



**UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA**

**DISEÑO DE LA PLATAFORMA ESTRATEGICA DE LA
CORPORACIÓN RIO ABAJO CULTURA Y COMUNICACIONES
UBICADA EN EL MUNICIPIO DE CAUCASIA, ANTIOQUIA**

MAIDA ESTELA FUENTES PORTILLO

**Proyecto de grado para optar por el título de:
Administrador de Empresas**

**Universidad de Antioquia
Facultad de Ciencias Económicas
Programa de Administración de Empresas
2020**



DISEÑO DE LA PLATAFORMA ESTRATEGICA DE LA CORPORACION RIO
ABAJO CULTURA Y COMUNICACIONES UBICADA EN EL MUNICIPIO DE
CAUCASIA, ANTIOQUIA.

MAIDA ESTELA FUENTES PORTILLO

ESTUDIANTE DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS X SEMESTRE

PRESENTADO A:
LINA MARIETH MARTINEZ HENAO
ASESORA PRÁCTICAS Y DOCENTE INVESTIGADORA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
SECCIONAL BAJO CAUCA

CAUCASIA
2020

Dedicatoria a:

Mi madre por ser una mujer ejemplar y, decidida, ella para mí es símbolo de perseverancia y superación y sobre todo por acompañarme en cada paso de mi vida.

A toda mi familia en general, quienes siempre han estado ahí en los momentos cruciales e importantes, apoyándome y alentándome a seguir y jamás desistir.

A cada persona que de una u otra manera contribuyó a que el camino hacia la meta fuese más ameno.

Agradecimientos

A la Corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones, por acogerme y brindarme la oportunidad de realizar este proyecto de prácticas académicas en su empresa, además de enriquecer mis conocimientos.

A la Universidad de Antioquia por su magnífica gestión en el desarrollo de la región, dando la oportunidad a las jóvenes y adultos de tener una formación humana y profesional para mejorar las condiciones de vida locales.

A mis profesores por cada enseñanza, conocimiento, experiencia y apoyo en los años por mi paso en la universidad.

Tabla de Contenido

Dedicatoria a:	3
Agradecimientos	4
1. Título de la práctica	8
2. Tema de la práctica	8
3. Contexto de la Organización	8
3.1 <i>Historia</i>	8
3.2 <i>Líneas de acción</i>	9
3.3 <i>Portafolio de servicios de Río Abajo</i>	9
3.3.1 Servicios en el área de las comunicaciones	10
3.3.2 Servicios en el área de Audiovisuales	10
3.3.3 Servicios en el área de Marketing	10
3.3.4 Servicios en el área Organizacional	10
4. Servicios en el área social	10
3.3.6 <i>Línea cultural</i>	11
3.3.7 <i>Línea organizacional</i>	11
4. Mercados que atiende	11
5. Descripción del contexto	12
6. Antecedentes de la organización	13
7. Problema	15
8. Objetivos	16
<i>Objetivo General</i>	16
<i>Objetivos Específicos</i>	16
9. Justificación	16

10. Delimitación	19
Temporal	19
Espacial.....	19
11. Marco Referencial	19
Marco Teórico.....	19
12. Marco Normativo	23
Estatutos.....	23
13. Marco Conceptual	23
14. Diseño metodológico.....	26
15. Cronograma de actividades	27
16. Recursos disponibles	27
<i>Financieros</i>	<i>27</i>
<i>Materiales</i>	<i>27</i>
<i>Humanos.....</i>	<i>27</i>
17. Plataforma estratégica de la Corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones.	27
<i>Análisis interno</i>	<i>28</i>
Matriz del perfil de Capacidad Interna – PCI.....	28
Matriz de Evaluación de los Factores Internos – EFI.....	30
<i>Análisis externo.....</i>	<i>31</i>
Matriz PESTEL y Matriz de Evaluación de los Factores Externos – EFE.....	31
Matriz PESTEL.....	32
Matriz de Evaluación de los Factores Externos – EFE.....	33
18. RESULTADOS	36
DISEÑO DE LA PLATAFORMA ESTRATÉGICA DE LA COORPORACIÓN RÍO ABAJO CULTURA Y COMUNICACIONES.	36
19. Organigrama Corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones	39

20. Conclusiones.....	42
22. Bibliografía	44

Lista de Tablas

Tabla 1: Cronograma de Actividades.....	27
Tabla 2: Matriz del perfil de Capacidad Interna – PCI	29
Tabla 3: Matriz de Evaluación de los Factores Internos – EFI	30
Tabla 4: Matriz PESTN	33
Tabla 5: Matriz de Evaluación de los Factores Externos – EFE	34
Tabla 6: Manual de Funciones y Responsabilidades Gerente	Error! Bookmark not defined.
Tabla 7: Manual de funciones y responsabilidades Coordinador de proyectos sociales	Error! Bookmark not defined.
Tabla 8: Manual de Funciones y Responsabilidades coordinador de comunicaciones	Error! Bookmark not defined.

