

**Propuesta de planificación estratégica para la empresa óptica Lafam Visión C.O. de la ciudad de Barranquilla.**



Carlos Isaac Bolaño Berdugo, Jesús Alfonso Mutto Movilla  
Noviembre 2021.

Universidad Antonio Nariño.  
Puerto Colombia - Barranquilla

**Propuesta de planificación estratégica para la empresa óptica Lafam Visión C.O. de la ciudad de Barranquilla.**

AUTORES

Carlos Isaac Bolaño Berdugo  
Jesús Alfonso Mutto Movilla

Proyecto de grado para optar al título de Ingeniero Industrial  
Noviembre 2021.

Tutor.

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO.  
Puerto Colombia - Barranquilla.

**Notas del autor**

Carlos Isaac Bolaño Berdugo, Jesús Alfonso Mutto Movilla, Facultad de Ingeniería Industrial, Universidad Antonio Nariño, Puerto Colombia - Barranquilla.

Cabe mencionar que el proyecto de tesis de grado tuvo colaboración de la empresa Lafam Visión C.O. para su realización.

## TABLA DE CONTENIDO

Índice de Tablas .....	v
Introducción .....	1
Planteamiento del Problema .....	2
Antecedentes del problema .....	3
Formulación del problema .....	4
Sistematización del Problema .....	5
Justificación .....	6
Objetivos.....	7
General .....	7
Específicos .....	7
Marco Referencial.....	8
Marco Teórico.....	13
Marco Conceptual.....	20
Marco Legal.....	21
Marco Metodológico .....	23
Diseño de la Investigación.....	23
Método de Investigación. ....	23
Diseño Metodológico. ....	24
Población. ....	25
Muestra y Muestreo.....	25
Recolección y Análisis de Datos.....	25
Técnicas de procesamientos de datos.....	25
Fuentes de la Información. ....	26
Fases y Actividades Metodológicas .....	26
Cronograma de Actividades .....	27
Presupuesto de Investigación.....	28
Desarrollo y Resultados Objetivo Específico 1 .....	29
Caracterizar la información necesaria que servirá para el desarrollo de un plan estratégico y diagnosticar a la empresa Lafam Visión C.O. ....	29
Diagnóstico del modelo actual de negocio .....	30
Herramientas de diagnóstico para la gestión de los procesos.....	38
Resultados Objetivo Específicos 1.....	41
Desarrollo y Resultados Objetivo Específico 2 .....	42
Plantear nuevas estrategias de mercado tanto internas como externas de la empresa Lafam Visión C.O. ....	42
Cinco fuerzas de PORTER .....	43
Estrategia Corporativa .....	49
Resultados Objetivo Específico 2 .....	51
Desarrollo y Resultados Objetivo Específico 3 .....	52

Diseñar herramientas de apoyo, evaluación y control para el manejo de la información de la empresa Lafam Visión C.O. ....	52
Indicadores para Seguimiento y Control .....	57
Resultados de las encuestas a clientes .....	58
Resultados Objetivo Específico 3 .....	67
Conclusiones .....	68
Lista de referencias .....	69

## Índice de Tablas

Tabla 1 Normatividad Legal.....	21
Tabla 2 Elaboración Propia .....	22
Tabla 3 Actividades Metodológicas.....	26
Tabla 4 Cronograma de Actividades.....	27
Tabla 5 Presupuesto de Investigación.....	28
Tabla 6 Proceso CANVAS Optica Lafam Visión C.O. ....	33
Tabla 7 Matriz MEFI.....	36
Tabla 8 Matriz de Factor Externo .....	37
Tabla 9 Matriz DOFA .....	46
Tabla 10 Análisis PESTEL.....	48
Tabla 11 Plan de Acción .....	56
Tabla 12 Indicadores Para Seguimiento y Control .....	57

## Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Pilares Estratégicos .....	18
Ilustración 2 Modelo Canvas .....	32
Ilustración 3 Matriz MEFE - MEFI .....	34
Ilustración 4 SIPOC .....	39
Ilustración 5 Modelo Flujograma de flujo .....	40
Ilustración 6 Cinco fuerzas de PORTER.....	43
Ilustración 7 Matriz PORTER Lafam Visión C.O.....	44
Ilustración 8 Análisis DOFA .....	45
Ilustración 9 Análisis PESTEL .....	47
Ilustración 10 Precio del Dólar desde el 28 de Julio de 2021 hasta el 25 de Octubre de 2021 .....	49
Ilustración 11 Forma de integración de las estrategias corporativas .....	50
Ilustración 12 Formulario encuesta cliente.....	58
Ilustración 13 Edad de la población .....	59
Ilustración 14 Asistencia por sexo (Genero) .....	60
Ilustración 15 Con qué frecuencia asiste a una óptica .....	61
Ilustración 16 Cuales es la frecuencia de realizarse un examen visual.....	62
Ilustración 17 Cual sería el costo que pagaría por una consulta .....	63
Ilustración 18 Método empleado en la corrección visual.....	64
Ilustración 19 Que métodos utiliza por corrección visual. ....	65
Ilustración 20 Que le gustaría encontrar en una óptica .....	66

Línea de Investigación

Productividad, Competividad e Innovación.

Tema

Propuesta de planificación estratégica para la empresa óptica Lafam Visión C.O. de la ciudad de Barranquilla

*(Dedicatoria)*

*A mis padres que aunque no estén conmigo sé que desde el cielo me envían sus bendiciones esto es por ustedes; a mis hermanas Jarelsy y Yarcelis Bolaño Berdugo, a mi esposa Tatiana Mutto y a mis hijas Luciana y Jharel Bolaño Mutto.*

*Carlos Bolaño.*

## **Agradecimientos**

En primer lugar agradecemos a Dios por proveer de coraje, sensatez y sabiduría, para superar cada uno de los obstáculos que fueron surgiendo en el camino y así poder lograr nuestras metas y objetivos. En segundo lugar a mi familia principalmente a mis padres Idelfonso Mutto y Onamia Movilla, mis abuelos y a mis tios Luis Ricardo Movilla y Erick Smeli Mutto, por el apoyo incondicional, moral y económico que me brindaron desde que se inició nuestro estudio ya que sin ellos esto no podría haber sido posible. En tercer lugar a todos los profesores y compañeros que me animaron y ayudaron durante el trayecto de este camino educativo, por el trabajo en equipo y el realizado en la construcción de nuestro proyecto y por compartir todos sus conocimientos y transmitirlos hacia nosotros.

Jesús Mutto.

## Resumen

El comercio hoy en día es cada vez más exigente y en la sociedad con la creación de las empresas deben tener una inclinación hacia la innovación y actualización de los procesos en estas, las cuales va de la mano al crecimiento exponencial de la humana y del cambio tecnológico. En las empresas las cuales están dedicadas a buscar la forma de competir y sobrevivir en el mercado, es por eso que con la implementación de estrategias como la planeación estratégica, la cual como solución a los problemas que se presentan en ella de una forma u otra deben ser competitivas si no desapareen. Para la empresa Optica Lafam al implementar esta herramienta podrá obtener sus metas alcanzando una estabilidad corporativa y funcional.

***Palabras claves:*** creación de empresa, estrategias, innovación, estratégica investigación de mercados, estructura organizacional, elaboración y comercialización de productos ópticos, plan de mercadeo, plan de negocio, planeación, venta de lentes.

### **Abstract**

Today trade is increasingly demanding and in society with the creation of companies they must have an inclination towards innovation and updating of the processes in these, which goes hand in hand with the exponential growth of human and change technological. In companies which are dedicated to finding a way to compete and survive in the market, that is why with the implementation of strategies such as strategic planning, which as a solution to the problems that arise in it in one way or another they must be competitive if they don't disappear. For the Optica Lafam company, by implementing this tool, it will be able to achieve its goals, achieving corporate and functional stability.

**Keywords:** *business creation, strategies, innovation, strategic market research, organizational structure, development and marketing of optical products, marketing plan, business plan, planning, sale of lenses.*

## Introducción

Hoy en día la exigencia del ser humano con respecto a las cosas que se compran es mayor, por otro lado la búsqueda de un cliente se torna cada vez difícil; En este punto las organizaciones deben mirar internamente y externamente con el fin de poder hacer una reestructuración dentro de sus procesos y poder ser más competitivas en este mercado tan exigente.

Sin embargo existen formas de poder hacerlo, como es la implementación de una buena planeación estratégica enfocada en apoyar esos puntos críticos de los procesos que tiene cada empresa; *“La planeación estratégica es el proceso de crear y mantener un buen acoplamiento entre los objetivos y los recursos de una compañía y las oportunidades en evolución del mercado”* (Gutierrez & Nuñez, 2019).

Ahora bien, basados en esta planeación se reorganiza dicho proceso y lo encamina hacia el cumplimiento de unas metas, para la Óptica Lafam Visión C.O como empresa y en busca de poder alcanzar sus metas y poder satisfacer las necesidades de un cliente con la actual competencia que existe, pretende atacar ese o esos puntos críticos para darle cumplimiento a su objetivo principal.

Por otro lado, las estrategias utilizadas en la actualidad pueden ser uno de los factores que esté afectando la productividad de la empresa; por tal razón la Óptica Lafam Visión C.O para competir en este mercado cambiante deberá afrontar cambios en sus procesos.

## Planteamiento del Problema

En cuanto al fracaso que han tenido ciertas organizaciones de la misma índole, se ve asociado a la falta de conocimiento que estas han tenido; ellas son incapaces de ver más allá de su entorno o su ambiente. *“La cuarta revolución industrial incluye un nuevo reto para el mercado mundial de gafas: debido a que todo se manejará electrónicamente a través de dispositivos digitales, es necesario proteger los ojos del brillo de las pantallas de los equipos digitales”* (portafolio.co, 2020).

Es de resaltar que la industria óptica a nivel nacional, con las grandes dificultades que esta tiene de lugares lejanos de difícil acceso donde se concentran gran parte del mercado a explotar, trayendo consecuencias a los servicios prestados; este tipo de mal servicio prestado afecta a las demás empresas que se dedican a este tipo de negocio, con exactitud las demoras en los trabajos que se les entregan a los clientes hace parte de este problema.

Hay empresas que han aprovechado, madurado con respecto a centrarse en esos factores. Sabemos que *“el negocio de las ópticas, que por muchos años estuvo en manos de grupos familiares o independientes, se ha enfrentado a un reacomodo que hoy lo tiene en la mira de grandes multinacionales interesadas en aprovechar el potencial que existe no solo en el país sino en la región”* (semana.com, 2017).

Cabe resaltar que la misión que tienen las ópticas en Colombia es surtir un mercado con altas expectativas de calidad, para la óptica Lafam visión C.O. al ser una empresa responsable en este punto busca como abarcar clientes en lugares cada vez más lejanos, tratando de cumplir con las necesidades de esas personas que necesitan dicho servicio.

## **Antecedentes del problema**

Según publicación de la Universidad Santo Tomas su investigador expresa que para *“lograr un aumento exitoso en la productividad de una empresa es necesario entender los problemas a los que se está enfrentando y a su vez, implementar una estrategia en gestión para aprovechar al máximo sus recursos y procesos”* (Polentino, 2021). Hoy en día con todo lo que ocurre a nivel mundial y las medidas de protocolos de bioseguridad las personas en los rincones más lejanos algunos son precavidos otros no lo son, por este motivo se hace necesario buscar acciones que puedan ayudar al acercamiento con las personas.

Con esta pandemia se han venido muchas normas nuevas las cuales se deben cumplir para seguir prestando un servicio con calidad y sin disminuir la eficiencia que tiene en el momento la empresa Lafam Visión C.O además asociados en la construcción de una planeación específica que posee la compañía podemos decir que basados en la publicación de la Universidad del Valle donde sus investigadores expresan que la planeación estratégica es una *“herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones en las organizaciones en torno al quehacer actual y el camino que debe recorrer en el futuro, logrando la mayor eficiencia, eficacia, calidad de los bienes y servicios que provee”* (Gutierrez & Nuñez, 2019). Dicha herramienta al ser manejada de forma organizada la organización puede alcanzar los más altos estándares de calidad y productividad.

Cuando hablamos de una planeación estratégica implementada en una óptica esta ayudaría a que el negocio sea próspero y que perdure en el tiempo, claro teniendo en cuenta que se debe

desarrollar el plan estratégico al pie de la letra buscando una adaptación al cambio cuyos aportes teóricos recopilados en esta investigación servirán de soporte para la construcción de este.

Por lo cual la publicación de la Universidad del Valle sus investigadores, afirman que por medio de *“un análisis del entorno y del sector que permite identificar las oportunidades y amenazas en el mercado”* (Martinez & Navarro, 2016). Con la buena estructuración de los procesos empresariales y su continua actualización dentro de un ciclo de mejora continua por medio de estos análisis podemos crear planes más especializados y atacar ciertos puntos que son amenazas bien si estas se puedan convertir en oportunidades.

Es por eso que el manejo de este tipo de organizaciones deben de dejarse a manos astutas con amplio grado de madures que puedan definir un horizonte amplio y enmarcado de nuevas aperturas económicas para la organización. En Colombia las mipymes son consideradas impulsadoras o generadoras de fuentes de empleo, por consiguiente la publicación de la Universidad Libre de Pereira sus investigadores comentan que *“las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) representan el 94% de los negocios legales del país y el 33% emplean la población ocupada”* (Cañas & Tovar, 2018).

### **Formulación del problema**

Cabe resaltar que la información recolectada para soportar la investigación ha sido la adecuada orientando a los investigadores a tomar un rumbo en dicha investigación. Gracias a esto se formula la interrogante *¿Cuál sería la propuesta de planificación estratégica adecuada para la empresa óptica Lafam Visión C.O. de la ciudad de Barranquilla?¿Que estrategias serian*

adecuadas para el desarrollo de un buen plan estratégico que será implementado en la empresa Lafam Visión C.O.?

### **Sistematización del Problema**

Basados en la información exterior se plantea nuevas interrogantes asociadas al cumplimiento de los objetivos de la organización donde se pretende diseñar un plan estratégico a la empresa Lafam Visión de acuerdo al análisis interno y externo, que permita captar nuevos clientes, además de ¿Cómo poder caracterizar la información necesaria que servirá para organizar el plan estratégico y diagnosticar a Lafam Visión C.O.? Sin podemos, plantear nuevas estrategias de mercado tanto internas como externas de la empresa Lafam Visión C.O.? ¿Cómo diseñar herramientas de apoyo, evaluación y control para el manejo de la información de la empresa Lafam Visión C.O.?

## Justificación

Cabe resaltar que la planeación estratégica es una base principal para poder estar al tanto y competitivo en el mercado, demostrando que este puede dar soluciones a los problemas que están en la compañía.

Si vemos bien este sector oftalmológico no ha sido profundamente explotado, sin embargo *“el interés no es menor, pues se trata de un sector que, de acuerdo con estimativos de los empresarios, mueve al año más de US\$500 millones, un dato que ratifican estadísticas de la consultora internacional Euromonitor, según la cual la cifra en 2016 fue de US\$490 millones, mientras en 2011 había sido de US\$330 millones, lo que representa un crecimiento de 48%”* (semana.com, 2017).

Es por eso con la búsqueda de conceptos que soportan a la creación de esta investigación podemos llegar a un punto de apoyo en la información, trabajándolas dentro de matriz de análisis interno y matriz de análisis externos, las fuerzas de Porter, podemos entender este mercado cambiante y exigente a la vez que la tecnología es actualizada, dándole al cliente el poder de empoderarse, adquiriendo el rol y amoldarse a las nuevas necesidades que se han creado

Por lo anterior es factible que la economía de este sector se beneficie en todo sentido. *“Para el caso de la economía colombiana, esta se viene recuperando desde el segundo semestre del 2020, dejando atrás una contracción de 7,2% el año pasado, en 2021 y 2022 se espera lograr unos crecimientos de 4,8% y 3,8%, respectivamente”* (datacreditoempresas.com.co, 2021).

## **Objetivos**

### **General**

Diseñar un plan estratégico a la empresa Lafam Visión de acuerdo al análisis interno y externo, que permita captar nuevos clientes.

### **Específicos**

Caracterizar la información necesaria que servirá para el desarrollo de un plan estratégico y diagnosticar a la empresa Lafam Visión C.O.

