja de 150 cuadernos y se compran de a 10 cajas, se compra cada 6 día en temporada</p> <p>La ropa se compra en las temporadas por docena de cada modelo, de ahí en adelante se compra los modelos que se agoten esto sucede más que todo en los meses de julio, noviembre, diciembre y enero. Con las otras líneas de productos se compran de a docena y por meses según sea el movimiento.</p>
Costos y Gasto	<p>Los gastos de servicios públicos en agua, luz, y teléfono es de 250.0000 mil mensual.</p> <p>A las trabajadoras se les cancela el Salario Mínimo y el administrador \$900.000 mil pesos.</p> <p>La determinación del precio de venta oscila entre el 10% al 50% sobre el precio de compra dependiendo el producto y el nivel de salida del mismo y su escasez o abundancia en el mercado.</p>

DIAGNÓSTICO ACTUAL

La situación actual del **ALMACÉN VARIEDADES LA FE**, se realizara mediante un diagnóstico en forma de **DOFA** y analizando sus respectivas variables priorizando y ponderando cada una de ellas, que lleven a la formulación de estrategias.

Tabla N° 15. Cruce de Variables DOFA

Cruce de Variables DOFA	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Existencia de una amplia gama de negocios y personas a las cuales se pueden vincular como clientes. - Manejo de un mercado donde se es la mejor opción. - Buena credibilidad en el sector financiero, lo cual ofrece oportunidad para obtener recursos. 	<ul style="list-style-type: none"> - La economía del país se encuentra en recesión lo cual disminuye el nivel de confianza de algunos sectores de la economía. - Entrada en juego de nuevos competidores en busca del mercado existente en la región. - Disminución del costo de transporte de pasajeros a centros comerciales de otras ciudades.
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Cuentan con un local propio con buena ubicación (Parque Central). - Se cuenta con personal capacitado (administradora) y vendedoras con experiencias. - Variedad en el inventario. - Fácil captación de clientes. - Buenas relaciones inter empresariales con proveedores. - Habilidad para atraer y retener clientes. - Capacidad para ofrecer productos de calidad y buen servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de equipos tecnológicos para facturar y realizar control de inventario. - Deficiencia en la presentación y/o distribución interna de los productos. - No cuenta con una estructura organizacional definida. - No cuenta con filosofía organizacional. - Imagen corporativa con responsabilidad social. - No existen sistemas de control. - Falta de indicadores para la evaluación de la gestión. - Falta de un programa comunicación y publicidad.

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 16. Planteamiento de Estrategias Según Resultado DOFA

Planteamiento de Estrategias Según Resultado DOFA		
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<p>Existencia de una amplia gama de negocios y personas a las cuales se pueden vincular como clientes.</p> <p>Manejo de un mercado donde se es la mejor opción.</p> <p>Buena credibilidad en el sector financiero, lo cual ofrece oportunidad para obtener recursos.</p>	<p>La economía del país se encuentra en recesión lo cual disminuye el nivel de confianza de algunos sectores de la economía.</p> <p>Entrada en juego de nuevos competidores en busca del mercado existente en la región.</p> <p>Disminución del costo de transporte de pasajeros a centros comerciales de otras ciudades.</p>
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
<p>Cuentan con un local propio con buena ubicado (Parque Central).</p> <p>Se cuenta con personal capacitado (administradora) y vendedoras con experiencias.</p> <p>Variedad en el inventario.</p> <p>Fácil captación de clientes.</p> <p>Buenas relaciones inter empresariales con proveedores.</p> <p>Habilidad para atraer y retener clientes.</p> <p>Capacidad para ofrecer productos de calidad y buen servicio.</p>	<p>Dar a conocer en el sector empresarial al almacén y a potenciales clientes, con la utilización de medios de comunicación llamativos.</p>	<p>Utilizar el personal existente, en Crear vínculos sólidos entre el almacén y los clientes.</p>
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
<p>Falta de equipos tecnológicos para facturar y realizar control de inventario.</p> <p>Deficiencia en la presentación y/o distribución interna de los productos.</p> <p>No cuenta con una estructura organizacional definida.</p> <p>No cuenta con filosofía organizacional.</p> <p>Imagen corporativa con responsabilidad social.</p> <p>No existen sistemas de control.</p> <p>Falta de indicadores para la evaluación de la gestión.</p> <p>Falta de un programa comunicación y publicidad.</p>	<p>Crear la estructura administrativa y filosofía organizacional.</p> <p>Implementar la utilización de tecnología en la facturación y en el manejo de los inventarios.</p> <p>Modernizar la forma de Exhibir los productos y distribución locativa.</p> <p>Implementar un programa de impacto social para incrementar la imagen corporativa.</p>	<p>Realizar el presupuesto financiero para que el ALMACEN VARIEDADES LA FE implemente el plan estratégico.</p>

Fuente: Elaboración propia

Estudio Administrativo

En este aparte se establecen los lineamientos administrativos para el correcto funcionamiento del Almacén Variedades La Fe de Galera.

Constitución Jurídica de la Empresa

EL ALMACÉN VARIEDADES LA FE DE GALERAS, es una empresa perteneciente al régimen simplificado; en el cual permanecerá hasta tanto no supere los montos establecidos por la ley para pasar al régimen común, o mientras cumpla con las características establecidas para dicho régimen el cual está proyectado no antes de 5 años.

Razón Social: Almacén Variedades La Fe de Galeras establecimiento de comercio de iniciativa familiar y privada.

Objetivos: Comprar y vender artículos varios como son electrodomésticos, calzado ropa, plástico, útiles escolares, y cacharrería en general; Brindando un gran surtido de mercancía y buena atención a los clientes.

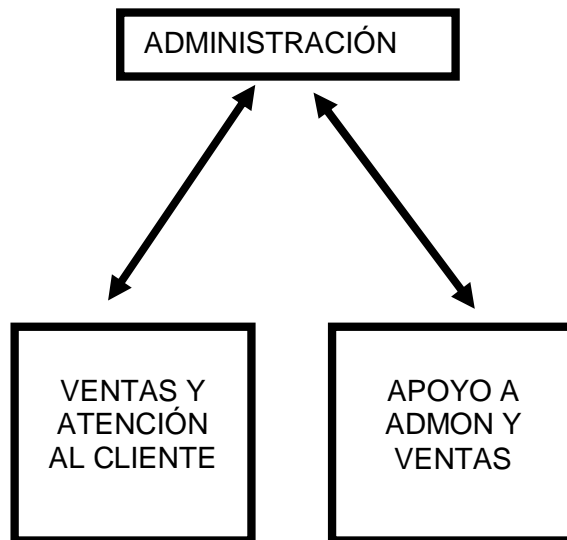
Domicilio: Municipio de Galera, Plaza Principal, Sucre- Colombia.

Representante Legal: Cristo Fabián Coley Madera, fundador y propietario el cual ha mantenido desde el comienzo del almacén los derechos de propiedad sobre el mismo.