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1: Líneas de servicios	9
------------------------------------	---

DISEÑO DE LA PLATAFORMA ESTRATEGICA DE LA CORPORACION RIO ABAJO CULTURA Y COMUNICACIONES UBICADA EN EL MUNICIPIO DE CAUCASIA, ANTIOQUIA

1. Título de la práctica.

Diseño de la plataforma estratégica de la Corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones ubicada en el municipio de Caucasia Antioquia.

2. Tema de la práctica

El proyecto está enmarcado en las diferentes temáticas vistas en las asignaturas de gestión estratégica, gestión por procesos, gestión humana y demás asignaturas pertenecientes al núcleo de organizaciones.

3. Contexto de la Organización

3.1 Historia

Río Abajo Cultura y Comunicaciones, es un colectivo de profesionales de las comunicaciones y del área social, que nació en febrero del año 2014 en el municipio de Caucasia, constituida legalmente de acuerdo con las disposiciones normativas, con NIT: 900973301-2; y el centro de operaciones de la empresa es en el barrio Kennedy-Calle 23 N° 9-54 2° piso.

Río Abajo Cultura y Comunicaciones se encuentra clasificada en el denominado tercer sector de la economía o el sector de los servicios, más específicamente en el sub sector de la economía solidaria.

Por otra parte, según el artículo estatutario #4, define que el objeto social de la corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones, es ofrecer soluciones creativas, innovadoras, profesionales e integrales a sus clientes en materia audiovisual, radial y comunicaciones en general, además, de liderar, realizar y/o ejecutar proyectos de intervención social, manteniendo altos estándares de calidad. (<http://www.rioabajo.co/>, 2015)

Como vemos en la ilustración, se puede evidenciar las dos líneas de trabajo de la corporación, para la prestación de sus servicios.

3.2 Líneas de acción



Ilustración 1: Líneas de servicios

Fuente: Creación propia. Elaborado con Información de Río Abajo (Cooperación Río Abajo, 2020)

3.3 Portafolio de servicios de Río Abajo

3.3.1 Servicios en el área de las comunicaciones

“El arte de la escucha efectiva es esencial para una comunicación clara, y una comunicación clara es necesaria para la gestión de éxito”. James Cash Penny.

Queremos acompañarte en tu camino hacia el éxito, te invitamos a conocer nuestro portafolio de servicios.

3.3.2 Servicios en el área de Audiovisuales

- Producción de piezas institucionales, publicitarias y cinematográficas.
- Videos en Animación 2D.
- Talleres de formación básica en Audiovisual.

3.3.3 Servicios en el área de Marketing

- Diseño, administración y actualización de Página web.
- Estrategias de marketing digital y posicionamiento de marca.
- Diseño y posicionamiento de imagen corporativa.

3.3.4 Servicios en el área Organizacional

- Diseño y ejecución de estrategias de Comunicación Interna y Externa
- Diseño y ejecución de proyectos de Comunicación para el desarrollo.
- Producción de eventos y merchandising.

4. Servicios en el área social

- “La vida no es la que uno vivió, sino la que uno recuerda y como la recuerda para contarla”.

Gabriel García Márquez.

- Somos contadores de historias y queremos hacer parte de la tuya.
- Algunos de los servicios asociados con esta línea son:

- Diseño, formulación y ejecución de proyectos para el fortalecimiento del capital social.
- Realización de iniciativas para la construcción y promoción de la paz.
- Desarrollo de estrategias para la promoción de los derechos humanos.
- Elaboración de proyectos con enfoque diferencial.
- Diseño de metodologías para la intervención social.
- Encuestas y análisis de datos y seguimientos a planes de desarrollo municipales.

3.3.6 Línea cultural

- Elaboración de proyectos de fortalecimiento y conservación de la cultura.
- Responsabilidad social institucional.
- Elaboración de diagnósticos sociales.

3.3.7 Línea organizacional

- Fortalecimiento organizacional.
- Gestión del clima organizacional.
- Metodologías para la aplicación de estrategias de resolución pacífica de conflictos.
- Estudios de mercadeo y ventas.
- Diagnósticos organizacionales y estratégicos.
- Planeación y ejecución estrategia de Talleres, conversatorios y foros

4. Mercados que atiende

Rio Abajo Cultura y Comunicaciones cuenta con la capacidad de ofrecer sus servicios en cualquier latitud del territorio nacional donde sea demandada, sin embargo, por temas de competitividad en precios podríamos acotar este al terreno local de la subregión del Bajo Cauca Antioqueño y municipios aledaños. Cultura

5. Descripción del contexto

El análisis del contexto de la corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones, se analizará a través de la herramienta PESTEL, con el fin de analizar y comprender de forma más amplia el entorno de la empresa.

Político: La firma del tratado de Paz entre el gobierno nacional y las guerrillas de las FARC permite la destinación de unos recursos para el Postconflicto que permite a otros actores de la sociedad civil sumarse al proceso de vinculación de los miembros de esta antiquísima organización al margen de la ley a las actividades de la vida cotidiana mediante el debido acompañamiento de todos los actores que se encuentren interesados en garantizar la verdad, la justicia, la reparación y la no repetición de los acontecimientos históricos que hicieron que este dialogo fuera tan necesario para el país, y hablando en términos específicos para la subregión del Bajo Cauca que ha sido actor principal y testigo de estos hechos.