Plantear nuevas estrategias de mercado tanto internas como externas de la empresa Lafam Visión C.O.

Diseñar herramientas de apoyo, evaluación y control para el manejo de la información de la empresa Lafam Visión C.O.

## Marco Referencial

Cabe resaltar que el marco referencial como *“eje transversal de toda la investigación para que el investigador identifique la teoría consolidada sobre las hipótesis que giran alrededor del proyecto; y de ahí identificar vacíos académicos y procedimentales alrededor del problema”* (crasesoresproyectos.com, 2020). Además en este se presentan las teorías e investigaciones más relevantes del tema en discusión, donde se identificaran palabras claves alimentando el léxico tanto del lector como del investigador.

Dentro de este uno de los pilares que soportara dicha investigación se basa en los antecedentes que posean una antigüedad relativa con el fin de poder establecer un límite de tiempo y dicha información sea actual, dentro de estos antecedentes se dividirán en tres partes internacional, nacional y local, así se sabrá que afectaciones se ha tenido desde un nivel mayor a uno mejor.

Sin embargo, al incluir un marco teórico en base a este se construirá un soporte a la investigación, en este se debe recopilar los análisis de las diferentes investigaciones que estén relacionadas con el problema propuesto, teniendo en cuenta de forma estricta que las fuentes que se tomen sean confiables. Otro de ellos será el marco conceptual donde se expondrá conceptos nuevos que sea de fácil entendimiento para el lector.

### Antecedentes internacionales

Dentro de las publicaciones de la Universidad de los Andes en Perú, su investigador comenta que en *“el proceso de modernidad por el que vienen atravesando actualmente la mayoría de los países del mundo, conlleva en todos ellos cambios profundos en su quehacer*

*político, económico y social, sobre todo como consecuencia de la globalización y los constantes avances tecnológicos” (Fretel, 2019).*

Estos avances han venido tomando fuerza haciendo que este mercado sea cada día más competitivo, sin embargo la publicación de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión de Perú, su investigador manifiesta que *“una organización puede crecer sin plan estratégico, pero las probabilidades de no lograr las expectativas generadas se incrementan. Asimismo, las funciones de los gerentes de estas empresas suelen concentrar su trabajo diario en apagar incendios, lo cual les impide evaluarse” (Capcha, 2019).*

A raíz de toda la información que se debe organizar con el fin de poder se debe trabajar en el pensamiento estratégico que se tendrá para buscar la solución a pequeños problemas, porque con la creciente ola de competencia que se encuentra en el mercado y la incertidumbre por innovar, donde la visión organizacional, requiere de un gran impulso de acciones para llegar a unas metas propuestas.

Basados en la publicación de la Universidad Regional Autónoma de los Andes, su investigadora expone que un *“modelo de Plan de Marketing, se obtendrá grandes beneficios, con la aplicación de los conocimientos técnicos, y permitiendo crear fuentes de trabajo” (Freire, 2017).* Con esta estrategia la compañía podrá incurrir en un nuevo mercado buscando que su ampliación este acorde con su capacidad de producción y su planta de personal.

Para algunos las estrategias utilizadas en las empresas no son tan efectivas como las experiencias vividas, para otros las siempre andan diseñando estrategias la cual podrá tomar la decisión a futuro de actualizarla o continuar con la misma. En algunas organizaciones cuando contratan un servicio de consultoría para tomar decisiones con respecto a la competencia. Pero en base al plan estratégico donde este se comporta como el mapa, la empresa debe desarrollar ciertas

actividades para la toma de decisiones de una forma intuitiva soportándose con el análisis de cada uno de sus procesos.

#### Antecedentes nacionales

Cabe resaltar que dentro de las investigaciones realizadas por varias universidades en el tema de la planeación estratégica que refieren a las empresas de ópticas en Colombia, algunas de ellas se han enfocado en ciertas partes para dar apoyo a un tema amplio, como es el caso de la publicación de las Universidad Santo Tomas de Bucaramanga donde sus investigadores expresan que *“en el estudio de cinco fuerzas competitivas que son: la amenaza de nuevos competidores, la rivalidad entre los competidores, poder de negociación de los proveedores, poder de negociación de los compradores y amenaza de ingreso de productos sustituto”* (Alvarez & Quiñonez, 2020). Debemos tratar de fortalecerlos los cuales pueden afectar a la empresa sino se realiza un análisis profundos de los mismos.

Dentro de lo que se ha comentado anteriormente cuando se aplica una buena planificación a la organización está en su crecimiento busca que los beneficios que se obtengan apoyen las iniciativas de mejoramiento continuo con las buenas practicas que se impartan en ella, haciendo que su posicionamiento y visión crezcan, por eso la publicación de la Universidad del Valle donde sus investigadores manifiestan que *“las empresas se han buscado métodos y estrategias para mantener y mejorar su situación en los mercados en donde tienen injerencias sus operaciones, es importante trazar un horizonte”* (Gutierrez & Nuñez, 2019). Nos ayuda a soportar sobre la necesidad de tener un plan estratégico en las empresas no importa tan grande o pequeña que sea.

Por otro lado, cuando las organizaciones no se enfocan como es debido su existencia estará contada, lo mejor es dar los esfuerzos que sean necesarios para que la empresa pueda ser

competitiva y duradera en el mercado; teniendo en cuenta que desde la ley 825 de 1954 la optometría en nuestro país ha tenido luchas por salir adelante.

Sin embargo, cuando nos referimos a las publicaciones de la misma Universidad Santo Tomas de Bucaramanga, nos referimos a la investigación donde su autor manifiesta que *“es necesario que una organización se proponga metas claras, ya que de no ser así los empleados estarían perdiendo su tiempo apoyando un proceso en vano”* (Polentino, 2021). Donde se debe reforzar en el servicio al cliente ya que la satisfacción del mismo es el que impulsara a la empresa a ampliar su nicho de mercado. Con estas mejoras la organización buscaría escalar en un mejor posicionamiento con mejores oportunidades tanto local como regional.

#### Antecedentes locales

En así como en la zona de puerto Colombia según investigación de la Universidad del Zulia donde sus investigadores expresan sobre la planificación estrategia y afirman que *“los retos a los que se enfrentan las empresas modernas donde la innovación es el eje transversal de sus prácticas cotidianas, crea en las pymes, la necesidad de interiorizar nuevos esquemas de dirección que le permitan redefinir sus estrategias”* (Peralta & Cervantes, 2020).

Sin embargo, las microempresas deberán estar actualizadas con la tecnología para poder competir como cualquier empresa u organización grande, esto haría que ella puedan ser reconocidas en el mercado y podrían realizar ampliaciones en un futuro generando empleos a la región; además es algo inevitable que los cambios tecnológico en una era de revolución industrial ha evolucionado a la revolución tecnológica. El esfuerzo que deben hacer en este momento es buscar o definir que acciones serian importantes para que esas innovaciones puedan ser realizadas

y convertirlas en algo real, con la creación de espacios de apoyo que serán liderados por los propios trabajadores.

Por otro lado las investigaciones de la Universidad de la Costa su investigador comenta que *“en el desarrollo organizacional, las empresas familiares deben enfocar sus esfuerzos hacia estrategias específicas que les permitan mantenerse de manera competitiva y a largo plazo en el mercado, dichas estrategias deben favorecer a la evolución de la comunicación”* (Guzmán, 2017).

## Marco Teórico

Para poder soportar dicha investigación debemos exponer las teorías las cuales nos ayudaran a soportar la investigación, estas teorías como la publicación de la Universidad EAFIT donde sus investigadores afirman que *“el sector de las Mipymes en Colombia representa el 96% del número total de empresas del país, aportan cerca del 25% del PIB y generan el 80% de los empleos, mientras que en economías desarrolladas pueden llegar a aportar entre el 50-60% del PIB”* (Llano & Suárez, 2019).

Debemos tener en cuenta que la economía en Colombia se está reactivando después de una pandemia, lo que ha provocado que las micros empresas puedan desarrollar habilidades estratégicas y planes los cuales pudieron llegar a otro nicho del mercado.

Sin embargo las publicaciones de las Universidad de Ibagué resalta a su investigador por expresar que *“la organización podrá establecer estrategias que permitan mejorar sus falencias y fortalecer sus potenciales, para tener ventaja frente a sus competidores directos e indirectos”* (Cortés, 2018). Donde sus principales retos empresariales asociados a buscar estar a la par de la innovación tecnológica, en este sentido de ideas la globalización han ayudado a las pequeñas empresas a convertirse en pequeñas organizaciones; sin tener en cuenta que el aumento productivo en el mercado en los últimos años ha sido relativo.

Sabemos que la importancia que tienen las micro y medianas empresas, se debe tener la claridad de los al momento de crear un plan estratégico porque esto podría llevar a la terminación de la empresa, o que siga en el mercado. Muchas de estas compañías han creado planes de forma empírica basados en la experiencia algo informal con pocos recursos y de forma independiente,

para que la Óptica Lafam Visión C.O. pueda salir adelante con todo debe integrar todos sus departamentos en uno solo, para llevar el control de todas sus actividades.

Con el fin de determinar el diagnóstico de las empresas nos basamos en el análisis de la compañía bajo unas herramientas de uso que permite mostrar cómo se encuentra su situación, una de ellas es *“la matriz DOFA (o FODA, o DAFO) es una herramienta estratégica de diagnóstico que permite vislumbrar en qué situación se encuentra una organización, este conjunto de documentos describe los aspectos principales de este análisis y sus aplicaciones”* (Palacios, 2016). Dichas herramientas ayudan a las organizaciones a orientarse a ver una perspectiva diferente de las cosas, y esta deberá aprovechar que este análisis la pueda impulsar a ampliar su mercado.

Por otro lado para investigadores la planeación estratégica se basa en las buenas estrategias que se pueden montar, primero hay que saber si los administradores están preparados a realizar la evaluación con la sinceridad del caso, para ello su formación debe ser constante y apuntada al sentido de pertenencia hacia la organización. Si sabemos todos hacia dónde vamos, buscaremos la forma de llegar, encontrar esta respuesta es simple cuando desarrollamos una DOFA de la organización enfocada a la superación de los competidores, como responderle a un mercado cambiante y saber aprovecharlo.

Dentro de algunas publicaciones por editoriales los escritores se basan que *“la estrategia de una compañía consiste en las medidas competitivas y los planteamientos comerciales con que los administradores compiten de manera fructífera, mejoran el desempeño y hacen crecer el negocio”* (Thompson & Gamble, 2012). Estas estrategias al ser ejecutadas detenidamente lleva a la organización a seguirse a unas reglas las cuales se van convirtiendo en parte de esta siendo más

adelante una buena práctica, cambiando así el clima de la organización que este se torne más amigable y productivo.

A diferencia de la publicación de la Universidad del Valle sus investigadores comentan que *“los tiempos han cambiado y han entrado múltiples competidores al mercado, convirtiéndolo en un sector automatizado; a pesar de los nuevos vientos la óptica sigue siendo administrada de la misma manera”* (Martinez & Navarro, 2016). Hoy en día todos sabemos que con la nueva revolución tecnológica 4.0 ha hecho que las organizaciones busque la forma de evolucionar a un estado tecnológico aplicando técnicas las cuales les ayuda a tener más control de sus actividades. Sin embargo, las empresas primero deben aceptar ese cambio para que sea efectivo y poder ser competitivas en el mercado.

La verdad es cierta la pandemia del Covid-19 provoco a las empresas a buscar herramientas ya que este coloco en riesgo la integridad empresarial a tal punto de desaparecerlas, por ello las futuras investigaciones de las organizaciones apuntan a la innovación y a utilizar herramientas tecnológicas, en la situación actual que *“nuestra organización sea capaz de definir un Plan Estratégico que le permita conseguir, a pesar de las circunstancias, sus objetivos prioritarios, es absolutamente fundamental”* (isotools.org, 2020). Esto quiere decir, que empresa que no este de la mano de las actualizaciones podría desaparecer, ya que esos nuevos competidores que nacieron en la época tecnológica o han cambiado para ser más competitivos podrían absorber a otras.

A menudo pasa que las empresas tratan de implementar estrategias que las llevan a realizar cambios drásticos en su estructura tanto física como de personal, cuando estas tratan de implementar la automatización sus empleados a veces no están asociados al cambio se vuelven un poco tensos al cambio pensando que este puede ser un motivo de cambio y no se

actualización. En definitiva las organizaciones que replanteen sus estrategias y puedan conseguir una estabilidad en el segundo semestre de este año, podrán sobrevivir técnicamente hablando, a este mercado revolucionario.

Cabe resaltar que para algunos *“la Planificación Estratégica es una herramienta que tiene como finalidad identificar y analizar la realidad más actual, para ser capaces de diseñar unos objetivos futuros que permitan a la empresa seguir desarrollándose y creciendo, según sus propios medios y capacidades”* (isotools.org, 2020). Todos creen que es sencilla su implantación pero el toque es tener un enfoque sistemático de análisis interno y externo de la organización. Todo esto es importante ya que le indica a la dirección un soporte para tomar decisiones.

Dicha herramienta de diagnóstico dentro de su entendimiento y el analista mira detenidamente el camino a tomar, centrando las fortalezas estableciéndolos como una pared que afrontara los problemas que intenten afectarla. Sin embargo dentro de las ventajas que tiene la implementación de la planeación estratégica se centra en la optimización de recursos tanto humanos como de materiales y financieros, disminuye la duda que se presenta del futuro organizacional, se prepara para cualquier novedad tomando decisiones con firmeza todo esto bajo un sistema de mejora continua.

Teniendo en cuenta que *“en cada momento que nace una Pyme, independientemente del sector al que pertenezca, la mayoría de estas pequeñas y medianas empresas, trazan su vida comercial a través de una planificación estratégica la cual aplican de manera formal o informal”* (crowe.com, 2020). Esto es algo que hacemos sin saberlo pero más nacieron empresas innovadoras gracias al efecto que causo el Covid-19 a nivel mundial y en nuestro país modifíco esa plan estratégico a llevar las dónde está el cliente, lo que hoy llamamos atención en casa.

Hay algunos aspectos que se deben tener en cuenta dentro del proceso del plan estratégico uno de ellos es tener un pensamiento creativo e innovador con unas habilidades especiales que resalten en los diferentes niveles de la empresa; además al incorporar a los proveedores dentro de este proceso permite traer es punto externo de la organización a convertirse en un factor interno.

Recordando que la *“planeación estratégica es un proceso de gestión empresarial. Este procedimiento permite establecer los pasos a seguir para conseguir determinados objetivos. Incluye todos los procesos para medir los resultados de la planificación y realizar un análisis para mejorar de forma continua”* (berlitz.com, 2020). Lo cual sus aportes o beneficios se convierten en acciones que optimicen los recursos actuales, permitiéndole que su actuación sea siempre preventiva; esta hace que el equipo de trabajo valla en la dirección correcta, incrementando la rentabilidad empresarial.

Una de las cosas que tiene la implementación de la planificación estratégica es que extiende la vida de la organización, sus proyecciones serían más acertadas, su organización y satisfacción laboral incrementarían entrándola en una estasis de competitividad con una estructura coordinada aumentando su eficacia y eficiencia. *“Si bien es cierto que no se puede predecir el futuro, la planificación estratégica ofrece herramientas para la formulación de políticas exitosas en aras de frenar el impacto ante la crisis de acuerdo a la incertidumbre que se vive”* (/reciamuc.com, 2020). Esto hace que la empresas debe prepararse bien donde pueda mejorar y evolucione con certeza y pie firme.

Basados en investigaciones al proponer estrategias que hagan que el desarrollo de las empresas pueda enfrentarse a retos y desafíos sin importar las variables del exterior es sumamente difícil, por ello la creación de pilares estratégicos dentro de la organización da el soporte y la confianza en la toma de decisiones. Por ello al liderar procesos que deban impulsar la

competitividad de la empresa, se les debe hacer un constante seguimiento a su entorno, en este caso una de las herramientas es el análisis PESTEL, la cual busca alianzas y fortalece el medio.