Duración: Se tiene proyectado permanecer 5 años más en el régimen simplificado y después de puesta en marcha del presente plan consolidarse en el mercado, realizar la reestructuración respectiva para abrir el almacén a nuevos inversionistas para incursionar en otros mercados.

Estructura Organizacional

Debido al tamaño del almacén la organización del mismo es simple la cual puede ser cambiada a medida que se incremente en dependencias y empleados.



Fuente: Elaboración propia

Matriz de Comunicación: se refleja el nivel de comunicación y las responsabilidades de los participantes.

Tabla N° 17. Matriz de comunicación

Matriz de Comunicación					
RESPON-SABLE	RESPONDE POR	QUE COMUNICA	A QUIEN COMUNICA	MEDIOS DE COMUNICACION	REGISTROS
Administrador	Planeación estratégica y control de toda la organización.	Planes, programas, políticas y objetivos.	A todos los procesos	Escrita	Archivo de comunicaciones enviadas y recibidas.
	Contacto con proveedores y consecución de personal competente	Nuevas necesidades.	A todos los procesos	Escrita	Archivo de comunicaciones enviadas y recibidas.
Apoyo a admón. y venta	Existencias de almacén.	Nivel de Compras y ventas	A todos los procesos	Escrita	Archivos de comunicaciones, sobre compras y ventas.
Ventas y atención al cliente.	Consecución de clientes y fidelización de los mismos. Ejecución de procesos y reporte de informes de ventas.	Reporte de resultados de ventas y determinación de las nuevas tendencias de los clientes.	Ventas y atención al cliente.	Escrita	Archivo de informes y comunicaciones.

Fuente: Elaboración propia

Plataforma Estratégica: Para lograr un correcto funcionamiento de **EL ALMACÉN VARIEDADES LA FE DE GALERAS** es necesario poseer una visión,

una visión y unas políticas de calidad que lo lleven a obtener el desarrollo deseado.

MISIÓN

Almacén La Fe es una empresa del Municipio de Galera, dedicada a la comercialización de artículos varios como electrodomésticos, calzado, ropa, plástico, útiles escolares, y cacharrería en general, la cual se esfuerza por mantener un ambiente agradable tanto para los trabajadores como para los clientes los cuales son la razón de ser de la empresa, con el ánimo de aplicar tecnología, mejorar los procesos operativos, y administrativos, promoviendo de esta forma el mejoramiento continuo con el fin de ser una empresa comprometida en alcanzar los objetivos y metas propuestas.

VISIÓN

Consolidar nuestra participación a nivel regional en la comercialización de artículos varios como electrodomésticos, calzado, ropa, plástico, útiles escolares, y cacharrería en general, con incremento en el surtido, productos y calidad en relación con otros oferentes convirtiéndose en la mejor opción y a su vez ampliando la cobertura para llegar a nuevos clientes a través de la eficiencia en el servicio, siendo ejemplo de excelencia y manteniendo una cultura de mejoramiento continuo con soluciones innovadoras para los hogares.

POLÍTICA DE CALIDAD

Almacén Variedades La Fe de Galeras, es una empresa dedicada a la comercialización de artículos varios como: electrodomésticos, calzado, ropa, plástico, útiles escolares, y cacharrería en general, enfocada en la satisfacción de sus clientes a través de la implementación de mejoras continua en la presentación de los productos, en la variedad, en precios y calidad; así mismo en atención al cliente y posventa, con el fin de que se garantice el desarrollo y la consolidación de la empresa en el mercado actual.

OBJETIVOS DE CALIDAD

- Alcanzar niveles de satisfacción de los clientes internos y externos.
- Consolidar las acciones de mejora continua, que contribuyan a la permanencia y ampliación de los clientes de la empresa.
- Alcanzar los niveles de crecimientos propuestos en cuanto a portafolio de producto y calidad.

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO

Las funciones que deben desempeñar cada persona en su puesto de trabajo se hacen las siguientes descripciones.

Administración:

- Elaboración de planes de crecimientos y mejoramientos del almacén.
- Diseñar la planeación estratégica.

- Suscribir contratos y acuerdos con clientes y proveedores.
- Vigilar el buen funcionamiento del almacén.
- Analizar los resultados del almacén y tomar decisiones con base a ellos.
- Elaboración de contratos.
- Programación del personal.
- Realizar compras y venta a clientes exclusivos.
- Atender las sugerencias y reclamos de los clientes.
- Atender el punto de cobro y/o facturación.

Dentro de las características del puesto de trabajo se encuentran.

- No se debe cumplir ningún horario.
- En éste puesto se pueden generar algunas enfermedades profesionales como estrés y enfermedad de tipo visual por exposición a la pantalla del computador y/o registradora.

Apoyo a administración y ventas:

- Apoyar a la en la ejecución de los planes, programas y políticas.
- Establecer los niveles de compras y prioridades
- Evaluar constantemente el sistema de costo, entradas y salidas de mercancías.
- Estar pendiente del servicio de prestado por los vendedores.

- Atender las sugerencias y reclamos de los clientes y en algunos casos remitirla a la administración.
- Atender el punto de cobro y/o facturación.
- Otras que sean asignada por la administración.

Dentro de las características del puesto de trabajo se encuentran.

- El horario regular es de 8:00 AM a 12:00 M y de 2:00 PM a 6:00 PM de lunes a sábado, aunque varía según exigencias del trabajo.
- El puesto de trabajo no posee ciclos repetitivos.
- En éste puesto se pueden generar algunas enfermedades profesionales como estrés y enfermedad de tipo visual por exposición a la pantalla del computador y/o registradora.
- Es un cargo de alta responsabilidad ya que de él depende el buen funcionamiento del almacén en ausencia del administrador.

Ventas y atención al cliente:

- Atención a los visitantes del almacén y ofrecer su colaboración.
- Asesorar a los visitantes en la elección de los productos, dar la información requerida sobre características de los mismos y presentación de otras opciones.
- Atender a los clientes y acompañarlos en la realización de la compra.
- Atender las sugerencias y reclamos de los clientes y en algunos casos remitirla a la administración y/ o asistente del mismo.

- Comunicarle a los clientes el lugar de facturación y pago de la misma.
- Otras que sean asignada por la administración.

Dentro de las características del puesto de Trabajo se encuentran.

- El horario regular es de 8:00 AM a 12:00 M y de 2:00 PM a 6:00 PM de lunes a sábado, aunque varía según exigencias del trabajo.
- En éste puesto se pueden generar algunas enfermedades profesionales como estrés.

PLAN DE COMUNICACIONES EMPRESARIAL

Marco Conceptual

En las últimas décadas, la comunicación empresarial ha sido objeto de muchos estudios y la aplicación de sus teorías ha sido necesaria para poder presentarse ante el mercado y la opinión pública, con el fin de persuadir a un grupo determinado de la sociedad ante un servicio y/o producto.