La falta de instituciones gubernamentales que brinden confianza en los procesos que se llevan a cabo en el país y que terminan generando retrocesos en los planes de desarrollo y bienestar que se contemplan, por ejemplo, la corrupción y el clientelismo de los miembros de las bancadas políticas que distribuyen todo de acuerdo a los intereses de algunos pocos.

Económico: La presencia activa de organismos internacionales de ayuda humanitaria y el interés de compañías internacionales de invertir en el país es siempre el mejor estímulo para seguir apostándole a organizaciones de carácter social que ayudan a la construcción de país desde los diferentes territorios. Evidentemente no podemos ser ajenos a los acontecimientos históricos que se vienen adelantando en todo lo ancho del globo terráqueo con la guerra comercial existente entre Estados Unidos y China y como este hecho encarece las materias primas y los costos en la prestación de servicios, además de condicionar al gobierno local a

tomar bando por uno de los dos, siendo los dos aliados comerciales estratégicos para la economía nacional.

Social: El gran número de comunidades pertenecientes a todas las etnias y grupos poblacionales que vuelve la misma interacción un desafío desde la mezcla de los diferentes saberes ancestrales para la conformación de una idiosincrasia propia. La presencia activa de las disidencias de las FARC y los demás grupos al margen de la ley que se encuentran en el territorio del Bajo Cauca y que con su accionar dificultan los procesos sociales que se adelantan con las comunidades más vulnerables, y que son justamente las que se asientan en los territorios donde estos actores armados tienen su accionar.

Tecnológico: El avance a pasos agigantados que se puede observar en los aparatos electrónicos hace de este un recurso a explotar de múltiples formas en la corporación mediante la implementación de un proceso de mejora continua y de innovación permanente. La demanda de nuevos servicios y disponibilidad en las urbes de los últimos equipos de producción audiovisual y de productos de comunicación puede centrar la producción de medios limitando la llegada a los municipios periféricos de los grandes contratos en esta materia.

Normativo: Todos los planes en términos de proyectos estatales y leyes de fomento a la superación del conflicto en la región del Bajo Cauca. La regulación de los contenidos audiovisuales que se pueden publicar en las redes sociales o el incremento de la tasa impositiva que pagan quienes laboran con este tipo de servicios.

6. Antecedentes de la organización

A medida que el aspecto de Río Abajo Cultura y Comunicaciones se desempeña en el negocio de las comunicaciones y de la economía solidaria, con el propósito de aportar desde las

comunicaciones a la potenciación del desarrollo humano sostenible y la construcción de tejido social en el Bajo Cauca antioqueño y los municipios aledaños del sur de Córdoba y el Norte de Antioquia.

Río Abajo Cultura y Comunicaciones se encuentra clasificada en el denominado tercer sector de la economía o el sector de los servicios, más específicamente en el sub sector de la economía solidaria.

Río Abajo Cultura y Comunicaciones, es un colectivo de profesionales de las comunicaciones y del área social, que nació en febrero del año 2014, que tiene como visión a mediano plazo ser una organización líder en la realización de planes de medios, comunicación para el desarrollo, fomento de la participación ciudadana, realización de proyectos con enfoque diferencial, promoción de los derechos humanos e implementación de iniciativas de construcción de paz.

Además de realizar procesos que incluyan a poblaciones que sociopolíticamente han estado excluidas. Tal es el caso de las comunidades étnicas (afro, indígenas, palenqueras, raizales, LGTBI) y de comunidades que socialmente se encuentran en situación de amenaza y/o vulnerabilidad (victimas de conflicto y mujeres como ejemplo).

La Corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones cuenta con una socióloga, un antropólogo y 4 comunicadores sociales con experiencia en la coordinación de proyectos sociales y organizativos con comunidades étnicas y con conocimientos sobre normatividad indígena, con experiencia en la creación y difusión de manuales de convivencia en comunidades indígenas y en la realización y aplicación de estrategias de comunicaciones con enfoque diferencial.

7. Problema

Durante el periodo 2014 – 2020, la corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones, ha experimentado un crecimiento en cuanto al número de servicios presente en su portafolio de servicios, mayor número de empleados, crecimiento en la complejidad de sus procesos y aumento constante de su número de clientes.

En cuanto a la construcción de una dirección estratégica, la corporación no ha tenido avances significativos. Hubo redacción de algunos elementos de la plataforma estratégica como “visión” y “misión”, pero era como requisitos solicitados dentro de los pliegos licitatorios solicitados por algunos clientes, pero no eran productos de un análisis del contexto real externo e interno de la organización. Lo anterior, ha provocado que en muchas ocasiones se presenten ciertas dificultades a la hora de hablar de calidad del servicio.

En las organizaciones es importante la consolidación de una planeación estratégica porque le permite a la empresa visibilizarse a mediano y largo plazo con el objetivo de cumplir todas sus metas.