### Ilustración 1 Pilares Estratégicos



**Fuente 1 (porkcolombia.co, 2019)**

*Nota: Toda empresa debe conocer cuáles son sus pilares estratégicos para poder reinventarse en el mercado.*

Algunos de los modelos que usan las organizaciones se basan en el análisis de la información con herramientas tales como el Balance Scorecard quien al basarse en un cuadro de mando local apunta al encuentro de una perspectiva diferente en el ámbito financiero, procesos, clientes y aprendizaje. Además al contar con otra herramienta como es la del mapa estratégico de forma visual muestra todo el panorama y su estructura del plan de acción, buscando que todos los niveles organizacionales aporten algo.

Sin embargo el análisis FODA da un análisis profundo de la organización dándole la fortaleza a los pilares apoyando a los cuadrantes enfocándolo en el desarrollo del plan adecuado de acciones. Por lo que se concierne dentro de las herramientas se encuentran el análisis PEST realiza un análisis mayor o a gran escala del mercado; en cambio el análisis de brechas analiza la posición actual de la organización en el mercado, determinando su posible futuro. Otra de estas es la Blue Ocean Strategy basados en un modelo de búsqueda estable de una situación propone el desplazamiento de la empresa hacia un mercado no competitivo, en cambio el análisis de PORTER identifica si el negocio está en un mercado atractivo o no mostrando como se encuentra el mercado en relación a la competencia, el poder de negociación y las nuevas innovaciones tanto en servicios como en productos.

**Ilustración 2 Pasos para la planificación estratégica**



**Fuente 2 (bscdesigner.com, 2019)**

*Nota: Muestra los pasos del proceso de planeación estratégica.*

## Marco Conceptual

Con respecto al marco conceptual es la base de la investigación donde se recopila diferentes palabras que ayudaran el contexto del investigador y al lector; sin embargo *“permite, por un lado, orientar las búsquedas del investigador e identificar la metodología necesaria. Por el otro lado, permite establecer un consenso mínimo entre el investigador y el lector al respecto del lenguaje y los conceptos manejados”* (significados.com, 2021).

**Análisis estratégico:** Proceso que se desarrolla interna y externamente en busca del mejoramiento empresarial.

**Análisis PESTEL:** Herramienta asociada a la planificación estratégica a una escala macroeconómica.

**Calidad de las organizaciones:** Producto competitivo enfocado a la eficiencia y satisfacción del cliente.

**CANVAS:** Herramienta analítica que apoya modelos e ideas de negocios.

**DOFA:** Herramienta de análisis interno y externo, muestra en qué condiciones esta la organización.

**Emprendedor:** Persona que idealiza y materializa con sus propios recursos.

**Emprendimiento:** Acción de convertir una idea en algo tangible.

**Finanzas empresariales:** Movimiento económico entre dos partes.

**Innovación:** Aceptación de algo nuevo asociado a un emprendimiento mejorado.

**Marketing:** Suplir las necesidades de un mercado con una innovación.

**Mipymes:** Pequeña entidad donde nace una innovación.

**Óptica:** Empresa a pequeña escala también llamada Mipymes.

**Optometría:** Verificación del estado de un cliente en una óptica.

## Marco Legal

Este se refiere al “conjunto de leyes, normas y reglamentos que le dan fundamento a la investigación” (uvrcorrectoresdetextos.com, 2020). Por consiguiente y para el apoyo de las investigación, siendo un pilar fundamental esta estructura se basara en la pirámide de Kelsen la cual se “representa la idea de sistema jurídico escalona

*do este no es otra cosa que la forma en que se relacionan un conjunto de normas jurídicas y la principal forma de relacionarse éstas, dentro de un sistema, con un principio de jerarquía”* (sc.jalisco.gob.mx, 2020).

**Tabla 1 Normatividad Legal**

LEGISLACIÓN PERTINENTE	Ley 372 de 1997	“Por la cual se reglamenta la profesión de optometría en Colombia y se dictan otras disposiciones” (saludvisualyocular.com, 2020).
	Ley 650 del 2001	C“ódigo de Ética Profesional de Optometría” (saludvisualyocular.com, 2020).
	Resolución 4252 de 1997 (Derogada por la Resolución 1439 de 2002)	“Por la cual se establecen las normas técnicas científicas y administrativas que contienen los requisitos esenciales para la prestación de servicios de salud, se fija el procedimiento de registro de la Declaración de Requisitos Esenciales y se dictan otras disposiciones” (saludvisualyocular.com, 2020).
	Resolución 1995 de 1999	“Serie de normas para el manejo de la Historia Clínica” (saludvisualyocular.com, 2020).
	Resolución 1439 de 2002	“Por la cual se adoptan los Formularios de Inscripción y de Novedades para el Registro Especial de Prestadores de Servicios de Salud, los Manuales de Estándares y de Procedimientos, y se establecen las Condiciones de Suficiencia Patrimonial y Financiera del Sistema Único de Habilitación de Prestadores de Servicios de Salud y los definidos como tales” (saludvisualyocular.com, 2020).
	Acuerdo No. 72 Ministerio de Salud	“Por medio del cual se define el Plan de Beneficios del Régimen Subsidiado” (saludvisualyocular.com, 2020).
LEGISLACIÓN GENERAL	Constitución Política de Colombia	“Asegurar a sus integrantes la vida, la convivencia, el trabajo, la justicia, la igualdad, el conocimiento, la libertad y la paz, dentro de un marco jurídico, democrático y participativo que garantice un orden político, económico y social justo” (saludvisualyocular.com, 2020).

Ley 9 de 1979	"Por la cual se dictan medidas sanitarias, de la protección del medio ambiente" (saludvisualyocular.com, 2020).
Ley 100 de 1993	"Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones" (saludvisualyocular.com, 2020).
Decreto 2423 de 1996	"Por el cual se determina la nomenclatura y clasificación de los procedimientos médicos, quirúrgicos y hospitalarios del Manual Tarifario y se dictan otras disposiciones" (saludvisualyocular.com, 2020).
Decreto 1340 de 1998	"Reglamentación de la Ley 372 de mayo de 1997" (saludvisualyocular.com, 2020).
Decreto 806 de 1998	"Por el cual se reglamenta la afiliación al Régimen de Seguridad Social en Salud y la prestación de los beneficios del servicio público esencial de Seguridad Social en Salud y como servicio de interés general, en todo el territorio nacional" (saludvisualyocular.com, 2020).
Decreto 1011 de 2006	"Por el cual se establece el Sistema Obligatorio de Garantía de Calidad de la Atención de Salud del Sistema General de Seguridad Social en Salud" (saludvisualyocular.com, 2020).
Decreto 1030 de 2007	"Por el cual se expide el reglamento técnico sobre los requisitos que deben cumplir los dispositivos médicos sobre medida para la salud visual y ocular y los establecimientos en los que se elaboren y comercialicen dichos insumos y se dictan otras disposiciones" (saludvisualyocular.com, 2020).
Resolución 4288 de 1996	"Por la cual se define el Plan de atención Básica (PAB) del Sistema General de Seguridad Social (SGSSS) y se dictan otras disposiciones" (saludvisualyocular.com, 2020).
Resolución 1830 del 1999	"Por el cual se adopta codificaciones únicas de especialidades en salud, ocupaciones, actividades económicas y medicamentos esenciales para el SGSSS" (saludvisualyocular.com, 2020).
Resolución 1439 del 2002	"Por el cual se adoptan los formularios de registro de inscripción y de novedades para el registro especial de proveedores del Servicio de Salud" (saludvisualyocular.com, 2020).
Resolución 0486 del 2003	"Por el cual se modifica parcialmente la Resolución 1439 del 2002" (saludvisualyocular.com, 2020).
Resolución 2003 del 2014	"Por la cual se definen los procedimientos y condiciones de inscripción de los Prestadores de Servicios de Salud y de habilitación de servicios de salud" (saludvisualyocular.com, 2020).
Resolución 3678 del 2014	"Por el cual se modifica parcialmente la resolución 2003 del 2014" (saludvisualyocular.com, 2020).

**Tabla 2 Elaboración Propia**

*Nota: Tabla de normas, decretos y leyes que se necesitan en las ópticas*

## **Marco Metodológico**

Con respecto a la metodología esta hace *“parte del proceso de investigación, que permite sistematizar los métodos y las técnicas necesarias para llevarla a cabo. Los métodos elegidos por el investigador facilitan el descubrimiento de conocimientos seguros y confiables que, potencialmente, solucionarán los problemas planteados”* (ecured.cu, 2020).

Además de responder a la pregunta de investigación, gracias a la obtención de la información y su tratamiento, aquí se describen los antecedentes investigativos especificados en el marco teórico contiene la parte teórica del proyecto, el marco conceptual recopila conceptos importantes que serán utilizados en el desarrollo de la investigación, el marco geográfico contiene donde se desarrolla la investigación y el marco legal abarca normas que son aplicables a la investigación.

### **Diseño de la Investigación**

Con respecto al diseño de la investigación se *“constituye el plan general para obtener respuestas a interrogantes o comprobar la hipótesis, desglosa estrategias básicas que el investigador adopta para generar información exacta e interpretable. Los diseños son estrategias con las que intentamos obtener respuestas a preguntas”* (aniorte-nic.net, 2020). Sin embargo, para efectos de esta investigación su enfoque se dará hacia el método mixto.

### **Método de Investigación.**

Siendo este la herramienta principal de la investigación. Sin embargo las técnicas que este método contiene se basan en:

*“Método de análisis-síntesis.- Este método es el que consiste en la separación y estudio independiente de cada una de las partes de la investigación, es muy usado en el mundo del derecho, donde estudian los expedientes en fragmentos contestando cada una de las partes al final en una conclusión general” (ejemplode.com, 2021).*

*“Método de inducción-deducción.- Este es el método que se basa en lo lógica directamente, sus razonamientos son estructurados por jerarquías directas (premisa mayor, premisa menor y conclusión), es aplicado en especial a las matemáticas, aunque su estructura es la más aplicable a todos los métodos de investigación” (ejemplode.com, 2021).*

*“Método objetivo-subjetivo.- En este método todos los estudios y teorías se basan en aspectos tangibles o intangibles, pero concentrándose en cada uno respectivamente” (ejemplode.com, 2021).*

Cabe resaltar que para efectos de esta investigación se utilizara un Método de inducción-deducción enfocándolo hacia el lado de *“experimentación, se considera que entre más experimentaciones y movimientos existan mayores deducciones se producirán y se producirán leyes con mayor probabilidad de ser verdaderas” (ejemplode.com, 2021).*

### **Diseño Metodológico.**

Con respecto al diseño metodológico dicha investigación tendrá una tendencia hacia la metodología de campo no experimental y transversal; con el fin de apoyar a la investigación a dar respuesta a la pregunta principal.

**Población.**

Sabemos que la población es *“un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para las cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación”* (Arias, 2012).

**Muestra y Muestreo.**

Como *“herramienta de la investigación científica, su función básica es determinar que parte de una realidad en estudio (población o universo) debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población”* (chospab.es, 2020). Para el objeto de estudio la población será determinada por el método aleatorio simple.

**Recolección y Análisis de Datos**

Además, las técnicas de recolección de datos *“como el conjunto de procedimientos y métodos que se utilizan durante el proceso de investigación, con el propósito de conseguir la información pertinente a los objetivos formulados en una investigación”* (Arias, 2012). Para dicha investigación se utilizarán datos de primera mano como entrevistas, encuestas y la recolección de documentos de otras investigaciones.

**Técnicas de procesamientos de datos.**

Para el análisis de toda esta información se trabajará en la herramienta de Microsoft Excel con el fin de poder manejar la cantidad de datos estadísticos y gráficas para su análisis.

### Fuentes de la Información.

Con respecto a las fuentes utilizadas en la investigación, *“nos referirnos al origen de una información determinada, es decir, el soporte en el cual encontramos información y el cual podemos referir a terceros para que, a su vez, la recuperen para sí mismos”* (concepto.de, 2021).

Se usaran dos tipos, las actuales o de primera mano, las que llamamos primarias basadas en la recolección de datos bajo una encuesta y las secundarias las cuales pueden ser revistas, páginas web, libros, publicaciones entre otros.

### Fases y Actividades Metodológicas

Por una parte con el fin de poder dar solución a cada objetivo planteado en busca de la solución del problema, la investigación se desarrollada en tres partes, las cuales son especificadas a continuación:

**Tabla 3 Actividades Metodológicas**

Objetivos Específicos	Proceso Metodológico
Caracterizar la información necesaria que servirá para el desarrollo de un plan estratégico y diagnosticar a la empresa Lafam Visión C.O.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de Información Diagrama Canvas</li> <li>• Matriz MEFI, MEFE</li> <li>• Diagrama diagnóstico empresarial.</li> </ul>
Plantear nuevas estrategias de mercado tanto internas como externas de la empresa Lafam Visión C.O.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cinco fuerzas de PORTER</li> <li>• DOFA</li> <li>• Análisis PESTEL</li> </ul>
Diseñar herramientas de apoyo, evaluación y control para el manejo de la información de la empresa Lafam Visión C.O.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formulario de Captación de Información.</li> <li>• Creación de Indicadores</li> </ul>

**Fuente 3 Elaboración Propia**

### Cronograma de Actividades

Para darle cumplimiento y desarrollar por completo la investigación se establecieron pautas para su realización.

**Tabla 4 Cronograma de Actividades**

Actividades	2021-1			
	Feb- Mar	Abr - May	Ago - Sep	Oct – Nov
Delimitación del tema				
Línea y Tema de Investigación				
Planteamiento del problema				
Justificación				
Objetivos				
Marco Referencial				
Antecedentes Investigativos				
Marco Metodológico				
Cronograma				
Presupuesto				
Actividades	2021-2			
Marco Teórico				
Marco conceptual				
Marco Geográfico				
Marco Legal				
Marco Académico				
Diseño Metodológico				
Desarrollo del Proyecto				
Resultados				
Recomendaciones				
Conclusiones y Anexos				

**Fuente 4 Elaboración Propia**

*Nota: Muestra el paso a paso de cómo desarrollar la investigación.*

## Presupuesto de Investigación

Con el fin de desarrollar la investigación se requieren unos recursos financieros los cuales se enuncian a continuación:

**Tabla 5 Presupuesto de Investigación**

<b>RECURSOS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANT</b>	<b>Valor</b>	<b>PRESUPUESTO</b>
Personal Humano	Diseñador del proyecto, aspirante al título académico.	2	900.000	1.800.000
Routrer	Internet Inalámbrico	1	65.000	65.000
Equipos y Software	Alquiler de Computador personal más Internet.	1	120.000	120.000
Impresiones	Impresiones	100	700	70.000
Útiles	Útiles	8	5.000	40.000
Equipos y Software	Video Cámara alquiler	1	200.000	200.000
Viajes y Salidas de Campo	Costos de visitas de campo	8	60.000	480.000
Asesorías	Asesorías Consultas externas	2	500.000	1.000.000
Imprevistos	Imprevistos	1	200.000	200.000
<b>TOTAL</b>				<b>3.975.000</b>

**Fuente 5 Elaboración Propia**

*Nota: muestra la inversión a realizar para desarrollar la investigación.*

## **Desarrollo y Resultados Objetivo Específico 1**

### **Caracterizar la información necesaria que servirá para el desarrollo de un plan estratégico y diagnosticar a la empresa Lafam Visión C.O.**

Para la Óptica Lafam Visión C.O. es de suma importancia el trato y recolección de información con lo que concierne servirá para el diseño y desarrollo de un plan estratégico de la misma, por eso se hace necesario determinar dentro del contexto algunas investigaciones que servirán de apoyo a la búsqueda de la solución planteada en el problema.

Basados en la investigación publicada por la Universidad de Ibagué donde se manifiesta que uno *“de los procesos más importante de la administración es el que se realiza a través del diagnóstico porque es el punto de partida para el mejoramiento de la calidad; si este no se lleva a cabo, no podemos determinar las enfermedades de la organización”* (Cortés, 2018). Esta calidad la cual se ofrece en cada servicio prestado con alto compromiso y dedicación.

En el mercado actual el valor agregado se lo debemos a la frecuencia de crecimiento de los consumidores, los cuales son cada día más exigentes, es ahí donde las empresas deben buscar su crecimiento empresarial, por tal motivo este tipo de negocios cuando asumen el papel con liderazgo ante la comunidad reforzando los servicios que estas prestan dándole al clientes que ser fieles a este tipo de servicios les puede brindar una confianza a él y por ende una permanencia en la organización.