Los planes de comunicación empresariales se conciben para definir los criterios básicos de comunicación (interna, externa) durante un periodo de tiempo (que para éste caso será de 5 años) los criterios básicos de carácter anual, se fijan en el objetivo general de comunicación.

La comunicación empresarial, mediante su planificación, persigue al menos los siguientes.

Objetivos:

- Presentarse ante un mercado u opinión pública, con el fin de dar a conocer servicios, productos, promociones, programas o actividades que realiza **la** El Almacén Variedades La Fe de Galeras.
- Obtener un espacio estable y definido en los canales de comunicación conforme a un plan previo que de resultados empresariales.
- Contribuir con los objetivos generales de El Almacén Variedades La Fe de Galeras.
- Generar imagen corporativa ajustada a los objetivos generales de El Almacén Variedades La Fe de Galeras.

La estrategia de comunicación de El Almacén Variedades La Fe de Galeras, se apoya en un plan de comunicación externa y otro de comunicación interna.

La puesta en marcha del presente plan de comunicaciones, es con el fin de que ayude al éxito de la planeación estratégica, de El Almacén Variedades La Fe de Galeras y lograr llegar a nuevas empresas y/o personas dispuestas a establecer vínculos comerciales con el almacén y además, lograr una relación amigable entre la empresa, los clientes, las autoridades y la población en general.

En ese sentido se plantea una estrategia que tenga en cuenta el corregir algunas debilidades del almacén.

- Acogerá herramientas que contengan la definición de lo que realmente es imagen corporativa, cultura corporativa, comunicación corporativa e identidad visual con el propósito de ser un Almacén líder en imagen.

- Acudirá a los medios masivos de comunicación como los principales ejecutores de estrategias de divulgación y prensa y como los mejores agentes en la tarea de estar informando permanentemente a toda la población y clientes acerca de lo que ofrece El Almacén Variedades La Fe.

Elementos del plan de comunicación

En el funcionamiento del plan de comunicación, los objetivos en los primeros meses son:

Primera fase:

- a) Diseño de estrategias de comunicación.
- b) Involucrar a todo el personal del almacén.
- c) Establecer una relación con los medios de comunicación.
- d) Mejorar el nivel de imagen del almacén.
- e) Impulsar y dinamizar la política de comunicación.
- f) Perfeccionar el nivel de comunicación interna y externa.

Segunda fase:

- a) Detectar tendencias sobre la evolución de la comunicación.
- b) Formar al personal del almacén en el manejo de la comunicación.
- c) Proporcionar metodología y herramientas para el desarrollo de acciones de comunicación.

Establecimiento de los sistemas de seguimiento y control

Se realiza seguimiento periódico al plan de comunicación. Para determinar la percepción e impacto de este en la consecución de los objetivos previstos.

Parámetros de seguimiento:

- 1) Cumplimiento de objetivos.
- 2) Grado de mejoramiento de imagen del almacén.
- 3) Valoración de la institución.

Política de Comunicación

La administración y el resto del personal de el almacén asumen todas y cada una de las decisiones integradas en la estrategia de comunicación El Almacén Variedades La Fe de Galeras.

Propósito

- Consolidar las acciones de mercadeo, venta y de servicio al cliente de El Almacén Variedades La Fe de Galeras. como proceso ágil y eficaz, en el contexto del marco de la eficiencia y la eficacia empresarial.
- Desarrollar el proceso de promoción de El Almacén Variedades La Fe de Galeras, mediante la publicidad y difusión del mercadeo de la Empresa.
- Desarrollar estrategias de publicidad en el almacén.

Mercadeo de los servicios

Para El Almacén Variedades La Fe de Galeras, su razón de ser la constituye la Compra y venta de artículos varios como son electrodomésticos, calzado ropa, plástico, útiles escolares, y cacharrería en general; brindar un gran surtido de mercancía y buena atención a los clientes.

Publicidad y divulgación

Es el mensaje que envía El Almacén Variedades La Fe, a sus potenciales y actuales clientes es con el fin de informarlos de todo lo que ofrece la empresa, para de esta manera persuadirlos y obtener una conducta esperada, mediante la utilizando medios de comunicación tales como: publicidad externa, folletos, afiches, prensa, radio, TV y correo.

Herramientas claves de promoción

Las herramientas promocionales, que son claves para difundir ampliamente el almacén son:

1. Publicidad.
2. Promoción de servicios.
3. Una buena atención.

Plan de medios publicitarios

Informar sobre los servicios y productos ofrecidos por El Almacén Variedades La Fe de Galeras de manera apropiada a los clientes, potenciales clientes y población

en general, con los medios más adecuados, con el mejor efecto posible entre la relación costos- beneficio.

Actividades

Población a que debe llegar el mensaje es a mujeres, hombres y empresas de los Municipios del departamento de Sucre y en especial de aquellos cercanos al municipio de Galeras.

Área geográfica de la zona urbana y rural de los municipios del área de influencia del municipio de Galera.

Tiempo. La publicidad aparecerá en temporada y en momentos oportunos y en épocas donde se diseñen actividades o eventos especiales patrocinados por el almacén.

Metas de Comunicación: Se pretende que la publicidad abarque un mínimo del 40% de la población que pueda acceder al lo que ofrece el almacén en el área de influencias antes mencionada.

Tipo de Medios. Se utilizara la estrategia de medios mencionados a continuación.

Tabla N° 18. Estrategias de medios de comunicación en el municipio de Galeras-Sucre

ESTRATEGÍAS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL MUNICIPIO DE GALERAS- SUCRE			
MEDIO	CANAL	MERCADO	RESULTADO ESPERADO
TV Local	Comerciales	Abierto, clientes y potenciales clientes.	Mejorar la imagen corporativa del almacén y Aumentar las ventas.
PRENSA, PERIODICOS,	Avisos	Abierto, clientes y potenciales clientes.	Favorecer la imagen corporativa, el conocimiento de los productos y servicios. Estimular el consumo entre los clientes.
RADIO	Anuncios publicitarios del Almacén Variedades La Fe de Galeras.	Abierto, clientes y potenciales clientes.	Dar a conocer los productos y servicios en mercado abierto
	Anuncios	Abierto, clientes y potenciales clientes.	Acercamiento de la comunidad. Mejoramiento de imagen, difusión de productos y servicios.
	Presentaciones, entrevistas	Abierto, clientes y potenciales clientes.	Acercar a la comunidad y Mejora imagen corporativa. Divulgar los productos y servicios del almacén. Promover alto consumo entre los clientes.
VISITA COMERCIAL	Relaciones públicas y comerciales	Estudiantes, empresas y entidades financieras	Divulgación, negociación, contratación y obtención de créditos.

Fuente: Elaboración propia

Presupuesto. Se prevé contar con un presupuesto de \$3.000.000 millones de pesos, para lograr los objetivos del plan, los cuales serán distribuidos según el impacto, las necesidades del almacén y la ocasión.