La dirección estratégica se ocupará probablemente de la dirección al largo plazo de la empresa, además también podemos decir, que las decisiones estratégicas se ocupen del alcance de las actividades de una organización. (Gerry , 2006)

En este orden de ideas, es evidente la importancia que tiene la dirección estratégica en toda organización, debido a que parte de su finalidad es servir como puente para enlazar todas y cada una de las decisiones que se toman en la empresa de tal forma que se pueda lograr el cumplimiento de los objetivos de la organización.

¿Cómo diseñar la plataforma estratégica de la Corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones?

8. Objetivos

Objetivo General

Diseñar la plataforma estratégica de la Corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones, ubicada en el Municipio de Caucasia.

Objetivos Específicos

- Realizar análisis del contexto organizacional de la Corporación Río Abajo con el fin de conocer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa.
- Diseñar plataforma estratégica para la Corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones.
- Construir el procedimiento de planeación estratégica de la Corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones.

9. Justificación

El desarrollo de este trabajo obedece a una necesidad puntual de profundizar en la aplicación de conocimientos desde el enfoque organizacional y la generación de valor que puede llegar a crear en torno a la competitividad empresarial, como la planeación estratégica con los cuales la corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones, tendrá la posibilidad de iniciar procesos en cuanto ventajas competitivas, beneficios operacionales y económicos.

La creación del plan estratégico en las organizaciones, permite realizar una mirada interna y externa del entorno donde ésta se encuentra ubicada, ayuda a crear los objetivos que en conjunto con la misión y visión contribuyen a la búsqueda de la maximización del uso de los recursos de las empresas, adicional a eso, proporciona una herramienta de medición que permite mantener a todos los colaboradores alineados a alcanzar un mismo propósito, por esta razón “la estrategia constituye un medio para establecer el propósito de una organización en términos de sus objetivos a largo plazo, sus planes de asignación y asignación de recursos”(Goodstein, L. D., Nolan, T. M., & Pfeiffer, 1998, p.6)

Río Abajo Cultura y Comunicaciones es una empresa de servicios legalmente constituida que se desempeña en el negocio de las comunicaciones y de la economía solidaria, posicionada en el tercer sector de la economía Bajo caucana, con clientes potenciales y un amplio mercado; sin embargo, no cuenta con una eficaz, novedosa y adecuada plataforma estratégica que le permita sintetizar su propio direccionamiento a fin de encaminar sus objetivos a la prestación de un mejor servicio. (<http://www.rioabajo.co/>, 2015)

La plataforma estratégica de toda organización, es de vital importancia pues le ayuda a identificar principales aspectos que influyen en el ciclo de vida de la misma, ejemplo de ello tenemos: la razón principal por la que fue creada la compañía, también para saber qué productos y servicios está ofreciendo al público, también permite evidenciar cuáles son sus puntos fuertes y débiles tanto interna como externamente, qué tipo de actividades realiza mejor, cómo se adapta a los cambios del entorno, cuál es su objetivo principal, entre otros.

Por otra parte, la plataforma estratégica de las empresas sirve como herramienta que podrá ser usada como medio de involucramiento directo de los stakeholders o grupos de interés de la compañía, al igual que cada una de las personas que se involucren con esta para que sientan identidad y pertenencia con la organización, logrando así una visión unificada a futuro a través de estrategias eficaces, que permitan alcanzar los objetivos propuestos, y de esta manera conseguir un excelente clima organizacional y gran satisfacción para los clientes. (Gerry , 2006)

La realización de estrategias les da a las empresas la posibilidad de ser competitivas en el mercado, a través de la fijación de metas y tácticas que maximice las fortalezas y oportunidades pero que también que potencie sus debilidades y amenazas, ya que “la estrategia corporativa trata de fijar la orientación básica de la empresa en su conjunto, respecto a la identificación de las

actividades o negocios en las que se quiere desempeñar” (J.E. Navas López y Guerras Martín, 2012, p.30).

La importancia del buen direccionamiento de la empresa radica en que estas le dan a la empresa la posibilidad de ser competitivas en el mercado, a través del establecimiento de metas y tácticas que maximice e impulse las fortalezas y oportunidades pero a su vez que también potencie debilidades y amenazas en la empresa, porque según Navas “la estrategia corporativa trata de fijar la orientación básica de la empresa en su conjunto, respecto a la identificación de las actividades o negocios en las que se quiere desempeñar” (López, 2012)

Por tanto, la presente ejecución y desarrollo de este proyecto tiene como objetivo principal diseñar la plataforma estratégica de la corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones, con el fin de identificar fortalezas, debilidades, oportunidades, y amenazas; principales actividades que la corporación lleva a cabo, el mercado objetivo entre otras, de manera tal que se pueda plasmar estrategias de la empresa para la prestación de un mejor servicio con eficiencia y calidez.

Por otra parte, cabe mencionar que la realización de este trabajo me permitirá a mí como estudiante en formación el desarrollo de habilidades con relación a la importancia de la plataforma estratégica de una organización y así mismo poder poner en práctica lo aprendido hermenéuticamente en la academia en la línea de organizaciones, y así poder realizar un eficaz ejercicio de diseño de dirección estratégica para la corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones ya que tomaré las bases y conocimientos adquiridos en las asignaturas de Gestión Estratégica y Plan de Negocios, establecidas en el pensum del programa de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Antioquia.