Sin embargo, cuando hablamos de *“la gerencia estratégica encaja dentro del concepto de organización inteligente introducido en 1990 por Peter Senge, acuñado por Seymour Papert en los '60, esta involucra la estrategia a todos los sectores de la organización”* (González, 2019). Por eso cuando hablamos de una planeación estratégica hoy en día se entiende por las

relaciones que tienen los procesos de la organización para el cumplimiento de la meta organizacional.

Además, todo lo que está detrás de esa estrategia donde se organiza el paso a paso de las actividades en conjunto para así cumplir con las metas propuestas. Este proceso sistemático y en conjunto con planes creados y que puedan ser alcanzados, esto nos llevaría a la creación de unos indicadores de cumplimiento como herramientas para la gestión donde se puedan tomar decisiones eficientes enfocadas a mantener una calidad mayor.

### **Diagnóstico del modelo actual de negocio**

Con el fin de poder determinar el diagnóstico actual de la organización debemos realizar una serie de actividades para poder llegar a este, inicialmente con el análisis del entorno se dará la identificación de aquellas oportunidades que se han dejado pasar y esas amenazas que posiblemente creímos que no nos afectaban directamente pero si de forma indirecta. También debemos darle relación a algo fundamental que son los clientes, adicionando las fortalezas y debilidades encontradas.

Por otro lado, dentro de esas fases de diagnóstico debemos poner a prueba los principios corporativos desde cualquier punto de vista, y tener con claridad qué estrategia se formulara para el diseño del plan de acción. A pesar que la competencia de este medio es competitiva, se puede mostrar que la diferenciación de productos o servicios prestados es alta, gracias a la rivalidad que existen en los competidores.

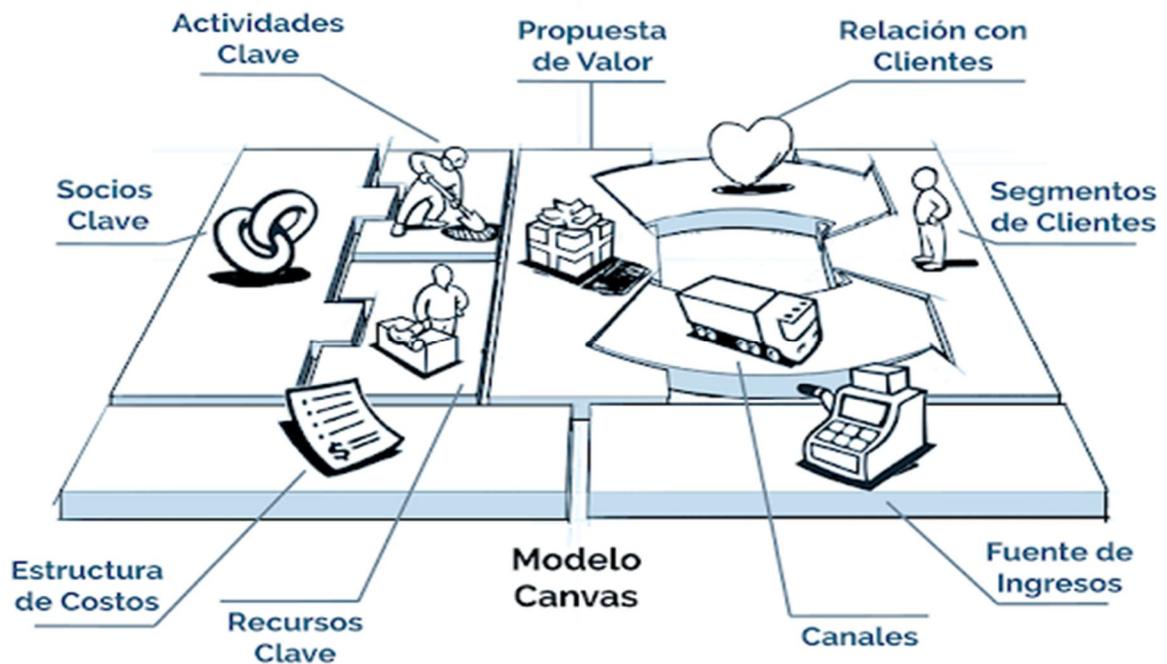
Sin embargo la concentración de los competidores se centra más en ciudades principales por la gran cantidad de demanda que se encuentra, en cambio la óptica Lafam en su plan de

trabajo estipula llegar a los barrios vulnerables. Por tal motivo, la óptica Lafam visión con el fin de ubicarse dentro del medio utilizo una herramientas llama Canvas para proyectarse y protegerse.

### **Diagrama Canvas**

Esta es una *“herramienta para analizar y crear modelos de negocio de forma simplificada. Se visualiza de manera global en un lienzo dividido en los principales aspectos que involucran al negocio y gira entorno a la propuesta de valor que se ofrece”* (economipedia.com, 2017). Con esta herramienta la empresa Lafam Visión C.O. podrá ampliar la información donde se integrara con base a la metodología de búsqueda y captación de clientes.

Ilustración 3 Modelo Canvas



Fuente 6 (www.rankia.com, 2021)

Nota: Muestra el estado de la organización.

Cabe resaltar que los beneficios de este modelo se orientan a la mejora del pensamiento crítico, ampliando su enfoque con un análisis estratégico visionando todo lo que pueda suceder en la organización y fuera de ella. Además hay que respetar de forma lógica interconectando sus aspectos básicos, como las necesidades del mercado teniendo en cuenta sus cambios a diario, así podremos detectar las ventajas que serán aprovechada para innovar y ser competitivo en este. Por otro lado, al definir los canales de distribución manteniendo con el cliente un lapso de comunicación buscando en este un éxito profundo, aquí se dará el aumento del flujo de efectivo y a su vez la productividad, gracias a las actividades clave podrá afianzar a más aliados claves. En resumen “*el Modelo Canvas nos ayudará a hacer un análisis sencillo sobre nuestro modelo de negocio*” (www.rankia.com, 2021).

**Tabla 6 Proceso CANVAS Optica Lafam Visión C.O.**

<p><b>Asociados clave</b></p> <p>Proveedores se incluyen laboratorios y empresas que suministran materiales de complemento a los servicios de la empresa Lafam Visión C.O.</p> <p>Los Clientes los cuales se identifican por el constante movimiento de estos en el local.</p>	<p><b>Actividades clave</b></p> <p>Optimización del sistema de inventario.</p> <p>Acercamiento con los proveedores los cuales brinda asesorías para la compra de un producto.</p> <p>Acompañamiento en el proceso de compras</p>	<p><b>Propuestas de valor</b></p> <p>Brindar confianza y satisfacción al cliente.</p> <p>Realizar acompañamiento al usuario de forma permanente, con asesorías, antes, durante y después del proceso de la compra.</p>	<p><b>Relación con clientes</b></p> <p>Atención cordial en el punto de venta, integrando al cliente durante todo el proceso respetando su opinión.</p>	<p><b>Segmentos de clientes</b></p> <p>Los clientes son variados de diferentes estratos sociales los cuales se dividen en tres grupos:</p> <p>Grupo 1: Estrato 1 y 2.</p> <p>Grupo 2: Estrato 3 y 4.</p> <p>Grupo 3: Estrato 5 y 6.</p>
	<p><b>Recursos clave</b></p> <p>Recurso Humano el cual es clave dentro del proceso.</p> <p>Recurso físico, puntos de venta</p>		<p><b>Canales</b></p> <p>Punto de Venta.</p> <p>Redes Sociales</p>	
<p><b>Estructura de costos</b></p> <p>Todo material que se encuentre en el inventario.</p> <p>Costos de trabajos adicionales en el laboratorio.</p> <p>Gastos Administrativos.</p>		<p><b>Vías de Ingres</b></p> <p>Actividades sencillas</p> <p>Desarrollo de trabajos intermedios</p> <p>Trabajos personalizados</p>		

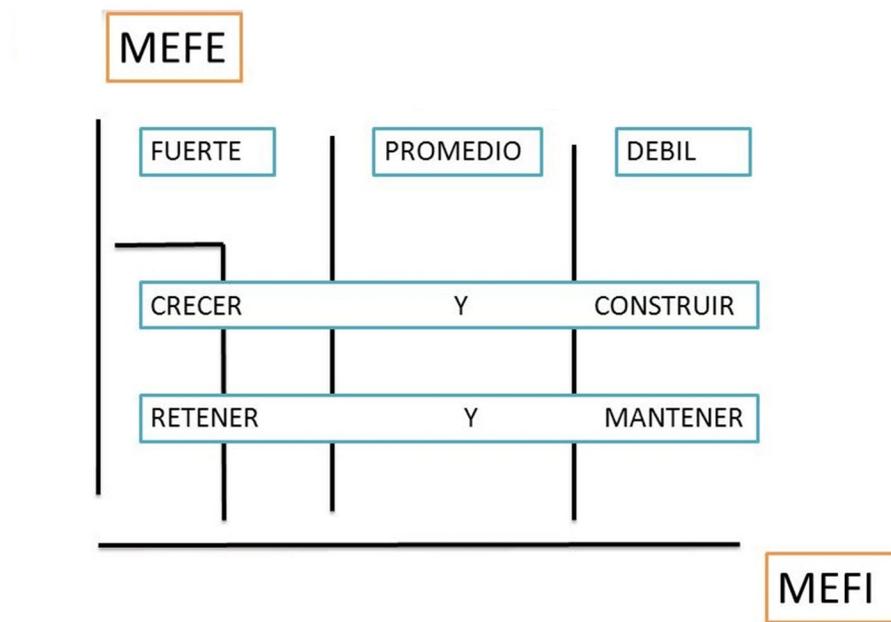
**Fuente 7 Elaboración Propia**

*Nota: Muestra la situación actual de la organización.*

## Matriz MEFI, MEFE

Como herramientas de análisis que apoyan el crecimiento organizacional están asociadas a contemplan tanto internamente o como externamente todo lo que afecte o haga ganar a la organización. En otras palabras *“el objetivo es el análisis de las prácticas internas y externas, encontrando todos aquellos factores que desde adentro o fuera de la organización pueden convertirse en focos de estancamiento o por el contrario en desarrollo”* (plannegocios.com, 2019).

### Ilustración 4 Matriz MEFE - MEFI



Fuente 8 (milagrosruizbarroeta.com, 2020)

*Nota: Analiza el entorno interno y externo de la organización.*

## Matriz MEFI

La matriz MEFI como *“herramienta se utiliza para formular las estrategias en las que se puede enfocar la compañía”* (Ayerbe & Esquivel, 2017). Esta a su vez evalúa toda la información de la organización, por medio de auditorías las cuales son programadas con el fin de realizar hallazgos y oportunidades que sean asociadas con la alta dirección, de esta forma formular planes de mejora de forma directa para incrementar los ingresos de la misma.

Además, esta matriz le permite a la administración mantener una visión de todo el contexto permitiéndole saber cuándo se producen fluctuaciones internas que se puedan manejar de cierta forma. Algunos de estos factores que pueden hacer que internamente la organización cambie o se sienta un desequilibrio están asociados al clima organizacional, al recurso económico, humano, imagen corporativa, entre otros. También se dice que *“es la matriz que analiza la capacidad operativa de la organización a nivel interno, permitiendo determinar el estado actual del ámbito organizacional”* (Gutierrez & Nuñez, 2019).

**Tabla 7 Matriz MEFI**

Debilidad Alta	1	total: 9	Fortaleza Baja	3	total: 7
Debilidad Baja	2	total: 11	Fortaleza Alta	4	total: 8

Factor	Importancia	Variable de Análisis	Ponderación	Evaluación	Total
Organización	12%	Organigrama	4%	1	0,04
		Planes estratégicos	2%	2	0,04
		Condiciones de trabajo	2%	3	0,06
		Comunicación	2%	2	0,04
		Salarios	2%	1	0,02
Talento Humano	15%	Inducción del personal	2%	1	0,02
		Formación	4%	4	0,16
		Capacitaciones	3%	2	0,06
		Estabilidad del trabajo	3%	4	0,12
		Presión en el trabajo	3%	4	0,12
Gestión Gerencial	17%	Imagen de la empresa	4%	1	0,04
		Metas y objetivos	4%	2	0,08
		Cultura de la empresa	3%	2	0,06
		Aceptación a cambios	3%	1	0,03
		Apoyo	3%	4	0,12
Capacidad Tecnológica	20%	Servicios	4%	4	0,16
		Horarios	4%	2	0,08
		Mantenimiento	4%	3	0,12
		Equipos	4%	3	0,12
		Innovación	4%	2	0,08
Producción e inventarios Financiero	15,0%	Instalaciones	4%	4	0,16
		Medición de Procesos	2%	1	0,02
		Duración de Mercancía en Stock	3%	2	0,06
		Pedidos	3%	4	0,12
		Proveedores	3%	2	0,06
Financiero	11,0%	Competividad en Precios	3%	3	0,09
		Estabilidad de Costos	3%	3	0,09
		Gastos Administrativos	3%	1	0,03
		Crecimiento en Ventas	1%	1	0,01
		Endeudamiento	1%	3	0,03
Competitividad	10,0%	Competidores	2%	1	0,02
		Experiencia	2%	4	0,08
		Negociación	2%	2	0,04
		Atención al Cliente	2%	3	0,06
		Cantidad de Productos	2%	2	0,04
<b>100%</b>		<b>100%</b>		<b>2,48%</b>	

**Fuente 9 Elaboración Propia**

*Nota: Matriz MEFI muestra los factores internos de la empresa la cual tiene un balance negativo inferior a 2,5%*

## Matriz MEFE

Siendo esta una herramienta de apoyo al diagnóstico que externo ayuda a la identificación de factores que servirán para la influencia del crecimiento del mercado, además “*permite a los estrategias resumir y evaluar la información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, legal, tecnológica y competitiva*” (milagrosruizbarroeta.com, 2020).

Como herramienta le da al usuario la forma de entender y aprovechar oportunidades que se encuentre en el mercado y disminuir las amenazas que se tropiece en el mismo.

Cabe resaltar que una finalidad de la Matriz MAFE es la gestión de las oportunidades que se encuentran en el medio o nicho de mercado, con este la empresa pueda aprovechar e implementar estrategias las cuales impactaran directamente a la organización.

**Tabla 8 Matriz de Factor Externo**

<b>OPORTUNIDADES</b>			
<b>FACTOR CRITICO</b>	<b>PONDERACION</b>	<b>EVALUACION</b>	<b>RESULTADO</b>
Expansión de mercados	9%	3	0,27
Segmento de clientes	12%	4	0,48
Expandir línea de servicios	9%	4	0,36
Tendencia de precios sugeridos por clientes	7%	2	0,14
Asociatividad con otras empresas	10%	2	0,2
Cambio en el consumo	9%	3	0,27
<b>Subtotal</b>	<b>56%</b>		<b>1,72</b>
<b>AMENAZAS</b>			
<b>FACTOR CRITICO</b>	<b>PONDERACION</b>	<b>EVALUACION</b>	<b>RESULTADO</b>
Grandes competidores	8%	2	0,16
Analista del mercado	7%	1	0,07
Fluctuación de precios	9%	2	0,18
Costo de insumos	7%	1	0,07
Cambio de actitud del cliente	7%	2	0,14
Nuevos Productos	6%	2	0,12
<b>Subtotal</b>	<b>44%</b>		<b>0,74</b>
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>2,46</b>

**Fuente 10 Elaboración Propia**

*Nota: Muestra los factores externos de la empresa.*

## **Diagrama diagnóstico empresarial**

Dado que las organizaciones en la búsqueda de mejorar continuamente realizan ciertas actividades que las ayudaran a ser competitivas en el mercado, con la implementación de estrategias y el análisis de un diagnóstico discriminado apoyados con la buena administración se podrá llegar a una planeación con el objeto de desarrollar un enfoque estratégico, hasta alcanzar un sistema robusto de gestión estratégica. Esta es *“una herramienta de auditoría de la organización para detectar tanto el impacto presente y futuro del entorno como los problemas propios de la organización, es utilizada para la formulación y evaluación de estrategia”* (González, 2019).