Pruebas de Medios. Se probará el impacto en la venta y en el logro de los objetivos establecidos.

Modernización de exhibidores y distribución locativa

En busca de mejorar la apariencia de el almacén para hacerse más agradable y atractivos para los visitantes los cuales pueden convertirse en potenciales clientes y acompañado con la atención del personal dispuesto para eso en el Almacén Variedades La Fe, se procede a adquirir algunos enseres y en otros caso a remplazar otros para mejorar la imagen interna de la empresa. Por tal motivo se presenta las necesidades de compra como resultado del análisis interno el cual muestra las cantidades, las características y estilos de los requerimientos; en el caso de los reemplazos estos enseres aunque no tengan cabida en la restructuración locativa del almacén por haber cumplido su ciclo, tienen un valor de salvamento el cual será usado para financiar la adquisición de los nuevos enseres, y así dar un mejor manejo a los recursos financieros de la empresa.

Tabla N° 19. Inversiones

MEDIDAS A TOMAR	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	V. SALVAMENTO
Realizar inversión económica para adquirir 3 Vitrinas.	320.000	660.000	-----0-----
Realizar inversión económica para adquirir 3 Exhibidores de ropa.	300.000	900.000	-----0-----
Venta de 3 Estantes, 4 Canastas de ropa para obtener el valor de salvamento y Realizar inversión económica para adquirir 14 Exhibidores milenios.	150.000	2100.000	250.000
Venta de 13 Muñecas medio cuerpo para blusa para obtener el valor de salvamento y Realizar inversión económica para adquirir 20 muñecas y 4 maniquí enteros.	120.000 y 100.000	2400.000 400.000	650.000
Realizar inversión económica para adquirir 7 Exhibidores de vidrios.	400.000	2800.000	-----0-----
Realizar inversión económica para adquirir 1 Tabla ranurada para reloj y cachuchas.	150.000	150.000	-----0-----
Realizar inversión económica para adquirir 2 Exhibidor de camisa de 5 puestos.	300.000	600.000	-----0-----
Realizar inversión económica para adquirir 2 Tabla ranurada para medias.	150.000	300.000	-----0-----

Venta de 1 Exhibidor en madera para papelería para obtener el valor de salvamento y Realizar inversión económica para adquirir 2 Exhibidor metálico para papelería.	200.000	600.000	150.000
Venta de 1 Exhibidor en madera para correas de una sola cara para obtener el valor de salvamento y Realizar inversión económica para adquirir 1 Exhibidor metálico giratorio.	300.000	300.000	150.000
Realizar inversión económica para adquirir 1 Exhibidor de telas metálico	250.000	250.000	-----0-----
Venta de 1 Mueble de madera con divisiones de madera para exhibir cuadernos para obtener el valor de salvamento y Realizar inversión económica para adquirir 3 Exhibidor de cuadernos.	300.000	900.000	200.000
Venta de 4 Mayas para juguete, bolsos y luces para obtener el valor de salvamento y Realizar inversión económica para adquirir 1 Exhibidor para juguetes, 1 Exhibidor para bolsos y 1 Exhibidor de luces.	300.000 300.000 200.000	800.000	30.000
Venta de 1 Mesa de 2 metros con 2 puestos para exhibir cortinas, toallas, manteles, pañales y uniformes para obtener el valor de salvamento y Realizar inversión económica para adquirir 1 Exhibidor para cortinas, 1 Exhibidor para toallas, 1 Exhibidor de manteles, 1 Exhibidor de pañales y Exhibidor de uniformes.	300.000 300.000 200.000 200.000 300.000	1300.000	20.000
Realizar inversión económica para adquirir 56 Flautas para colgar ropa.	10.000	560.000	-----0-----
Realizar inversión económica para adquirir 96 Ganchos exhibidores de zapato.	1.000	96.000	-----0-----

Implementación Tecnológica

Utilizar por parte del almacén herramientas tecnológicas para realizar registros, facturación y control de inventarios de una manera ágil y más eficientes con el fin de hacer más rápido y efectivos los procesos antes mencionados, al igual que implementar los códigos de barra como mecanismo de actualización de los inventarios de manera simultánea.

Por tal motivo se opta por adquirir equipos acordes a la situación económica y a las necesidades técnicas, operativas y administrativas del Almacén La Fe. Y se presenta la siguiente alternativa teniendo en cuenta lo antes planteado.



R-t470 Caja Registradora Casio
Alfanumérica Con Inventario
Precio: **\$ 687.000**

Vendedor: **OUTLET DIGITAL**

- **Descripción**

Registradora y facturación con control de inventario integrado

200 departamentos

2000 artículos

40 cajeros

3 IVA

Doble pantalla

Impresora térmica

Conexión APC y adaptable lector de barra

Carga y descarga de inventario

Garantía

Envío: Costos a cargo del comprador \$ 80.000

+ R-t470 Caja Registradora Casio Alfanumérica Con Inventario \$ 687.000

TOTAL: 767.000



Combo Lector Código De Barras + Software Completo + Actualización

Vendedor: CAPITALCOLOMBIA_COM

Descripción del lector

Interface USB

Operación manual

Diseño ergonómico

Distancia lectura 3cms

Amplitud lectura 80mm

Soporte lectura code 39, code 128, ean 13, codabar y demás estándares

Garantía de un año

Descripción software

Compatible con Windows 98, millenium, xp 2000, 2003 y vista.

Licencia 100% original

Un año de actualización gratuita

Varios formatos de impresión

Almacena sus códigos en una base de datos

Permite importar y exportar a Microsoft Excel

Funciona con cualquier impresora de inyección, de tinta o láser

Combo Lector De Códigos De Barras Ps2 + Software Original Con

Actualizaciones Gratis Por 1 Año. Precio: \$ 175.000

Envío: Costos a cargo del comprador \$ 50.000

Total \$ 225.000

Asesoría en Implementación de código de barra **\$ 1.100.000**

Costo total de implementación tecnológica **\$ 2.092.000**

PRESUPUESTO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DEL ALMACÉN VARIEDADES LA FE.

Tabla N° 20. Presupuesto

DESCRIPCIÓN	VALOR
Estudio, Investigación Y Formulación Del Plan	1.500.000
Capacitación En Crecimiento Organizacional Y Atención Al Cliente.	800.000
Plan de Comunicación	3.000.000
Implementación Tecnológica	2.092.000
Modernización Exhibidores	15.116.000
Arreglos Locativos y Mejoras en Local.	4.200.000
TOTAL PRESUPUESTO	26.708.000

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO II

BASES TEORICAS

ANÁLISIS EXTERNO

Las organizaciones enfrentan ambientes cada vez más turbulentos, complejos y globalizados. El entorno externo está compuesto por dos elementos: el entorno general (a veces llamado también: entorno remoto) y el entorno sectorial específico (o entorno activo).