10. Delimitación

Temporal

El diseño de la plataforma estratégica será realizado desde el 10 de febrero del año 2020, día que se inician la práctica académica, hasta el 10 de mayo del año 2020.

Espacial

La práctica académica se realizará en la corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones, ubicada en el municipio Cauca, Antioquía.

11. Marco Referencial

Este marco referencial estará constituido por el marco teórico, el cual está relacionado directamente con la investigación y especialmente con los objetivos específicos, el cual encierra un conjunto de ideas desarrolladas por autores tales como, Fred David (2003), Humberto Serna entre otros; con los que se creó una guía de actuación para determinar la situación actual de la Corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones, y así poder ofrecer escenarios futuros en los cuales podría estar inmersa la empresa; el marco conceptual, en donde se definirán conceptos aplicables a al desarrollo de la cascada estratégica de la corporación y el tercer componente del marco referencial es el marco normativo, en el cual se habla del ordenamiento jurídico que regula la actividad de las organizaciones sin ánimo de lucro en Colombia y que impacta a la Corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones.

Marco Teórico

El marco teórico que se desarrolla a continuación permite visualizar los principales argumentos y definiciones de algunos teóricos.

Una planeación estratégica definida, plantea un escenario futuro de la organización, que le permite saber con claridad que está haciendo hoy para proyectarse al mañana, igualmente la planeación le determina a las empresas una ruta u horizonte a seguir, que en este caso se trataría de los lineamientos a seguir, en otras palabras, el cómo alcanzar los objetivos, por eso, la planeación estratégica es definida como “el proceso por el cual los miembros guía de una organización prevén su futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones necesarias para alcanzarlo” (Fred R, 2003)

En este orden ideas podemos decir que, la planeación estratégica, les permite a las organizaciones analizar y fijar quienes son y cuál es su verdadera función el mercado, de ahí la necesidad de plantear una misión, visión y metas o estrategias de la organización que evidencie realmente el ejercicio de su actividad económica.

Siguiendo a Fred R, 2003 una planeación estratégica debe contener los siguientes elementos: misión, visión, valores y políticas corporativas. Además los objetivos estratégicos en las organizaciones presentan los pequeños logros que se deben ir alcanzando con las actividades que desempeñan día a día las empresas, esto se refiere a que, los objetivos son indispensables para lograr el éxito de una empresa debido a que establecen la dirección a seguir, ayudan en la evaluación, crean sinergia, revelan prioridades, enfocan la coordinación y proporcionan una base para llevar a cabo con eficiencia las actividades de planificación, organización, motivación y control. (Fred R, 2003).

Entonces, una planeación estratégica definida, plantea un escenario futuro de la organización, que le permite saber con claridad que está haciendo hoy para proyectarse al mañana, igualmente la planeación le determina a las empresas una ruta u horizonte a seguir, que en este caso se trataría de los lineamientos a seguir, en otras palabras, el cómo alcanzar los

objetivos, por eso, la planeación estratégica es definida como “el proceso por el cual los miembros guía de una organización prevén su futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones necesarias para alcanzarlo” (Goodstein, L. D., Nolan, T. M., & Pfeiffer, 1998, p.5).

Todas las organizaciones tienen que superar los retos del desarrollo estratégico, algunas empresas por el deseo de aprovechar nuevas oportunidades y otras para superar importantes problemas. (Gerry , 2006); Todo esto va de la mano con el éxito de la organización, porque cuando se tiene una dirección estratégica establecida y ligada a los objetivos de la empresa, esto hará que sea mucho más fácil el cumplimiento de las metas.

Ahora bien, para el teórico Gerry Johnson, la dirección estratégica está compuesta por tres elementos principales que son: comprensión de la posición estratégica, elecciones estratégicas para el futuro y la conversión de la estrategia en acción y que lográndose la ejecución de estos tres planteamientos la organización va hacia el direccionamiento del cumplimiento de sus objetivos.

Posición estratégica: trata de identificar el efecto que, sobre la estrategia, tiene en entorno externo, la capacidad estratégica de una organización y las expectativas e influencia de las partes interesadas. (Gerry , 2006)

Elecciones estratégicas: implican la comprensión de las bases subyacentes para la estrategia futura, tanto desde el punto de vista de la unidad de negocio como desde el punto de vista corporativo y de las opciones para desarrollar la estrategia, tanto en función de la dirección en que esta debe moverse como de los métodos de desarrollo. (Gerry , 2006)

Y finalmente la puesta de la estrategia en acción: esta se ocupa de garantizar que las estrategias están funcionando en la práctica. (Gerry , 2006)

Con el direccionamiento estratégico de las organizaciones es necesario matizar una cuestión antes de empezar a diseñar una plataforma estratégica, y es porque un manual se ocupa de la estrategia y las decisiones estratégicas en todo tipo de organizaciones. (Fred R, 2003) Adicional a esto, la planeación estratégica, les permite a las organizaciones analizar y fijar quienes son y cuál es su verdadera función el mercado, de ahí la necesidad de plantear una misión, visión y metas o estrategias de la organización que evidencie realmente el ejercicio de su actividad económica, en consecuencia.