Así pues, la organización pasaría a un punto de referencia donde el diagnóstico realizado incrementara por la demanda generada por las diferentes circunstancias que se deben aprovechar, en la planeación del diagnóstico se atienden los asuntos a nivel operativo, en este se identifican los diferentes puntos que alimentaran el paso a paso del desarrollo del modelo a seguir.

## **Herramientas de diagnóstico para la gestión de los procesos**

Como Metodología se apoya de herramientas para el desarrollo de la evaluación a la organización desarrollando un profundo análisis, con el cual se puede dar solución al problema encontrado. Dentro de estas encontramos algunas que realizan diagnóstico a las áreas de finanzas, marketing, recurso humano, operaciones y estrategias de ventas, otras se enfocan en diferentes áreas, algunas de estas herramientas son las siguientes:

## Diagrama SIPOC (Supplier-Inputs-Process-Outputs-Customers)

En cuanto al Diagrama SIPOC diseñado “*para documentar los Proveedores (Suppliers), Entradas (Inputs), Procesos (Process), Salidas (Outputs) y Clientes (Customers) en una operación. ... Se usa para proveer a quienes toman las decisiones con información crucial sobre todo el proceso, pero sin entrar en mayores detalles*” (kanbantool.com, 2021). Es utilizado cuando se reúnen una cantidad de factores los cuales hay que aprovecharlos y estos garantizan el luido y la satisfacción del cliente.

### Ilustración 5 SIPOC

S	I	P	O	C
Proveedores	Entradas	Proceso	Salidas	Clientes
¿Quién suministra lo que se necesita para ejecutar el proceso?	¿Cuáles son los insumos requeridos?	¿Qué hace el proceso?	¿Cuál es el resultado esperado del proceso?	¿Qué clientes necesitan la salida de este proceso?
Ejemplo:				
Departamento de finanzas de sucursales.	Ordenes de compras. Facturas.	Paso 1 Paso 2 Paso 3 ....	Reportes financieros	Departamento financiero corporativo

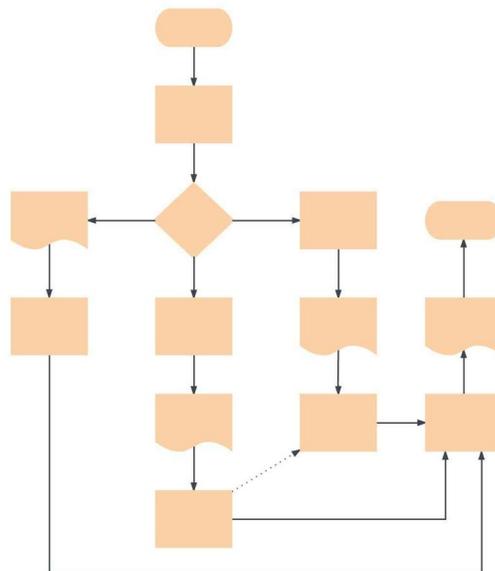
**Fuente 11** (pymesycalidad20.co, 2021)

*Nota: Ayuda a la construcción de un diagrama para mapear los procesos.*

## Flujograma departamentalizado

Basados en la representación gráfica modela la información recogida que soporta un proceso, donde cada uno de los símbolos son unidos entre si y “*cada paso del proceso es representado por un símbolo diferente que contiene una breve descripción de la etapa de proceso*” (isotools.org, 2021).

### Ilustración 6 Modelo Flujograma de flujo



**Fuente 12 (lucidchart.com)**

*Nota: Ayuda con la representación gráfica de la organización.*

### **Resultados Objetivo Específicos 1**

Brevemente en el momento de emprender esta investigación y al conocer el pensamiento de muchos escritores referente al tema en cuestión, debemos tener en cuenta que al caracterizar la información que sea necesaria para servir en la creación del desarrollo del plan estratégico y diagnóstico de la empresa Lafam Visión C.O. nos hemos dado cuenta de la importancia que debe tener este tema en las organizaciones. Sin embargo, uno de los puntos en cuestión es que toda organización debería realizar un diagnóstico de sí misma en periodos establecidos por la alta directiva y utilizar herramientas de diagnóstico para la gestión de los procesos con el fin de poder reencaminar a la organización en el camino.

En este caso las herramientas de diagnóstico presentadas son una forma de poder canalizar todo lo disperso en un solo documento, cuando realizamos el diagnóstico nos damos cuenta la relación que estas poseen y que la información nos lleva a un solo punto, alcanzar las metas de la organización.

## Desarrollo y Resultados Objetivo Específico 2

### **Plantear nuevas estrategias de mercado tanto internas como externas de la empresa Lafam**

#### **Visión C.O.**

Hay que descartar que basados en la información anterior la empresa Lafam Visión C.O. en su pensamiento de expansión y poder incurrir en mercados nuevos desea implementar nuevas estrategias las cuales pueden desarrollar un nacimiento de productos nuevos, según las necesidades de los clientes. Cuando hablamos de una estrategia que este asociada a la penetración de un nicho y según la investigación desarrollada con el fin de que esta sea productiva e ver un incremento económico a la organización *“(micro, pequeña, mediana o grande) deben conectarse con esta nueva forma de hacer mercadeo. De lo contrario, tendrán un futuro oscuro, negativo y no prometedor, hasta llegar al punto de desaparecer”* (universidadean.edu.co, 2018).

Por tal motivo, la empresa busca ser el conquistador de nuevos horizontes teniendo en cuenta que al determinar las tendencias deba estar atento a ellas, con herramientas estadísticas que pueda analizar y tomar decisiones concretas, adaptando el servicio a esa nueva clientela. Para algunos este mercado como conjunto donde se reúnen todos los consumidores que tengan cualquier necesidad y vendedores que desean satisfacerlas, para llegar a él se debe planear con cuidado un enfoque donde se alcance un retorno significativo de dicha inversión.

Cuando conocemos a las necesidades de ese cliente y afondo sus verdaderas necesidades podemos lograr un impacto al innovar en nuevos productos o servicios, así la empresa Lafam Visión C.O. desea que su portafolio de servicio pueda ser amplio, asociado a la transformación de los medios de comunicación con ese cliente, mejorando en tal sentido que este sea de una percepción diferente que se conecte al tal punto que sea de forma voluntaria sin motivación alguna. En este punto al tomar esas oportunidades que da el mercado donde se estructuren planes

que sean utilizados con un fin hacia un norte; analizando a la competencia teniendo en cuenta que esta debe ser óptima en la nueva penetración del mercado mismo.

### Cinco fuerzas de PORTER

Siendo esta una “*metodología de análisis para investigar acerca de las oportunidades y amenazas en una industria determinada. En otras palabras, este modelo investiga si es rentable crear una empresa en un determinado sector. Esto, en función de la estructura del mercado*” (economipedia.com, 2021). En sí, cuando se analiza las organizaciones que compiten contra la empresa Lafam Visión C.O. podemos desarrollar una estrategia de negocio, encontrando ganancias en ella. Esta herramienta ayuda a entender cuáles son esos recursos necesarios que ayudaran a superar al rival. En el mercado cuando se determina el poder y la competitividad de una empresa se debe prestar mucha atención a la estructura que tiene la fuerza de Porter:

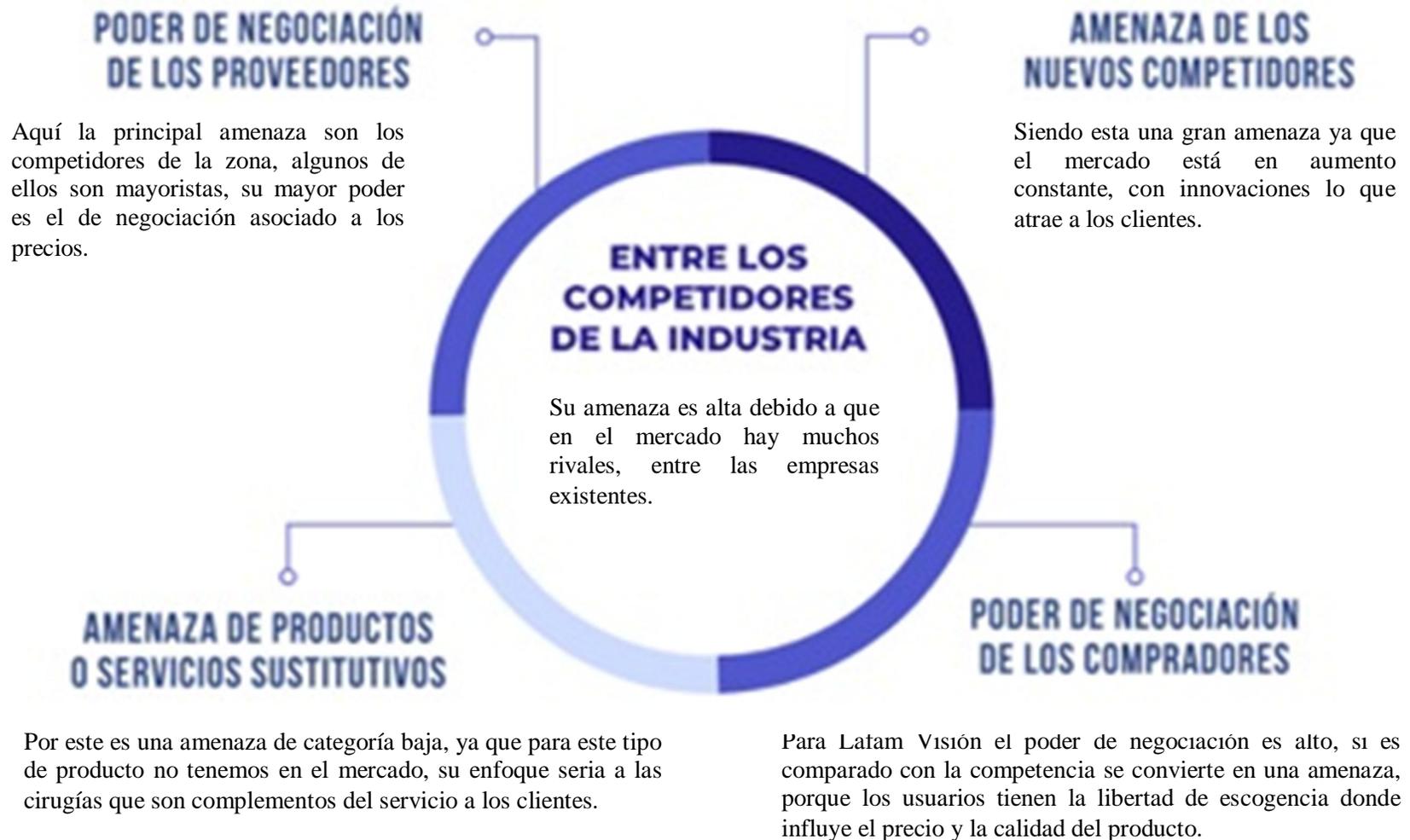
#### Ilustración 7 Cinco fuerzas de PORTER



Fuente 13 (gestion.pensemos.com, 2020)

Nota: “son un marco de análisis del nivel de competencia dentro de una determinada industria. De acuerdo con este método de análisis, la competencia no procede de los competidores exclusivamente” (gestion.pensemos.com, 2020).

**Ilustración 8 Matriz PORTER Lafam Visión C.O.**



**Fuente 14 Elaboración Propia**

## DOFA

Esta herramienta nos “*permite definir los aspectos internos y externos de la organización que favorecen su funcionamiento*” (Gutierrez & Nuñez, 2019). Además como proceso estudia en medio de cuatro componentes las estrategias que se desarrollaran para que la organización pueda tener éxito rotundo; su objetivo se basa en la información que se toma de exigencias de su entorno. Sus componentes son dos pilares enfocados internamente y externamente, el primero analiza las fortalezas que muestra las destrezas que marcan la diferencia de su competencia y debilidades muestran que factores son desfavorables con respecto a la competencia.

**Ilustración 9 Análisis DOFA**



**Fuente 15 (economipedia.com, 2021)**

*Nota: Cuadrante de análisis DOFA.*

Sin embargo, las organizaciones deben utilizar estrategias las cuales son implementadas después de desarrollarla, algunas de ellas se clasifican como ofensivas, defensivas, de supervivencia, de reordenación. Como primera medida las estrategias ofensivas por su potencialidad generan grandes recursos asociada a un factor externo, busca disminuir las debilidades, en el segundo caso la disminución de los gastos es el principal motivo, ya que son creados por una amenaza. En las estrategias de reorientación su enfoque está en la corrección de factores como las oportunidades.

**Tabla 9 Matriz DOFA**

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
Manejo de la Óptica	Aumento de enfermedades visuales
Estilo de la óptica	Incremento de la Tecnología
Implementación Tecnológica	Nicho de mercado definido
Capacitaciones	Moda y estilo
Trabajos Garantizados	Convenios con EPS y empresas
Cirugías Láser (Con terceros)	Creación de Base de Datos
Instalaciones adecuadas	Desarrollar campañas de salud visual en pueblos cercanos
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
Depende de terceros	Alta competitividad regional
Laboratorios en otras ciudades	Población flotante
Demora en la entrega de lentes especiales	Cambio de tasa del dólar
Desorden de material en el área de trabajo	Competencia elevada
No se posee una base de datos de clientes	Ventas informales

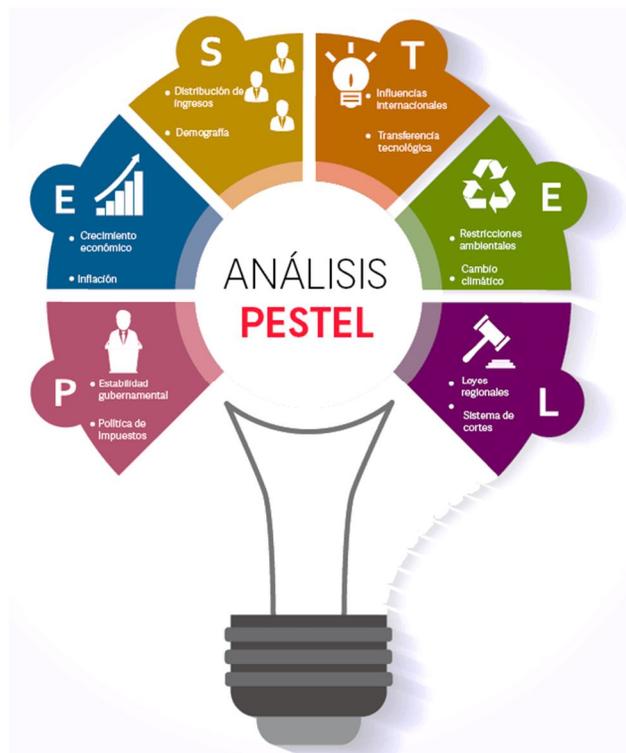
**Fuente 16 Elaboración Propia**

*Nota: Muestra cómo está la empresa interna y externamente.*

## Análisis PESTEL

Cabe resaltar que este tipo de análisis sirve como *“herramienta para comprender el crecimiento y la posición, potencial y dirección de un negocio, permite realizar la medición de los factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos de una empresa para determinar el estado en que se encuentra su mercado”* (Cortés, 2018).

### Ilustración 10 Análisis PESTEL



**Fuente 17** (gestion.pensempos.com, 2021)

*Nota: “método sencillo de construir da a la compañía una clara visión de su entorno, aspecto vital para tener en cuenta como insumo cuando estás elaborando el plan estratégico de mediano y largo plazo, plan de negocios, plan de marketing”* (gestion.pensempos.com, 2021).

**Tabla 10 Análisis PESTEL**

<b>P</b>	Político	Basados en la emergencia nacional de salud producida por el Covid-19, deja como afectación a las empresas el aislamiento forzado, donde esta para sobrevivir asume sus costos dejando que "El 10 % de las microempresas en Colombia se declararon en quiebra por la pandemia"
<b>E</b>	Económico	Con el alza de monedas extranjeras la mayoría de productos y materia prima importada afecto a la economía de las organizaciones, especialmente los insumos y materia prima que se utilizan en los trabajos de la óptica, también afectando el IVA.
<b>S</b>	Social	Favorece a la empresa con alternancia y el descubrimiento de nuevos nichos de mercado con el apoyo de las redes sociales, ampliando su gama de productos y nuevos clientes, creando estrategias de atención personalizada.
<b>T</b>	Tecnológico	Con la apertura y ampliación de las plataformas de comunicación la tecnología evolucionó aceleradamente haciendo que la calidad en los diagnósticos sea más efectiva.
<b>E</b>	Ecológicos	Con la salida a campo este conlleva a la utilización de implementos de seguridad los cuales se deben cuidar para no afectar el medio ambiente, gracias a la actualización de políticas de la misma.
<b>L</b>	Legal	Actualización de la normativa Colombiana en materia de apertura y garantías que se acondicionan a las exigencias de la secretaria de salud.