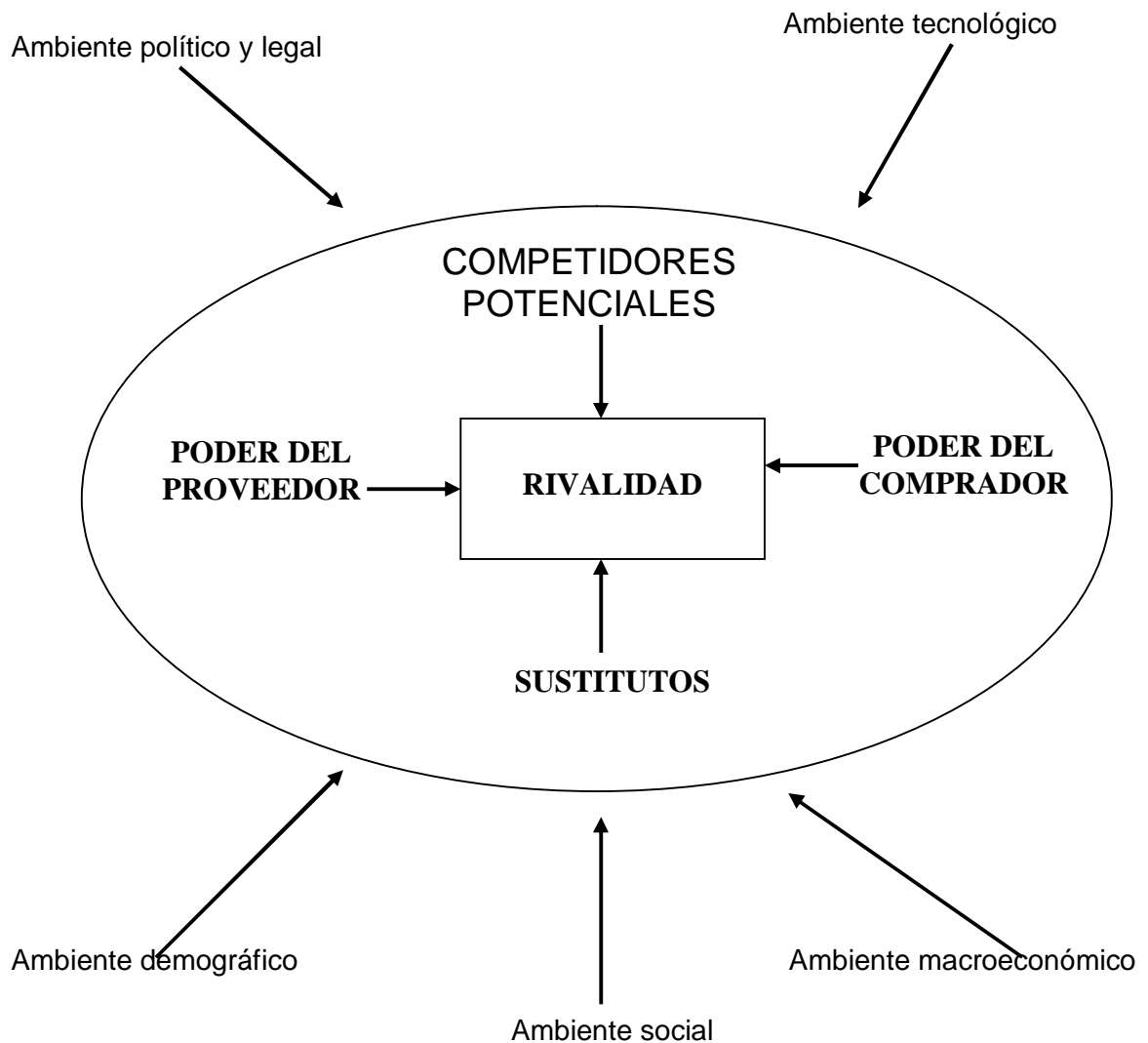
El entorno general, está compuesto a su vez por diversos segmentos o áreas, tales como el demográfico, económico, político, institucional, ecológico, legal, socio-cultural y tecnológico. El entorno específico, es el conjunto de factores que influyen de manera directa en una organización, en sus acciones y reacciones competitivas y de cooperación.

El análisis del entorno general se enfoca en el futuro; el análisis del entorno específico se concentra en la comprensión de los factores y condiciones que influyen en el que hacer actual de la organización.

El concepto básico del análisis del entorno es la identificación de las oportunidades y amenazas. En donde las **oportunidades** son las condiciones del ambiente general que pueden ayudar a que una organización logre desarrollar sus funciones básicas e incrementar su capacidad para contribuir al desarrollo del

país. Las **amenazas** son las condiciones que pueden obstaculizar los esfuerzos de una organización para desarrollar sus funciones y mejorar sus capacidades.

Tabla N° 21. Entorno general y entorno específico



Documento estrategia, planeamiento estratégico, dirección estratégica y pensamiento estratégico.

ESTRATEGIA: se puede expresar que Estrategia es “El conjunto de acciones para lograr la adaptación al medio (en el segmento del medio en donde actúa la organización) de modo tal que permita lograr los objetivos propios y los de la comunidad integrando acciones de máxima que nacen de las oportunidades del entorno, con las de mínima que fundamentalmente dependen de la propia organización”.

Cuando se debe planificar la acción de una organización, cuando se intenta prever un programa de acción, lo que se pregunta siempre es: ¿Cuáles son nuestros objetivos? ¿Para qué encaramos el programa que tenemos entre manos? Sin tener en claro estas preguntas y sus correspondientes respuestas, difícilmente se puede tener éxito en el programa o plan que se diseñe.

Es decir, que para concretar lo que queremos, debemos tener muy claro a dónde queremos ir, es decir: “cuáles son nuestros objetivos”. De lo contrario podemos llegar a cualquier parte cuando iniciamos un proyecto lo principal es preguntarnos ¿a dónde queremos llegar?; ¿para qué deseamos desarrollar el programa?; ¿qué necesidades sociales, comunitarias, económicas, etc., pretendemos satisfacer? La respuesta adecuada a estas preguntas nos permitirán determinar nuestros objetivos. Ellos serán el ¿QUÉ QUEREMOS HACER? Repetimos: Estos constituyen “el QUÉ”. Tales objetivos es necesario expresarlos en términos cuantitativos, para poder saber con exactitud cuándo se alcanzaron. Decir: *disminuir la pobreza en un 40% de sus valores actuales y en un plazo de cinco años*, con lo cual se puede controlar dentro de cinco años si se lograron y de allí concluir si la gestión fue exitosa o se necesita mejorar. Cuando los objetivos se refieren a situaciones complejas, es decir en las que intervienen múltiples variables y, consecuentemente los tiempos para cumplirlos son de mediano o largo plazo, se le da el nombre de “**objetivos estratégicos**”. Pero el entorno en el que se actúa es un entorno dinámico; cambia varias veces dentro del plazo asignado para cumplir con los objetivos estratégicos.