En el proceso de la dirección estratégica, es muy importante definir tres conceptos básicos que, desde un punto de vista genérico, deben servir de guía de la actuación de la empresa en el futuro: la misión, visión y los objetivos estratégicos, estos tres conceptos, aunque diferentes, se encuentran estrechamente vinculados entre sí.

Y finalmente concluimos diciendo que la visión de las empresas debe responder a lo que la organización desea ser en el futuro, ya que: “Una declaración de la visión debe responder a la pregunta básica “¿qué queremos llegar a ser?” Una visión definida proporciona el fundamento para crear una declaración de la misión integral” (Fred R, 2003)

Y finalmente concluimos siguiendo al teórico Gerry Johnson, con los retos de la dirección estratégica. Él dice que estos retos deberían ser evidentes a partir del análisis realizado en cada organización, tales como la prevención de la desviación de la estrategia, la necesidad de comprender y abordar las cuestiones contemporáneas que estén afectando a las empresas en un momento dado y se analiza la internacionalización, e comercio electrónico, el cambio de los propósitos y el conocimiento aprendizaje. Y finalmente el reto que sigue es la ventaja de ver la estrategia desde distintos prismas el diseño, la experiencia y las ideas. (Gerry , 2006)

12. Marco Normativo

Constitución política de Colombia: artículos 38, 39 103, 355.

Ley 74 de 1968: “Pactos internacionales de derechos económicos, sociales, culturales, derechos civiles y políticos”

Estatutos

Capítulo I: Nombre, Naturaleza, Domicilio Y Duración

ARTICULO 1. Denominación: Los presentes estatutos regulan el funcionamiento de la Entidad denominada Corporación Rio Abajo Cultura Y Comunicaciones.

ARTICULO 2. Naturaleza Jurídica: La Corporación es una entidad de participación privada, sin ánimo de lucro, con patrimonio propio y autonomía administrativa, conformada por personas naturales, que se rige por las disposiciones previstas en el código civil y demás normas para las asociaciones civiles de utilidad común y por los presentes estatutos.

ARTICULO 3. Domicilio Y Duración: La Corporación tiene su domicilio principal en la ciudad de Caucasia, Departamento de Antioquia, República de Colombia; podrá tener oficinas o representantes en otros sitios de la región, del país e internacionalmente, cuando así lo determinen los estatutos o las decisiones de la Junta Directiva. La duración de la CORPORACIÓN será de (50) años, sin embargo, se disolverá en los casos previstos en los presentes estatutos y en la Ley.

13. Marco Conceptual

Amenazas: condiciones del ambiente general, que pueden obstaculizar los esfuerzos de una compañía por lograr la competitividad estratégica. (Hitt, 2000)

Debilidades: actividades internas de una organización que inhiben el éxito de una empresa. (Serna, 2000)

Diagnóstico estratégico: es el análisis de fortalezas, debilidades internas de la organización, así como amenazas y oportunidades que enfrenta la organización. (Fred R, 2003)

Estrategia: son acciones que deben realizarse para mantener y soportar el logro de los objetivos de la organización. (López, 2012).

Valores corporativos. “Los valores son ideas abstractas que guían el pensamiento y la acción. Los valores administrativos guían al gerente en la selección de un propósito, una visión, una misión, unas metas y unos objetivos para la firma. En últimas, los valores dictan la elección de la estrategia misma” (Serna, 2008, p. 116).

Visión: “La visión corporativa es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas, que proveen el marco de referencia de lo que una empresa es y quiere ser en el futuro. La visión señala el camino que permite a la alta gerencia establecer el rumbo para lograr el desarrollo esperado de la organización en el futuro” (Serna, 2008, p. 213).

Oportunidades: “Eventos, hechos o tendencias en el entorno de una organización que podrán facilitar o beneficiar el desarrollo de ésta, si se aprovechan en forma oportuna y adecuada” (Serna, 2008, p. 31).

Principios corporativos: “Son el conjunto de valores y creencias que guían e inspiran la vida de una organización o área; son la definición de la filosofía empresarial” (Serna, 2008, p. 31). “Los principios corporativos definen aspectos que son importantes para la organización y que deben ser compartidos por todos. Por tanto, constituyen la norma de vida corporativa y el soporte de la cultura organizacional” (Serna, 2008, p. 20).

Fortalezas: “Actividades o atributos internos de una organización que contribuyen y apoyan el logro de los objetivos de una institución” (Serna, 2008, p. 31).

Misión: “Indica la manera como una institución pretende lograr y consolidar las razones de su existencia. Señala las prioridades y la dirección de los negocios de una empresa. Identifica los mercados a los cuales se dirige, los clientes que quiere servir y los productos que quiere ofrecer. Así mismo, determina la contribución de los diferentes agentes en el logro de propósitos básicos de la empresa y concretar así su visión organizacional” (Serna, 2008, p. 201).

Amenazas: “Eventos, hechos o tendencias en el entorno de una organización que inhiben, limitan o dificultan su desarrollo operativo” (Serna, 2008, p. 31).