**Fuente 18 Elaboración Propia**

*Nota: Muestra el PETEL de la empresa.*

**Ilustración 11 Precio del Dólar desde el 28 de Julio de 2021 hasta el 25 de Octubre de 2021**



**Fuente 19 (dolar-colombia.com, 2021)**

*Nota: Cambio de moneda de dólar que afecto el factor económico en la pandemia.*

## **Estrategia Corporativa**

Basados en la información anterior, antecedentes de la investigación la empresa Lafam Visión C.O. desde su punto de vista desea implementar estrategias de captación de clientes y control de los mismos bajo las herramientas de office Excel, Sabiendo que una estrategia corporativa *“es un conjunto de acciones planeadas por una empresa para el largo plazo, con el objetivo de desarrollarse satisfactoriamente en el mercado interno y global”* (economipedia.com, 2021). Estas deberán implementarse y planificarse para que la organización pueda obtener recursos económicos.

Sin embargo, estas deben estar asociadas a una integración donde cada día esta se vuelve más competitiva y fuerte, con referente a la integración de cada uno de los procesos que este tiene actualizándose de forma continua de forma vertical y cuando esta realiza fusiones con otras organizaciones seria de forma horizontal.

Ilustración 12 Forma de integración de las estrategias corporativas



Fuente 20 (economipedia.com, 2021).

*Nota: muestra la fusión de las estrategias en varios ángulos.*

## **Resultados Objetivo Específico 2**

Basados en la información recolectada la empresa Lafam Visión C.O al buscar estrategias que le apoyen a buscar una mejor posición en el mercado, se plantea hacia nuevas de ellas afrontándolas para la recolección y observación del medio a profundidad, permitiéndole comprender a fondo las necesidades de esta frente a su competencia ofreciendo productos a sus usuarios de una forma personalizada y cómoda. Siendo esta un punto de referencia para lograr las metas establecidas con la implementación de ayudas tecnológicas las cuales dan la información más certera y confiable para la toma de decisiones.

Dentro de estas herramientas todas nos han dado lo mejor de sí y una perspectiva de la empresa desde diferentes ángulos los cuales podemos decir que es uno completo, construyéndola como una marca nueva e innovadora en el mercado tecnológico, compitiendo el mercado con eficiencia sobresaliendo antes sus competidores. Realmente la utilización de la DOFA mostrándonos las fortalezas y oportunidades que debemos aprovechar, por otro lado las amenazas y debilidades que debemos fortalecer, sin embargo las a matriz EFE y EFI, nos dieron el punto de vista interno y externo de la organización para la toma de decisiones que no afecte otro angulo de la empresa y el análisis PESTEL, rodea todo lo referente a la empresa en la sociedad desde 6 puntos de vistas diferentes causando un impacto que se toma como positivo al cambio que necesita la empresa Lafam Visión C.O.

### Desarrollo y Resultados Objetivo Específico 3

#### **Diseñar herramientas de apoyo, evaluación y control para el manejo de la información de la empresa Lafam Visión C.O.**

En relación de que necesitan las empresas, hoy en día en Colombia y en el mundo, especialmente en Barranquilla, tener el control de la información es algo primordial, pero para tenerlo debemos saber que el control con las herramientas adecuadas podemos supervisar adecuadamente y tomar decisiones sin tener el miedo a tener errores o pérdidas al final. Hay que tener en cuenta que *“tener control permite garantizar a las compañías que las actividades realizadas por cada uno de los colaboradores se ajusten a lo que se quiere lograr a corto, mediano y largo plazo”* (cofide.mx, 2021). Por lo que cuando se involucra la productividad en medio de todo esto se debe buscar el que, como de hacerlo rápido, eficiente y eficaz, optimizándose así mismo a medida que el proceso avanza y es ajustado.

Además no es suficiente que estas herramientas sean las mismas de siempre sino saber cómo utilizarlas e implementarlas con destreza, creatividad e inteligencia; esto quiere decir que *“las herramientas de control, entonces, nos permitirán lograr una mejor posición en el ámbito empresarial al ayudarnos a crear estrategias orientadas a la personalización, la mejora continua, el conocimiento de las necesidades de los clientes y el empoderamiento”* (cofide.mx, 2021). Tales herramientas como:

Empoderamiento su estrategia se basa en otorgarle poder a trabajadores en puestos estratégicos para que tomen decisiones sin consultar, este deberá enfrentarse a todo lo que ocurre en su entorno solucionando los problemas e indagando en las necesidades que se debe suplir para alcanzar el objetivo propuesto, convirtiendo a elegido en una persona autónoma.

Por otro lado tenemos EffiWork *“es una herramienta de control que te permitirá medir la productividad de quienes laboran en la compañía y optimizar los tiempos, ya que posibilita eliminar distractores, optimizar los recursos y permite la detección automática de aplicaciones”* (cofide.mx, 2021). Sin embargo, se integra a un mapa de procesos productivo de forma detallada donde relaciona todo lo que ocurre en cada uno de ellos. Cabe resaltar que otra herramienta es Connecteam, esta con un conocimiento básico en programación ayuda a crear una aplicación de trabajo, esta ayuda al proceso a tenerlo controlado con una buena comunicación entre sus actores; además deja subir información de apoyo al mismo.

Es así como las herramientas de Diagramas de control nacen para mostrar de forma gráfica el desarrollo del proceso, en esta se identifica rápidamente irregularidades fuera de un límite establecido, con esta identificación se deben buscar las anomalías que las produjeron.

Por otro lado, las palancas de control de Simons se enfocan a las organizaciones que necesiten flexibilidad e innovación, estas construida con cuatro sistemas, el primero de ellos apoya a las creencias de la empresa lo que quiere decir la visión, valores y su propósito, el segundo de ellos los límites determinando la conducta y estrategias necesarias para competir, el tercero de control interactivo buscando que el personal participe y se involucre, el cuarto sistema de gestión de control donde se monitorea, compara y retroalimenta lo ocurrido si se cumplió o no el objetivo propuesto.

Sin embargo, el tablero de comando su estructura construida con indicadores o los KPI apuntándole al desempeño, con estos se podrá realizar seguimiento a la parte operativa y financiera en tiempo real; su composición se divide en tres tableros uno enfocado a lo táctico, el otro asociado a las estrategias y por último al nivel operativo.

En cambio al trabajar con una herramienta llamada Balance Scorecard (BSC) diseñada para el control asociado a las estrategias y alineadas a los objetivos de la empresa con el fin de obtener mejor rendimiento en la misma, en si *“permite a las empresas tener un mejor control y poder dirigir los esfuerzos para lograr un rendimiento más alto a partir de un balance entre los elementos externos (accionistas y clientes) y los internos (procesos, crecimiento y aprendizaje)”* (cofide.mx, 2021).

No obstante, la herramienta Metodología OKR, diseñada para organizar y controlar, realizarles seguimiento midiendo y ajustando lo necesario para alcanzar el objetivo principal.

Además otra herramienta usadas para el mejoramiento de la productividad es la llamada Slack esta es una que necesariamente el trabajo en equipo es lo primordial, hace que la gestión de las cosas sea sencilla, cuenta con una app móvil para tener siempre comunicación con todos los implicados en el proceso. Lo contrario es la utilidad de la herramienta Sesame la cual integra el horario de trabajo en este se conoce detalladamente la descripción de cada actividad con su duración, midiendo la productividad; su control lo tiene la oficina de recursos humanos permitiéndole ver que empleado tiene tiempo libre y poder aprovecharlo en otras actividades.

Sin embargo, otra de las herramientas de forma visual la cual manifiesta que su especialidad es tener el control de todo es el Gráfico de Gantt, en el se descomponen las tareas y se ordenan cronológicamente, su conformación nos lleva al uso de dos ejes los cuales muestran la secuencia y el tiempo empleado.

Ahora bien, herramientas como Asana muestra el panorama general de todos los proyectos que se ejecutan a la vez su visión es más amplia, donde se les asignan tareas a los empleados que deberán realizar a diario y cumplirlas. Por último y uno de los más importantes en

la actualidad es la herramienta Enterprise Resource Planning (ERP), donde se compilan todas para hacer más fácil las labores de las áreas de la empresa, con ella la evaluación empresarial será completa en tiempo real; *“De acuerdo con una encuesta hecha por Panorama Consulting, en 2013, el 40% de las organizaciones que adquiere un ERP nota un incremento en la productividad”* (cofide.mx, 2021).

Para la empresa Lafam Visión C.O. toda esta información ha sido de mucha importancia la cual ha orientado sus esquemas a una actualización de sus procesos y apoyados con la tecnología actual. Sabemos que al planificar debemos gestionar recursos o contar con los que se tienen, por ello la empresa Lafam Visión C.O. en la actualidad utilizara los recursos que cuenta en el momento.

### **Plan de Acción**

Determinada como *“una herramienta de administración de negocios que ayuda al gerente a mover su negocio del punto A al punto B; en otras palabras, determinar los pasos hacia las metas establecidas para el negocio”* (definicion.de, 2019). La mejor alternativa es tomar la empresa y dividirla en algunas partes las cuales se puedan controlar convirtiéndolas en pequeños negocios internos haciendo que ellas tome el contexto de mi pymes y así poder apagar el fuego o resolver los problemas, para esto primero debemos definir cuáles son los objetivos, teniendo estos con una claridad, se detallan que estrategias se utilizaran, planteando las tareas de forma detallada reflejando lo que se busca, a veces es bueno graficarla por ello podemos utilizar un gráfico de Grantt, designamos los responsables de cada actividad y ejecutamos paulatinamente este.

Tabla 11 Plan de Acción

Tipo	Estrategias	Actividades	Plazo	Responsable
Financiero	Verificar costos internos	Implementar método ABC Verificación de tarifas	Mediano	Contador
Financiero	Análisis en facturación	Crear base de datos Definir indicadores Compra de Programa Contable	Mediano	Contador
Financiero	Planes de Inversión	Estrategias a gastos	Corto	Contador
Relación al Cliente	Capacidad de Innovación	Rediseño de fichas prestación servicio	Corto	Gerente
Relación al Cliente	Política precios	Estudio de costos y precios Estudio de la competencia	Corto	Gerente
Relación al Cliente	Diseñar Promociones	Análisis de tendencias Planes de promoción	Mediano	Gerente
Relación al Cliente	Satisfacción al cliente	Encuesta de satisfacción	Mediano	Gerente
Procesos Internos	Análisis cadena valor	Organizar y documentar procesos	Mediano	Gerente
Procesos Internos	Análisis de tiempo	Verificar procesos identificar cuellos de botella	Mediano	Gerente
Procesos Internos	Análisis gestión de recursos	Identificar necesidades tecnológicas	Mediano	Gerente
Fortalecer el capital humano	Diseño de programas de capacitación	Estudios del recurso humano Diseñar calendario de capacitación	Mediano	Gerente
Fortalecer el capital humano	Plan de incentivos	Otorgar incentivos por metas	Mediano	Gerente
Fortalecer el capital humano	Plan de desarrollo individual	Identificar necesidades de trabajadores Incentivar diálogos	Mediano	Gerente
Fortalecer el capital humano	Seguridad Salud en el trabajo	Diseñar programa de seguridad y salud Incentivar buenas practicas	Mediano	Gerente

Fuente 21 Elaboración Propia

*Nota: Muestra el plan de acción definido para la implementación en la empresa Lafam Visión.*

## Indicadores para Seguimiento y Control

Cabe resalta que toda empresa debe realizar seguimiento a sus actividades debe medirse, por ende se deben crear indicadores los cuales deberán cumplirse al pie de la letra, estos los llamados KPI “*son medios, instrumentos o mecanismos para evaluar hasta qué punto se están logrando los objetivos estratégicos. ... Representan una unidad de medida que permite evaluar el desempeño de una organización frente a sus metas, objetivos y responsabilidades*” (aec.es, 2020).

**Tabla 12 Indicadores Para Seguimiento y Control**

Indicador	Objetivo	Indicador
Gestión Financiera	Direccionamiento empresarial	% aumento ventas % rentabilidad por servicio
		% costo ventas, gastos y costos administrativos con respecto a los ingresos totales
	Eficiencia	Rotación de inventarios
	Productividad	Producción / Capital operativo Capital operativo / empleados
Gestión del Marketing	Satisfacción del cliente	Nro. de pacientes x servicio Tasa de crecimiento de ventas x servicio Ventas totales x período de tiempo Costos marketing / costos totales Costos publicidad / costos marketing Quejas y reclamos por período
Gestión de procesos internos	Alcanzar la eficiencia y efectividad en el servicio	% de inversión en tecnología respecto al gasto total por año Métodos incorporados por período de tiempo Pacientes atendidos por hora
Gestión de aprendizaje y crecimiento	Fortalecer el capital humano	% de empleados capacitados % de empleados beneficiados con incentivos formación/Gastos de personal Horas al mes del programa de Salud Ocupacional

**Fuente 22 Elaboración Propia**

*Nota: Indicadores que le ayudaran a la empresa a tener un mejor seguimiento y control de sus actividades.*

## Resultados de las encuestas a clientes

Basados en las estrategias antes mencionadas y con el fin de poderle sacar provecho a la investigación se realiza una encuesta con clientes que llegan a la óptica para dar inicio a la implementación de los planes y medición de indicadores. Para esto se desarrolló en Google Driver un formulario de apoyo para la recolección de la información.

### Ilustración 13 Formulario encuesta cliente



**LAFAM**   
**VISION C.O**  
*Cuidando tus ojos!*  
MODERNOS EQUIPOS

## Encuesta al Cliente

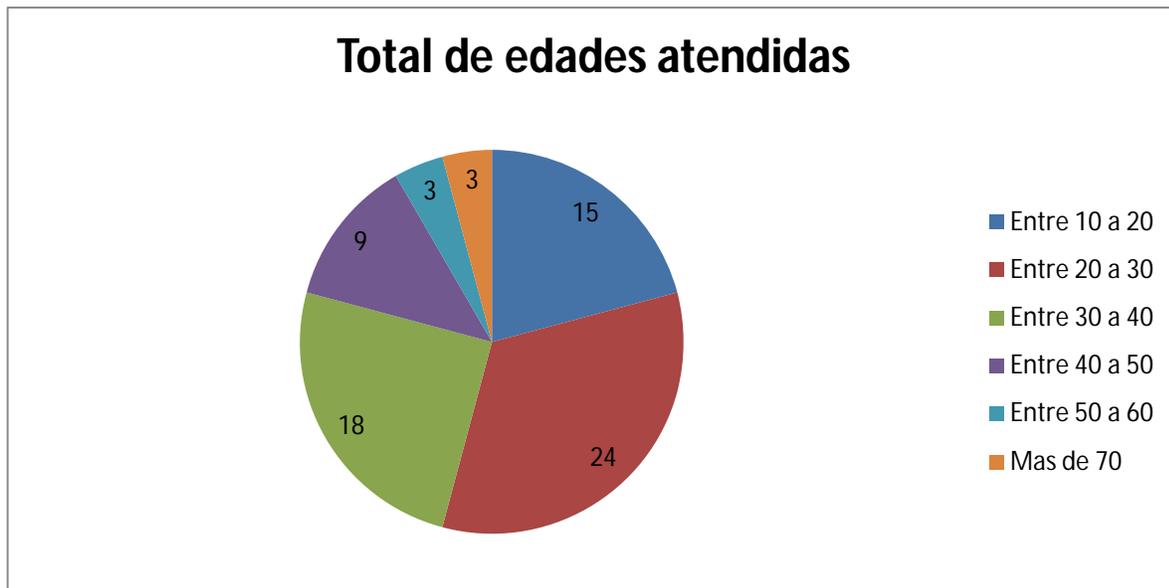
Esta encuesta se diseño por motivos educativos para desarrollar un trabajo de investigación. Agradezco el apoyo en contestar sinceramente.