Cualquier acción diseñada para alcanzar los objetivos se verá afectada por la modificación del entorno que es externa a la organización. No se tiene decisión sobre esa modificación y por lo tanto es incierta para quienes planifican. Por ello la definición el hecho que exprese: “...**de acciones para lograr la adaptación al medio...**”, esto es: todas las acciones deben contemplar el entorno como variable permanente, y la capacidad del plan de acoplarse al mismo adecuadamente en todo momento, por lo que no puede ser un plan rígido. Un conjunto de objetivos que no tengan en cuenta la variabilidad del entorno no constituye un conjunto de objetivos estratégicos, pues si a los mismos se les considera estratégicos por ser susceptibles de ser alcanzados en el largo plazo, en las actuales condiciones de dinámica de los entornos, en plazos largos existen muchas posibilidades que los entornos se modifiquen. Y, consecuentemente, si los objetivos fuesen rígidos, se desacoplarían del medio y, entonces las acciones para alcanzarlos no se pueden llamar estrategia. No puedo decir qué quiero hacer si simultáneamente no considero la variabilidad del entorno en el que se desarrollarán las actividades para lograr ese “QUÉ”, es decir: esos objetivos estratégicos.

PLANEACION ESTRATÉGICA

La planeación estratégica, es una herramienta administrativa que ayuda a incrementar las posibilidades de éxito cuando se quiere alcanzar algo en situaciones de incertidumbre y/o de conflicto (oposición inteligente). Se basa en la administración por objetivos y responde prioritariamente la pregunta “Qué hacer”. Situaciones como la creación o reestructuración de una empresa, la identificación, y evaluación de programas y proyectos, la formulación de un plan de desarrollo, la implementación de una política, la conquista de un mercado, el posicionamiento de un producto o servicio, la resolución de conflictos, son ejemplos de casos donde la Planeación Estratégica es especialmente útil.

El método se respalda en un conjunto de conceptos del pensamiento estratégico, algunos de cuyos más importantes principios son:

- Priorización del Qué ser sobre el Qué hacer: es necesario identificar o definir antes que nada la razón de ser de la organización, la actividad o el proceso que se emprende; lo que se espera lograr.
- Priorización del Qué hacer sobre el Cómo hacerlo: identificar las acciones que conducen efectivamente a la obtención del objetivo. Se trata de anteponer la eficacia sobre la eficiencia.
- Visión sistémica: la organización o el proyecto son un conjunto de subsistemas (elementos) que tienen una función definida, que interactúan entre sí, se ubican dentro de unos límites y actúan en búsqueda de un objetivo común. El sistema está inmerso dentro de un entorno (contexto) que lo afecta o determina y que es afectado por él. Los elementos pueden tener su origen dentro del sistema (recursos), o fuera de él (insumos).
- Visión de proceso: Los sistemas son entes dinámicos y cambiantes; tienen vida propia. Deben ser vistos y estudiados con perspectiva temporal; conocer su historia para identificar causas y efectos de su presente y para proyectar su futuro.
- Visión de futuro: el pensamiento estratégico es proactivo; se adelanta para incidir en los acontecimientos. Imagina permanentemente el mañana para ayudar a construirlo o para acomodarse a él: es prospectivo.
- Compromiso con la acción y con los resultados: el estratega es no solamente un planificador; es un ejecutor, concededor y experto que reflexiona, actúa y

avalúa; es un gestor a quien le importa más qué tanto se logra que, qué tanto se hace.

- Flexibilidad: se acomoda a las circunstancias cambiantes para no perder el rumbo, la acción emergente es algo con lo que también se puede contar, así que la capacidad para improvisar es una cualidad estratégica.
- Estabilidad: busca permanentemente un equilibrio dinámico que permita el crecimiento seguro, minimizando el riesgo y la dependencia. Busca la sostenibilidad del sistema y de los procesos.

La Planeación Estratégica, es un proceso de cuatro etapas en las que se van definiendo uno a uno los siguientes interrogantes: (Qué Se Quiere Lograr, En Qué Situación Se Está, Qué Se Puede Hacer Y Qué Se Va a Hacer).

La Planeación Estratégica se puede definir también como un enfoque objetivo y sistemático para la toma de decisiones en una organización. Es un intento por organizar información cualitativa y cuantitativa que permita la toma de tales decisiones. Es un proceso y está basado en la convicción de que una organización debe verificar en forma continua los hechos y las tendencias internas y externas que afectan el logro de sus propósitos.

El modelo estratégico insiste en que una organización debe estar en capacidad de influir sobre su entorno, y no dejarse determinar por él, ejerciendo así algún control sobre su destino.

La Planeación, es para algunos una actividad de diseño que se realiza antes de ejecutar algo. Hoy se comprende más como un proceso permanente que pretende adelantarse a los acontecimientos, para tomar oportunamente las decisiones más adecuadas. Es también, una actitud de mantenerse permanentemente alerta y enterado del curso de los acontecimientos, analizando las circunstancias que se van presentando con el propósito de impedir que tales acontecimientos y

circunstancias desvíen a la organización en la búsqueda de sus objetivos, y por el contrario estar permanentemente aprovechando lo que es favorable para mejorar las posibilidades.