Debilidades: “Actividades o atributos internos de una organización que inhiben o dificultan el éxito de una empresa” (Serna, 2008, p. 31).

Diagnóstico estratégico: “Análisis de fortalezas y debilidades internas de la organización, así como amenazas y oportunidades que enfrenta la institución. El diagnóstico estratégico se inicia con la identificación de la cultura organizacional y su concordancia con los principios corporativos” (Serna, 2008, p. 133).

Direccionamiento estratégico: “Las organizaciones para crecer, generar utilidades y permanecer en el mercado, deben tener muy claro hacia dónde van, es decir hacer definido su direccionamiento estratégico. El direccionamiento estratégico lo integran los principios corporativos, la visión y la misión de la organización” (Serna, 2008, pp. 58-59).

Estrategias organizacionales: “Son las acciones que deben realizarse para mantener y soportar el logro de los objetivos de la organización y de 25 cada unidad de trabajo, y así hacer realidad los resultados esperados al definir los proyectos estratégicos.

14. Diseño metodológico

El desarrollo del proyecto denominado Diseño de la plataforma estratégica para la corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones, se realizará siguiendo las fases que se muestra en la ilustración N° 3, y se establece en la ilustración las siguientes fases:

Y para análisis del contexto de la corporación se pretende lograr con la creación de la DOFA, y este análisis se realizará siguiendo al autor Gerry Johoson, Kean Choles y se hará de la siguiente manera, como lo muestra de forma resumida la ilustración.

Por otra parte, también se va a diseñar la plataforma estratégica de la corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones, de tan forma que esto oriente a la corporación hacia el cumplimiento de sus metas propuestas.

Y finalmente la última fase está orientada a la construcción de una ruta metodológica que le permita a la Corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones evaluar los avances de su planeación estratégica cada año.

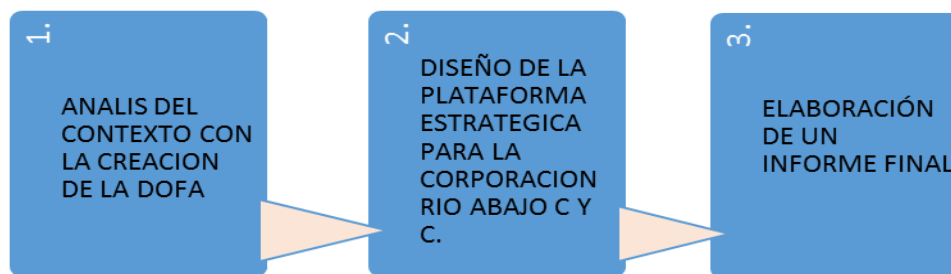


Ilustración 2: Diseño Metodológico
Fuente: Elaboración propia.

15. Cronograma de actividades

ETAPAS		ACTIVIDAD	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
FASE I	CREACION DE LA DOFA	Busqueda de información				
		Recolectar datos				
		Análisis de la información				
FASE II	DISEÑO DE LA PLATAFORMA ESTRATEGICA	Busqueda de información				
		Analizar el contexto de la empresa				
		Diseño de la plataforma estratégica				
FASE III	CONSTRUCCION DE UNA RUTA DETOLOGICA	construcción de ruta metodológica				
		Clasificar la información				
		Realización del informe				

Tabla 1: Cronograma de Actividades

Fuente: Elaboración propia

16. Recursos disponibles

Financieros

El proyecto de práctica académica se realizará con recursos provenientes del estudiante y de la bonificación que la corporación provee para el auxilio de transporte.

Materiales

Para la realización del proyecto se tiene a disposición las instalaciones de la empresa Río Abajo Cultura y Comunicaciones, un computador de mesa, impresora, internet, copias y libros.

Humanos

La plataforma estratégica de la empresa Río Abajo Cultura y Comunicaciones, será desarrollada por la estudiante en colaboración con el equipo de trabajo de la empresa y en asesoría con la docente de prácticas asignada.

17. Plataforma estratégica de la Corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones.

Análisis interno

Río Abajo Cultura y Comunicaciones, es un colectivo de profesionales de las comunicaciones y del área social, que nació en febrero del año 2014, que tiene como visión a mediano plazo ser una organización líder en la realización de planes de medios, comunicación para el desarrollo, fomento de la participación ciudadana, realización de proyectos con enfoque diferencial, promoción de los derechos humanos e implementación de iniciativas de construcción de paz.

Es de suma importancia que la empresa conozca la realidad de su entorno y lo cambiante que este puede llegar a ser, además de comprender la relevancia que tiene analizar los factores económicos, políticos, demográficos, competitivos, geográficos, y sociales en donde se desenvuelve.

Con el objetivo de analizar la capacidad interna de la corporación, fue necesario realizar una matriz PCI, la cual busca medir componentes, como las fortalezas, las debilidades e impactos de la corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones en lo que tiene que ver con los elementos directivos, competitivos, financieros, tecnológico y talento humano, para realizar esta actividad fue necesario realizar diferentes reuniones con los socios de la corporación.