Fuente 23 <https://forms.gle/peRjVfjmB4fjqzjs8>

*Nota: Este formulario se diseñó para captar información del cliente que nos ayude a mejorar cada día.*

## 1. Cuál es su edad

Ilustración 14 Edad de la población



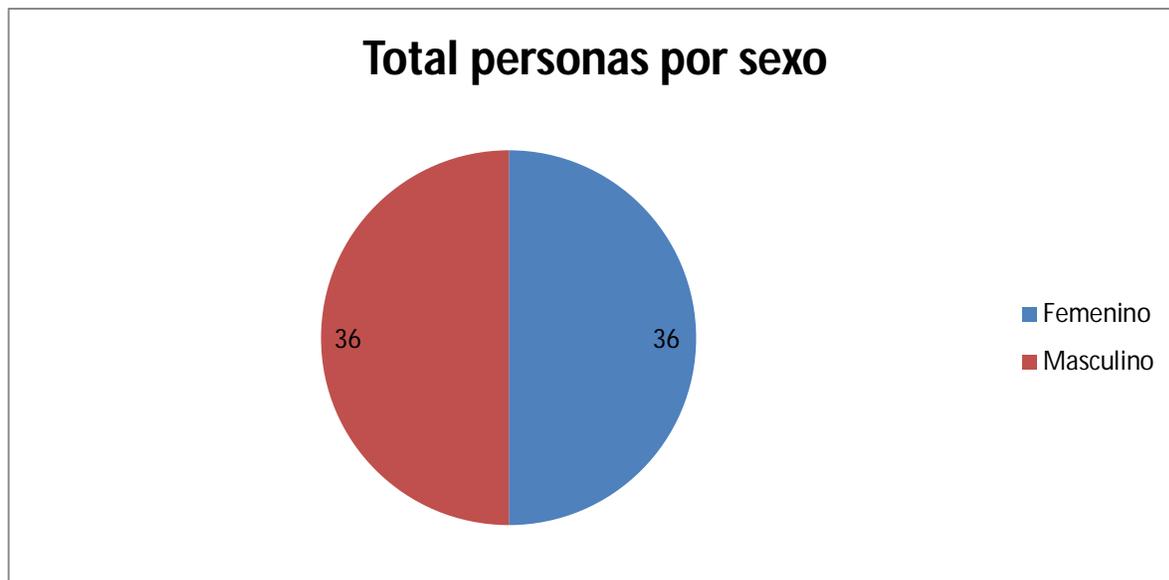
Fuente 24 Elaboración Propia

Edad	Cantidad
Entre 10 a 20	15
Entre 20 a 30	24
Entre 30 a 40	18
Entre 40 a 50	9
Entre 50 a 60	3
Mas de 70	3
<b>Total general</b>	<b>72</b>

*Nota: Muestra las edades de la población que llega a la óptica, con esta información podemos crear planes para lanzarlos a esas edades y así poder generar un ingreso adicional.*

## 2. Cuál es su sexo (Genero)

**Ilustración 15 Asistencia por sexo (Genero)**



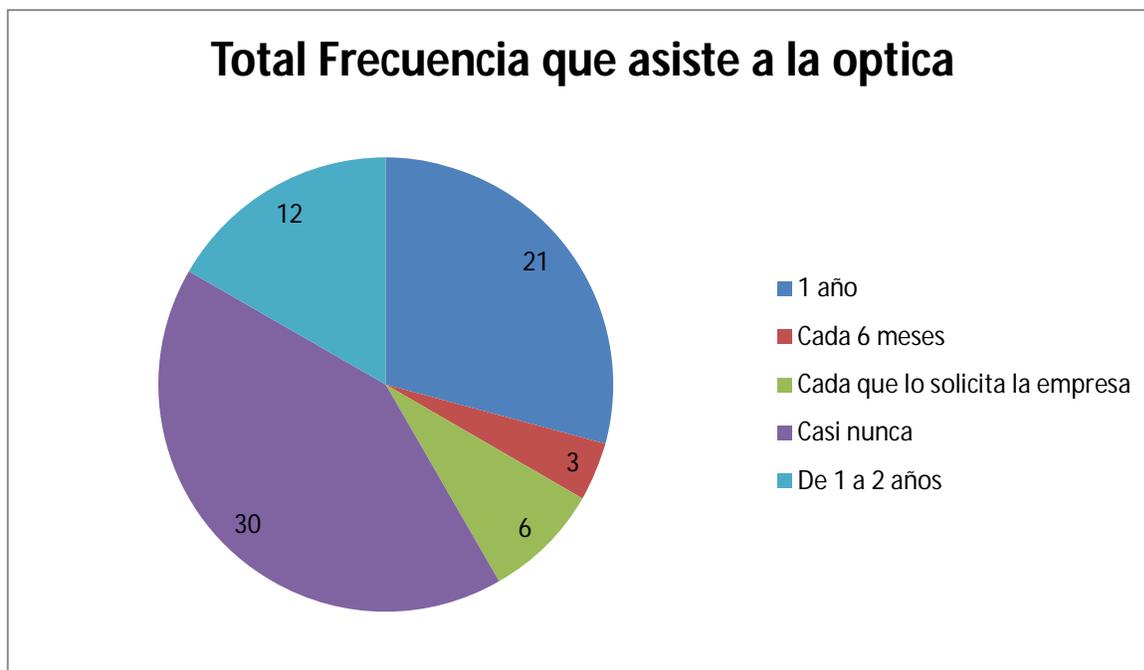
**Fuente 25 Elaboración Propia**

Sexo	Cantidad
Femenino	36
Masculino	36
<b>Total general</b>	<b>72</b>

*Nota: Del 100% de la población se encuentra dividida por géneros a igual proporción, el 50% de mujeres visitan la Óptica y el 50% de hombres también, esto demuestra que el interés por el cuidado de los ojos hoy en día es por igual.*

### 3. ¿Con que frecuencia asiste a una óptica en la localidad?

**Ilustración 16 Con qué frecuencia asiste a una óptica**



**Fuente 26 Elaboración Propia**

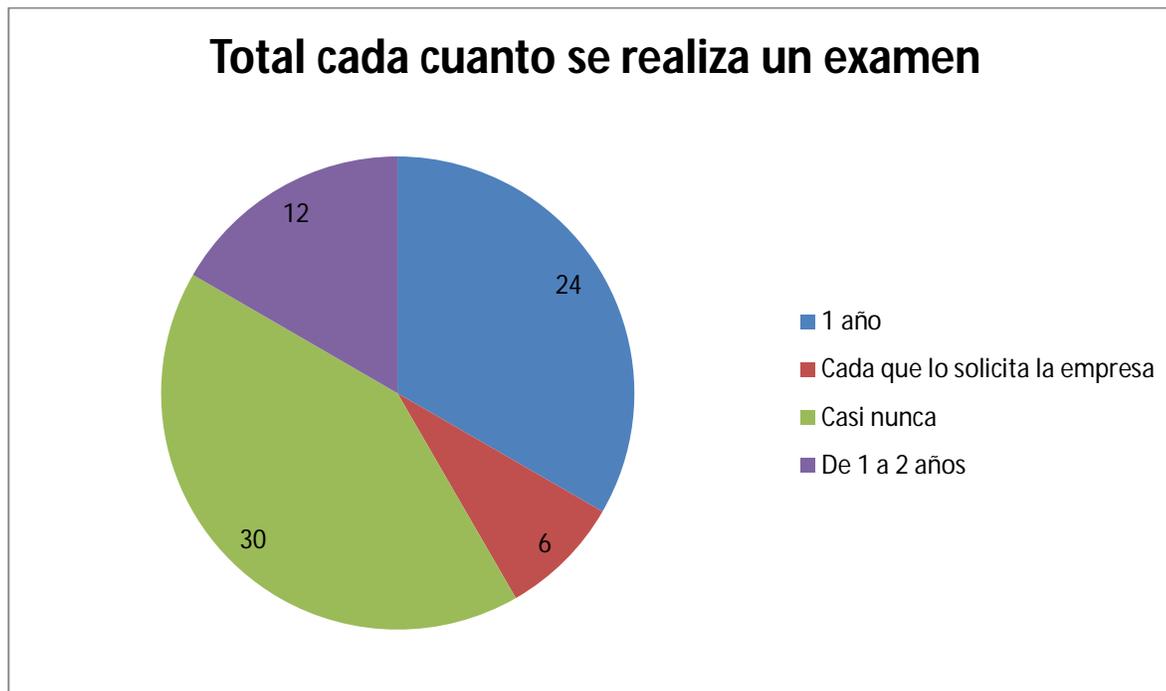
Frecuencia	Cantidad
1 año	21
Cada 6 meses	3
Cada que lo solicita la empresa	6
Casi nunca	30
De 1 a 2 años	12
<b>Total general</b>	<b>72</b>

*Nota: En esta nos demuestra que el 4% de esa población asiste a la óptica a consultar algo mas no a realizarse un chequeo cada 6 meses en cambio el 29% asiste a la óptica cada 1 año.*

*Demostrando el sentido de pertinencia que tiene la población por el cuidado de la vista.*

## 4. ¿Cada cuánto se realiza un examen visual?

Ilustración 17 Cuales es la frecuencia de realizarse un examen visual



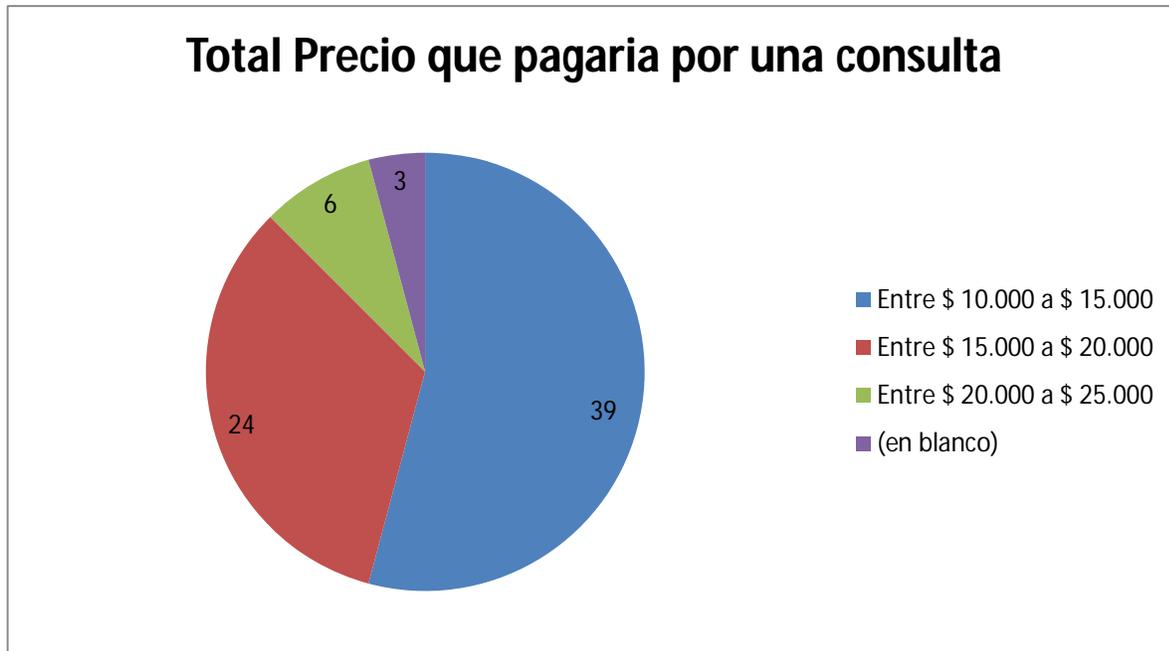
Fuente 27 Elaboración Propia

Frecuencia	Cantidad
1 año	24
Cada que lo solicita la empresa	6
Casi nunca	30
De 1 a 2 años	12
<b>Total general</b>	<b>72</b>

*Nota: En esta grafica se nota que el 33% de la población encuestada asiste cada año a control visual y el 17% de la misma asiste entre 1 a 2 años. A esta población hay que realizarle una estrategia para que su frecuencia de asistencia quede fija a un año.*

5. ¿Cuál es el precio que pagaría por una consulta optométrica?

**Ilustración 18** Cual sería el costo que pagaría por una consulta



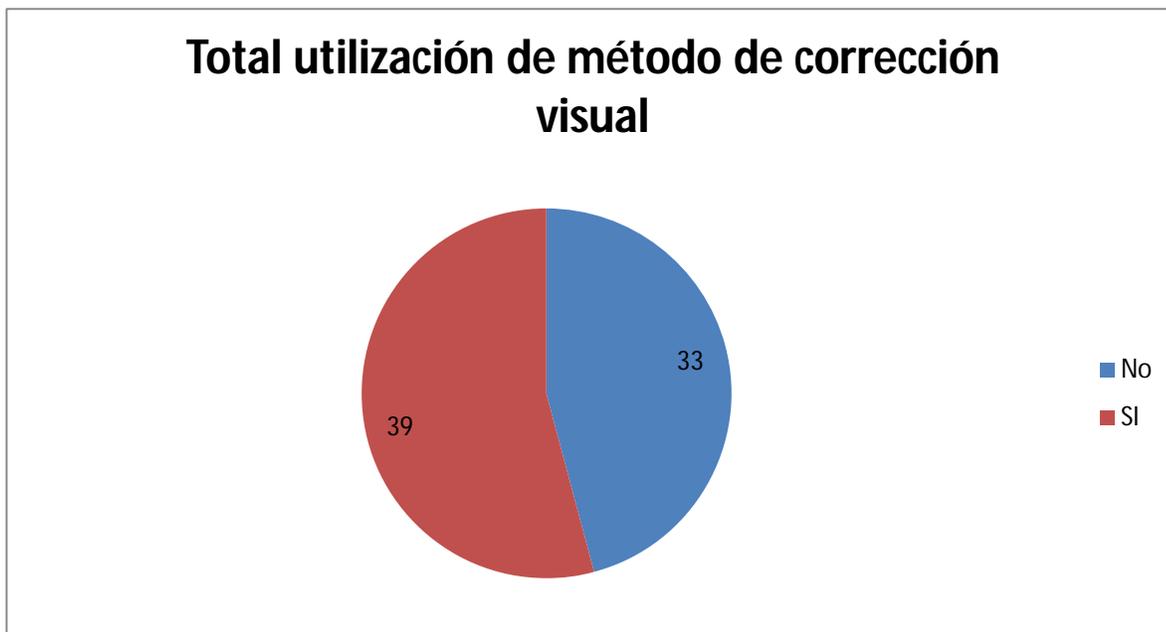
**Fuente 28** Elaboración Propia

Precio	Cantidad
Entre \$ 10.000 a \$ 15.000	39
Entre \$ 15.000 a \$ 20.000	24
Entre \$ 20.000 a \$ 25.000	6
(en blanco)	3
<b>Total general</b>	<b>72</b>

*Nota: Esta información nos servirá para la revisión de los costos internos comparándolos con el mercado, y a su vez a la creación de estrategias para cada caso. En esta el 54% de la población pagaría entre 10.000 a 15.000 la consulta.*

6. ¿Utiliza o ha utilizado algún método de corrección visual?