PROCESO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

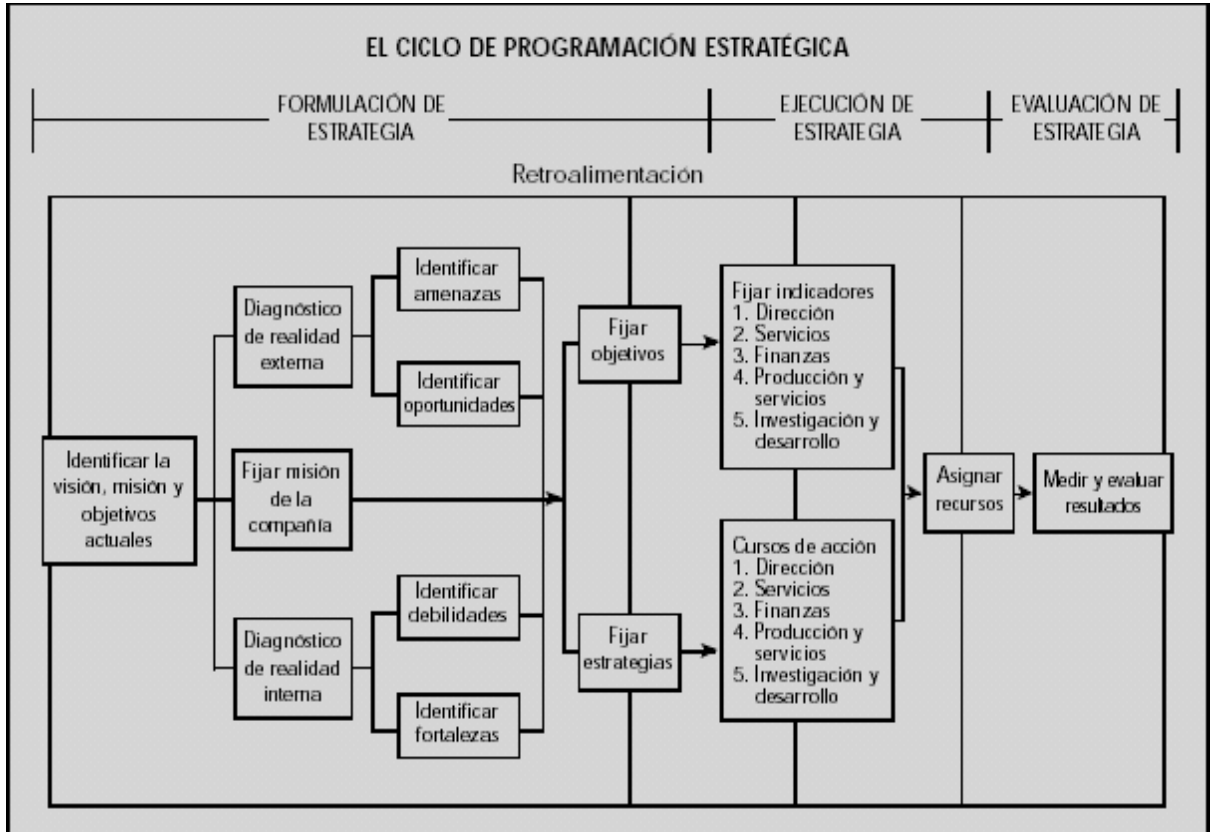
En el proceso de la planeación estratégica interactúan estática y dinámicamente cinco elementos. Así, el análisis de fortalezas y debilidades se realiza respecto de las oportunidades y amenazas externas, y ambos componentes del diagnóstico adquieren sentido únicamente en relación a la misión y visión de la organización. Los objetivos están ligados a las estrategias, las políticas y estructuras organizacionales necesarias para su logro y deben ser evaluados permanentemente para extender o acortar su vigencia o simplemente reemplazarlos por otros objetivos, los cuales a la larga podrían llevar a una nueva formulación de la filosofía de la organización. Cabe hacer, por otra parte, una distinción entre los conceptos de análisis estratégico e implementación estratégica: El **análisis estratégico**, está conformado por la formulación (o reformulación) de la misión, el diagnóstico institucional y el establecimiento de los objetivos estratégicos, siendo éste el punto culminante. La **implementación estratégica** toma como punto de partida a los objetivos y avanza hasta comprender las políticas y cursos de acción e, incluso, el sistema de monitoreo y evaluación del plan.

Tabla N° 22. Proceso de planeación estratégica

PROCESO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA		
FASES	INSTRUMENTOS/ METODOLOGIAS	RESULTADOS
Visión y misión	Diagrama de Abell	Declaración de misión y visión
Análisis externo	Macroambiente Microambiente	Identificación de oportunidades y amenazas
Análisis interno	Recursos / capacidades Aptitudes	Identificación de fortalezas y debilidades
Formulación de objetivos y estrategias	Matriz FODA	Determinación de los objetivos y selección de estrategias
Sistema de monitoreo y evaluación	Indicadores de desempeño	Control de resultados y evaluación de impacto

Desde otro punto de vista, el proceso de programación estratégica puede ser visto como un ciclo, un círculo, con un mismo punto de partida y de llegada, y con tres etapas claramente diferenciadas aunque interrelacionadas: Formulación de la estrategia, ejecución de la estrategia y evaluación de la estrategia.

Tabla N° 23. El ciclo de programación estratégica



VISIÓN: Los valores y la ideología tienen una significación esencial, la declaración de la visión y la misión es el paso más importante del proceso de programación estratégica. Una declaración efectiva de la filosofía de la organización sirve de marco de referencia para la adopción de decisiones estratégicas. La visión es una representación de lo que debe ser en el futuro la organización, en el ámbito de la temática que le compete a la organización. George Morrissey señala que, en su origen, la visión es casi por completo intuitiva. Es una consecuencia de los valores y convicciones del equipo directivo y gerencial. He aquí algunas preguntas, basadas en los planteamientos de Morrissey para la elaboración participativa de la visión:

1. ¿Qué es lo que yo veo cómo clave para el futuro de nuestro país?
2. ¿Qué contribución única debiéramos hacer en el futuro?
3. ¿Cómo podría mi organización modelar dicho futuro?
4. ¿Cuáles son o deberían de ser las formas centrales de actuación de nuestra organización?

5. ¿Cuáles deberían ser nuestras posiciones en cuestiones clave como usuarios, mercados, desempeño, crecimiento, tecnología, calidad del servicio y política laboral, entre otros?

“La visión es la imagen futura que una organización desarrolla sobre sí misma y sobre la realidad sobre la cual trabaja. Por lo general la visión incluye tanto los cambios que se desea lograr. Las cuestiones fundamentales que debe resolver el enunciado de visión son las que aparecen en la tabla siguiente:

Tabla N° 24. Visión. Preguntas claves

VISIÓN: PREGUNTAS CLAVES	
¿Cuál es la imagen deseada?	¿Cómo vemos a la población con la cuál trabajamos?. Es decir, cuál es la situación futura deseada para nuestros usuarios o beneficiarios
¿Cómo seremos en el futuro?	¿Cómo nos vemos en el futuro?. Es decir, cuál será la situación futura de nuestra organización en relación a otras organizaciones.
¿Qué haremos en el futuro?	¿Qué queremos hacer en el futuro?. ¿Cuáles son las contribuciones distintivas que remos hacer en el futuro y/o cuáles son los principales proyectos o actividades que queremos desarrollar

La Visión, es una imagen del futuro deseado que buscamos crear con nuestros esfuerzos y acciones. Es la brújula que nos guiará a líderes y colaboradores. Será

aquello que nos permitirá que todas las cosas que hagamos, tengan sentido y coherencia. La organización en el FUTURO.

MISIÓN: La misión de la organización, por su parte, debe reflejar lo que la organización es, haciendo alusión directa a la función general y específica. Ello hace necesario un esfuerzo por reinterpretar las disposiciones adoptadas a la luz de los nuevos contextos económicos, social y político. La declaración de misión suele abarcar los siguientes elementos:

- El concepto de la organización.
- La naturaleza de sus actividades.
- La razón de su existencia.
- La población objetivo a la que sirve.
- Sus principios y valores fundamentales.