**Ilustración 19 Método empleado en la corrección visual**



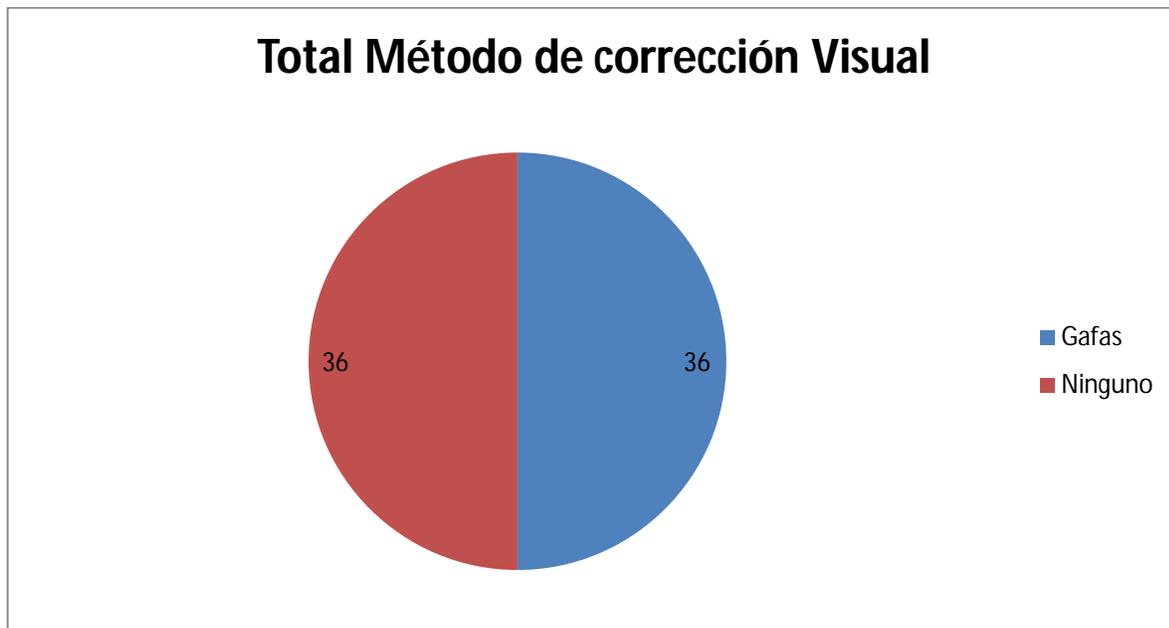
**Fuente 29 Elaboración Propia**

Respuesta	Cantidad
No	33
SI	39
<b>Total general</b>	<b>72</b>

*Nota: Se demuestra el interés de la población por utilizar métodos de corrección visual el 54% de esta los utiliza. Se puede trabajar en planes especiales para atraer ese cliente el 45% que no utiliza a que los pueda utilizar.*

7. ¿Qué método de corrección visual utiliza?

**Ilustración 20** Que métodos utiliza por corrección visual.



**Fuente 30** Elaboración Propia

Método	Cantidad
Gafas	36
Ninguno	36
<b>Total general</b>	<b>72</b>

*Nota: El método más usado es gafas este grafico nos indica que nuestro personal de compras puede buscar más modelos de estas ya que sabemos que el 50% de la población la utiliza y hay la posibilidad de que el otro 50% siendo optimista la pueda utilizar, además se puede crear planes estratégicos con esta población que no las utiliza.*

8. ¿Que busca usted cuando va a una óptica?

**Ilustración 21** Que le gustaría encontrar en una óptica



**Fuente 31** Elaboración Propia

Respuestas	Cantidad
Bajos precios	9
Buena atención	21
Precios - atención	42
<b>Total general</b>	<b>72</b>

*Nota: Se hace notar que el 58% de la población se inclina por los precios y la atención que brinda la óptica, haciendo que la satisfacción del cliente este satisfecha. Se trabajaran en planes estratégicos para que aumente dicho porcentaje.*

### **Resultados Objetivo Específico 3**

Por tanto dentro del análisis desarrollado gracias a las herramientas que se utilizó para captar la información se pudieron desarrollar planes de acción e indicadores de medición para el mejoramiento continuo de la empresa Lafam Visión C.O., cabe resaltar que a falta de un poco de organización en la empresa esta se ha mantenido por más de 9 años en el mercado, además con el grato apoyo de la comunidad la cual nos ha aceptado con las estrategias que se han implementado nos ha colocado en un lugar estratégico, el cual debemos mantener y no dejarnos superar por la competencia. Por ello al aplicar la planeación estratégica en la organización reforzando los puntos débiles que se han encontrado y fortaleciendo los que se tienen la empresa podrá aumentar sus ingresos y tener un control completo de la información.

Hay que resaltar que estas herramientas Google Driver y Excel para el análisis de la información nos ayudan a tener una visión clara de la información siempre está a la mano. Donde se busca alcanzar las metas propuestas por la empresa en un tiempo determinado.

## Conclusiones

Como primera medida se identificó que la organización no poseía sólides estratégicamente, por una parte a la falta de interés en su estructuración, por otro lado el miedo al no intentarlo. Aunque considerando que dentro de los procesos que esta desarrolla se han realizado acciones que ha dejado enseñanzas de manera empírica. A este tipo de análisis siempre hay que sumarle el factor interno y externo, porque además al no existir un sistema de evaluación y control de los datos, la información que se daba era errónea, resaltando la falta de una planeación.

Dentro de la investigación alguna de sus componentes, factores, elementos entre otros, se debe complementar, siendo estos representativos para la organización, teniendo en cuenta todo el entorno para la creación de la solución al problema como tal. De esta forma al concretar la importancia que tiene la planeación estratégica en las empresas y la cual nos ha influido por completo para que se pueda entender su manejo y aplicación sin contratiempos, contribuyendo al crecimiento empresarial con unos nuevos lineamientos.

### Lista de referencias

- /reciamuc.com*. (2020). Obtenido de <https://reciamuc.com/index.php/RECIAMUC/article/view/511>
- aec.es*. (2020). Obtenido de <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/indicadores#:~:text=Los%20indicadores%20son%20medios%2C%20instrumentos,est%C3%A1n%20logrando%20los%20objetivos%20estrat%C3%A9gicos.&text=Representan%20una%20unidad%20de%20medida,con%20los%20grupos%20de%20re>
- Alvarez, J., & Quiñonez, M. (2020). Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/21064/2020Qui%C3%B1onezMaria.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- aniorte-nic.net*. (2020). Obtenido de [http://www.aniorte-nic.net/apunt\\_metod\\_investigac4\\_4.htm](http://www.aniorte-nic.net/apunt_metod_investigac4_4.htm)
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
- Ayerbe, A., & Esquivel, J. (2017). Obtenido de [https://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/83214/1/T01109.pdf](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/83214/1/T01109.pdf)
- berlitz.com*. (2020). Obtenido de <https://www.berlitz.com/es-co/blog/7-modelos-de-planeacion-estrategica-y-sus-beneficios>
- Cañas, P., & Tovar, J. (2018). Obtenido de <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/17252/DISE%C3%91O%20DE%20UN%20MODELO%20DE%20GERENCIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Capcha, E. (2019). Obtenido de [http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/1572/1/T026\\_04079174\\_D.pdf](http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/1572/1/T026_04079174_D.pdf)
- cofide.mx*. (2021). Obtenido de <https://www.cofide.mx/blog/15-herramientas-de-control-que-debes-aplicar-en-tu-empresa>
- concepto.de*. (2021). Obtenido de <https://concepto.de/fuentes-de-informacion/>
- Cortés, E. (2018). Obtenido de <https://repositorio.unibague.edu.co/jspui/bitstream/20.500.12313/742/1/Trabajo%20de%20grado.%20pdf>
- Cortés, E. (2018). Obtenido de <https://repositorio.unibague.edu.co/jspui/bitstream/20.500.12313/742/1/Trabajo%20de%20grado.%20pdf>
- crasesoresproyectos.com*. (2020). Obtenido de <https://crasesoresproyectos.com/que-es-un-marco-referencial/#:~:text=El%20marco%20referencial%20es%20un,y%20procedimentales%20alrededor%20del%20problema.>

- crowe.com*. (2020). Obtenido de <https://www.crowe.com/ve/insights/planificacion-estrategica-y-el-efecto-pandemia>
- chospab.es*. (2020). Obtenido de <https://www.chospab.es/calidad/archivos/Metodos/Muestreo.pdf>
- datacreditoempresas.com.co*. (2021). Obtenido de <https://www.datacreditoempresas.com.co/blog-datacredito-empresas/situacion-economica-en-colombia-panorama-general-2021/>
- definicion.de*. (2019). Obtenido de <https://definicion.de/plan-de-accion/>
- dolar-colombia.com*. (2021). Obtenido de <https://www.dolar-colombia.com/grafica>
- economipedia.com*. (2017). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html#:~:text=El%20modelo%20canvas%20es%20la,de%20valor%20que%20se%20ofrece>.
- economipedia.com*. (2021). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/las-5-fuerzas-de-porter.html#:~:text=El%20modelo%20de%20las%205,de%20la%20estructura%20del%20mercado>.
- economipedia.com*. (2021). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/analisis-dafo.html>
- economipedia.com*. (2021). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estrategia-corporativa.html#:~:text=Una%20estrategia%20corporativa%20es%20un,el%20mercado%20interno%20y%20global>.
- ecured.cu*. (2020). Obtenido de <https://www.ecured.cu/Metodolog%C3%ADa>
- ejemplode.com*. (2021). Obtenido de [https://www.ejemplode.com/13-ciencia/3838-ejemplo\\_de\\_metodologia\\_de\\_la\\_investigacion.html](https://www.ejemplode.com/13-ciencia/3838-ejemplo_de_metodologia_de_la_investigacion.html)
- Freire, C. (2017). Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/7783/1/PIUSDADM020-2018.pdf>
- Fretel, A. (2019). Obtenido de <https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/1161/T-037-42501514.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- gestion.pensem.com*. (2020). Obtenido de <https://gestion.pensem.com/5-fuerzas-de-porter-que-son-como-usarlas-ejemplos>
- gestion.pensem.com*. (2021). Obtenido de <https://gestion.pensem.com/analisis-pestel-que-es-cuando-como-ejecutarlo#:~:text=PESTEL%20es%20un%20instrumento%20de,pueden%20influir%20sobre%20una%20empresa.&text=P%3A%20analiza%20los%20factores%20pol%C3%ADticos,S%3A%20estudia%20los%20factores%20social>
- González, J. (2019). Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones. *Telos*, 242-256.
- Gutierrez, J., & Nuñez, G. (2019). Obtenido de <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/19171/0602541.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gutierrez, J., & Nuñez, G. (2019). Obtenido de <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/19171/0602541.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Gutierrez, J., & Nuñez, G. (2019). Obtenido de <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/19171/0602541.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gutierrez, J., & Nuñez, G. (2019). Obtenido de <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/19171/0602541.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guzmán, C. (2017). Obtenido de <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/346/1140858879.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- isotools.org*. (2020). Obtenido de <https://www.isotools.org/2020/04/13/planificacion-estrategica-la-herramienta-poderosa-de-las-organizaciones/>
- isotools.org*. (2021). Obtenido de <https://www.isotools.org/2017/05/31/herramientas-diagnostico-gestion-procesos/>
- kanbantool.com*. (2021). Obtenido de [https://kanbantool.com/es/guia-kanban/que-es-un-diagrama-sipoc#:~:text=Un%20diagrama%20SIPOC%20sirve%20para,\(Customers\)%20en%20una%20operaci%C3%B3n.&text=El%20diagrama%20se%20usa%20para,sin%20entrar%20en%20mayores%20detalles.](https://kanbantool.com/es/guia-kanban/que-es-un-diagrama-sipoc#:~:text=Un%20diagrama%20SIPOC%20sirve%20para,(Customers)%20en%20una%20operaci%C3%B3n.&text=El%20diagrama%20se%20usa%20para,sin%20entrar%20en%20mayores%20detalles.)
- lucidchart.com*. (s.f.). Obtenido de <https://www.lucidchart.com/pages/es/ejemplos-y-plantillas-de-diagramas-de-flujo>
- Llano, J., & Suárez, D. (2019). Obtenido de [https://repository.eafit.edu.co/xmlui/bitstream/handle/10784/16000/JuanEsteban\\_LlanoMoreno\\_DavidEsteban\\_SuarezSuarez\\_2019.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repository.eafit.edu.co/xmlui/bitstream/handle/10784/16000/JuanEsteban_LlanoMoreno_DavidEsteban_SuarezSuarez_2019.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Martinez, L., & Navarro, B. (2016). Obtenido de <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/xmlui/bitstream/handle/10893/12617/0540937.pdf?sequence=1>
- Martinez, L., & Navarro, B. (2016). Obtenido de <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/12617/0540937.pdf?sequence=1>
- milagrosruizbarroeta.com*. (2020). Obtenido de <https://milagrosruizbarroeta.com/mefe-y-mefi-herramientas-para-analisis-estrategico/>
- Palacios, L. (2016). *Dirección Estratégica*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Peralta, P., & Cervantes, V. (2020). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29062641016/html/>
- plannegocios.com*. (2019). Obtenido de [https://www.plannegocios.com/plan\\_negocios/analisis\\_estrategico/analisis\\_mefi\\_y\\_mefe](https://www.plannegocios.com/plan_negocios/analisis_estrategico/analisis_mefi_y_mefe)
- Polentino, J. (2021). Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/31645/2020jenntpolentino.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Polentino, J. (2021). Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/31645/2020jenntpolentino.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- porkcolombia.co*. (2019). Obtenido de <https://porkcolombia.co/wp-content/uploads/2019/10/ED-249-PORKCOLOMBIA-DIGITAL.pdf>

- portafolio.co*. (2020). Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/la-era-digital-le-abre-los-ojos-al-negocio-de-las-gafas-537054>
- pymesycalidad20.co*. (2021). Obtenido de <https://www.pymesycalidad20.com/sipoc-un-diagrama-de-lo-mas-util-para-mapeo-de-procesos.html>
- saludvisualyocular.com*. (2020). Obtenido de <https://www.saludvisualyocular.com/legislacion/salud-visual/legislacion/legislacion-que-rige-el-ejercicio-de-la-optometria-en-colombia.php>
- sc.jalisco.gob.mx*. (2020). *sc.jalisco.gob.mx*. Obtenido de [https://sc.jalisco.gob.mx/sites/sc.jalisco.gob.mx/files/el\\_imperio\\_del\\_derecho\\_ponencia\\_0.pdf](https://sc.jalisco.gob.mx/sites/sc.jalisco.gob.mx/files/el_imperio_del_derecho_ponencia_0.pdf)
- semana.com*. (2017). Obtenido de <https://www.semana.com/opticas-en-la-mira-de-multinacionales-en-colombia/248140/>
- semana.com*. (2017). Obtenido de <https://www.semana.com/opticas-en-la-mira-de-multinacionales-en-colombia/248140/>
- significados.com*. (2021). Obtenido de <https://www.significados.com/marco-conceptual/>
- Thompson, A., & Gamble, J. (2012). *Administración Estratégica Teorías y Casos*. México: Mc Graw Hill.
- universidadean.edu.co*. (2018). Obtenido de <https://universidadean.edu.co/noticias/5-estrategias-para-entrar-nuevos-mercados-y-atraer-mas-clientes>
- uvrcorrectoresdetextos.com*. (2020). *uvrcorrectoresdetextos.com*. Obtenido de <https://www.uvrcorrectoresdetextos.com/post/2018/11/26/consejos-para-construir-los-marcos-de-tu-tesis#:~:text=En%20tu%20Marco%20Legal%20debes,dan%20fundamento%20a%20tu%20investigaci%C3%B3n.&text=Para%20organizarlo%20se%20recomienda%20dividirlo,legislaci%C3%B3n>
- www.rankia.com*. (2021). Obtenido de <https://www.rankia.com/blog/autonomos-y-emprendedores/2766918-que-modelo-canvas>

Anexos



**Examen visual  
A DOMICILIO**

**OPTICA  
LAFAM  
VISION c.o**  
*Cuidando tus ojos*

**Agenda TU CITA**  
📞 321 869 7712 - 301 602 4655

The advertisement features a central photograph of a young child with blonde hair, smiling while wearing a phoropter. The background is a blurred clinical setting. The text is arranged in a clean, modern layout with a red and white color scheme.

OPTICA

**LAFAM** 

**VISION C.O**

*Cuidando tus ojos!*

Con **MODERNOS EQUIPOS**

Que le garantizan un Examen Visual preciso y de Alta Tecnología



**+**  
**PRECISIÓN**  
Para que Usted  
Vea Mejor

**TODOS NUESTROS LENTES CON EL 50% DCTO.**



**Ordene Yá sus**  
**LENTES abonando**  
**oio \$ 20.000 N°**

**GRATIS**  
✓ Filtro Solar  
✓ Monturas  
Según Inventario

**QUEDATE EN CASA**

**EXAMEN DE VISTA A DOMICILIO**

- Examen de vista.
- Lentes formulados.
- Lentes de contacto.

OPTICA **LAFAM VISION** C.O.  
*Cuidando tus ojos!*

lafamvision  
f Instagram



**Agenda TU CITA**  
📞 321 869 7712 - 301 602 4655