La aplicación principal de la **misión**, es servir como una guía interna para quienes toman las decisiones importantes, y para que todos los proyectos y actividades puedan ser puestos a prueba en su compatibilidad con la misma. En lo externo, la **misión** constituye una plataforma de comunicación dirigida hacia los grupos prioritarios, específicamente hacia potenciales donantes, población beneficiaria de los proyectos o actividades de la organización y otras entidades públicas con las que usualmente se mantienen relaciones funcionales y de cooperación. Una correcta declaración de misión permite:

- Establecer y mantener la consistencia y la claridad del propósito en toda la organización.
- Proporcionar un marco de referencia para todas las decisiones importantes que tome el equipo directivo, así como las otras unidades de la organización.

- Obtener el compromiso de todos los trabajadores a través de una comunicación clara de la naturaleza y el concepto que forman la razón de ser de la organización.
- Atraer la comprensión y el apoyo de entidades y personas externas que sean importantes para el éxito de los proyectos y actividades de la organización.

Para formular una misión se puede utilizar ciertas preguntas genéricas, las cuales ayudan a identificar los elementos clave de la misión. Estas son resumidas en la Tabla siguiente.

Tabla N° 25. La misión: preguntas claves

LA MISIÓN: PREGUNTAS CLAVES	
¿Quiénes somos?	Identidad y reconocimiento legal que otorga legitimidad a nuestra acción
¿Qué buscamos?	Las funciones principales de la organización. Cambios fundamentales que deseamos lograr en el medio en el cual trabajamos. Razón de ser de la organización.
¿Por qué lo hacemos	Valores, principios y motivaciones de orden moral, religioso, político, social y cultural
¿Para quienes trabajamos?	Sectores sociales hacia los cuales se orientan principalmente nuestros esfuerzos

En esta misma línea, una herramienta útil para la formulación de la misión es el enfoque de Derek F. Abell, según el cual una organización debe definir su misión en términos de tres dimensiones:

- ¿A quién se satisface? Es decir, qué personas, usuarios o población objetivo.
- ¿Qué se satisface? Es decir, qué necesidades específicas de los usuarios.
- ¿Cómo se satisfacen las necesidades? Es decir, las destrezas o habilidades mediante las cuales se satisfacen las necesidades de la población objetivo.

La formulación de la misión es determinante para la continuación del proceso de elaboración del plan estratégico, ya que tiene repercusiones sobre: el diagnóstico de la realidad interna y externa de la entidad; la selección de los objetivos estratégicos; y, el diseño de la estructura organizativa.

ELEMENTOS DE LA DECLARACIÓN DE LA MISIÓN

Las declaraciones de misión pueden variar, y de hecho varían, en cuanto a extensión, contenido, formato y especificidad. La mayor parte de los practicantes y estudiosos de la administración estratégica piensan que una estrategia efectiva debe contener unas características o elementos. Dado que el enunciado de la misión suele ser la parte más visible y pública del proceso de la administración estratégica es importante que incluya estos elementos esenciales.

1. Clientes: ¿Quiénes son los clientes de la empresa?
2. Productos, o servicios. ¿Cuáles son los principales productos o servicios de la empresa?
3. Mercados: ¿Dónde compite la empresa?
4. Tecnología: ¿Es la tecnología un interés primordial de la empresa?

5. Interés por la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad. ¿Trata la empresa de alcanzar objetivos económicos?
6. Filosofía: ¿Cuáles son las creencias, valores, aspiraciones y prioridades filosóficas fundamentales de la empresa?
7. Concepto de sí misma: ¿Cuál es la competencia distintiva de la empresa o su principal ventaja competitiva?
8. Interés por la imagen pública: ¿Se preocupa la empresa por asuntos sociales, comunitarios y ambientales?
9. Interés por los empleados ¿Se considera que los empleados son un activo valioso de la empresa?

El compromiso de la compañía para actuar con responsabilidad y éste es simbiótico con su necesidad para preservar y proteger los reclamos esenciales de los miembros internos para la supervivencia sostenida, el crecimiento y la rentabilidad de la empresa.

De otra manera se resume la importante en la declaración de la misión como "una definición duradera del objeto de una empresa que la distingue de otras similares. Donde se señala el alcance de las operaciones de una empresa en términos de productos y mercados". Ésta responde la pregunta básica que hacen todas las estrategias: "¿Cuál es nuestro negocio?". Un enunciado claro de la misión describe los valores y las prioridades de una organización. Al redactar la misión del negocio, los estrategas se ven obligados a analizar la índole y el alcance de las operaciones presentes, así como a evaluar el posible atractivo de los mercados y las actividades en el futuro. La declaración de la misión fija, en términos generales, el rumbo futuro de la organización.

Ciertas investigaciones arrojan que 60% de las organizaciones cuentan con una declaración formal de su misión y que las empresas que obtienen mejores resultados cuentan con declaraciones de su misión mejor elaboradas que las empresas con peores resultados.

La visión contra la misión: Algunas organizaciones elaboran la declaración de la misión y también una de la visión. La declaración de la misión contesta la pregunta, "¿Cuál es nuestro negocio?", mientras que la de la visión contesta a: "¿Qué queremos ser?".

LAS POLÍTICAS: Es un término clave, es decir, el medio que se usará para alcanzar los objetivos anuales. Entre otras cosas, las políticas incluyen los lineamientos, las reglas y los procedimientos establecidos para reforzar las actividades a efecto de alcanzar los objetivos enunciados. Las políticas sirven de guía para tomar decisiones y abordan situaciones reiterativas o recurrentes.

La mayoría de las veces, las políticas se enuncian en términos de las actividades de la gerencia, mercadotecnia, finanzas y contabilidad, producción y operaciones, investigación y desarrollo y sistemas computarizados de información. Las políticas que se establecen a nivel corporativo, se aplican a toda la organización, a nivel divisiones y se aplican a una sola división, o a nivel de funciones y se aplican a actividades o departamentos concretos. Las políticas, al igual que los objetivos anuales, son muy importantes por implantar las estrategias porque delinear lo que la organización espera de sus empleados y de sus gerentes. Las políticas permiten la consistencia y la coordinación entre los departamentos de la organización y dentro de ellos.

BIBLIOGRAFÍA

- Datos SISBEN. Secretaria de Salud Municipal. Galeras. 1998.
- Documento estrategia, planeamiento estratégico, dirección estratégica y pensamiento estratégico. Mg. Ing. Eladio Horacio Olivera Pág. 18.
- FRED R. DAVID, CONCEPTOS DE ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA. México, EDITORIAL: PRENTICE HALL 5ª. Edición, 1997. pp. 4-12.)
- http://www.educar-asesorar.com.ar/pdf/plan_estr.pdf /2005).
- <http://www.misionvisionvalores.com/ernestoyturralde&asociados>
- Latinoamérica copyright © 2008)
- http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2008868/lecciones/capitulo_2/cap2lecc2.htm----universidad nacional 2005 documento planeación estratégica)
- Universidad autónoma del Estado de México, Facultad de contaduría y administración, I.a.e. José Antonio Contreras Camarena./enero 2001. pp. 7- 10)