Matriz del perfil de Capacidad Interna – PCI

Matriz de Perfil de Capacidad Interna (PCI)										
Componente	Fortalezas			Debilidades			Impacto			Observación
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	
Directiva				X			X			Podemos identificar que la Corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones en la Capacidad Directiva presentan una debilidad representativa en términos de planeación estratégica de la organización. Se observa además la falta de objetivos claros, el crecimiento y la sostenibilidad toman un segundo plano en las preocupaciones diarias y las orientaciones si bien se dan cumplen con la característica de ser informales lo que desdibuja un poco la cadena de mando al interior de la Corporación

Competitiva	X						X		Se identificó que la Corporación Rio Abajo Cultura y Comunicaciones cuenta con un amplio portafolio de productos lo que la hace competitiva y casi la única en el segmento de mercado en el que se encuentra actualmente (comunicaciones). En la actualidad esta línea de negocio no es muy explotada por la Corporación.
Financiera				X			X		No existe planeación financiera, además el ingreso de recursos de la Corporación actualmente se limita a los ingresos de proyectos de Cooperación y que dada la modalidad de ejecución de los mismos no le reportan demasiados ingresos a la organización. No existe software para el manejo contable y de las finanzas.
Tecnológica		X					X		En términos de tecnología, la Corporación Rio Abajo Cultura y Comunicaciones cuenta con un inventario de recursos tecnológicos que le permiten operar en las unidades estratégicas de negocio en las que se encuentra actualmente (Comunicaciones y Social), aunque en términos de eficiencia estos podrían mejorar un poco para una mejor experiencia de los clientes internos de la organización.
Talento Humano	X						X		La Corporación Rio Abajo Cultura y comunicaciones se destacan por poseer un Talento humano de base con una alta formación académica, aunque en términos de evaluación de desempeño y capacitación para la mejora continua de la organización aun no existen políticas claras en este sentido, que se hacen necesarias para seguir progresando como organización.

Tabla 2: Matriz del perfil de Capacidad Interna – PCI

Fuente: Elaboración propia

A continuación, fue realizada la matriz de factores internos EFI, a la corporación Rio Abajo Cultura y Comunicaciones. Y es importante recordar que la matriz de evaluación de factores internos, Matriz EFI es un instrumento para formular estrategias, y que resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de la empresa y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas en las organizaciones. Para construir la matriz EFI, de la Corporación Rio Abajo CyC. Fue necesario realizar unas sesiones de trabajo de forma virtual con los socios de la corporación Rio Abajo Cultura y Comunicaciones.

Y con el fin de adquirir información se les pidió a ellos que calificarán las debilidades y las fortalezas de la corporación.

Matriz de Evaluación de los Factores Internos – EFI

Factores internos clave	Valor	Clasificación	Valor ponderado
Fortalezas			
Amplio portafolio de servicios.	0,09	3	0,27
Conocimiento del negocio.	0,07	3	0,21
Talento altamente capacitado y competente.	0,09	3	0,27
Productos creativos e innovadores hechos a medida.	0,07	3	0,21
Precios competitivos en el mercado.	0,07	3	0,21
Nombre y marca reconocidos en la subregión del Bajo Cauca y entre algunas instituciones de orden Departamental y Nacional.	0,09	3	0,27
Debilidades			
Falta de planeación y administración estratégica.	0,07	1	0,07
Inestabilidad financiera y limitaciones presupuestales.	0,09	1	0,09
Personal limitado e inestable.	0,06	2	0,12
Falta definición y documentación de los procesos.	0,10	1	0,10
Procesos de control limitado o inexistente.	0,08	1	0,08
No se está implementando el SGSST.	0,06	2	0,12
Cadena de mando difusa.	0,06	2	0,12
Total	1		2,14

Tabla 3: Matriz de Evaluación de los Factores Internos – EFI

Fuente: Elaboración propia

En base al resultado de la matriz EFI, el valor ponderado para Rio Abajo Cultura y Comunicaciones es de 2,14. Aunque las fortalezas están siendo aprovechadas, sus debilidades

tienen un peso mayor lo cual no permite que la empresa se encuentre en una situación favorable internamente.

Cabe destacar que Rio Abajo Cultura y Comunicaciones sobresale en aspectos como: Un amplio portafolio de servicios, Talento altamente capacitado y competente y, un nombre y marca reconocidos en la subregión del Bajo Cauca y entre algunas instituciones de orden Departamental y Nacional. Sin embargo, no cuenta con la organización interna adecuada poniendo en riesgo la eficiencia y eficacia que se requiere para el logro de los objetivos organizacionales. Es importante crear estrategias para neutralizar las debilidades ya que al mejorar estos aspectos se generaría un alto impacto en el funcionamiento de Rio Abajo Cultura y Comunicaciones.

Análisis externo

Es incuestionable en la actualidad la necesidad que tienen las empresas y organizaciones de cualquier índole de vigilar los aspectos del ambiente que las rodea y que pueden tener un impacto directo o potencial en los objetivos de la misma y en su sostenibilidad en el tiempo; como estos factores externos pueden afectar la operación de la misma o los resultados esperados. Ser proactivos en la identificación de estos elementos y dinámicos en la proposición de estrategias puede garantizar un aprovechamiento de dicho factor, que de otra manera podría convertirse en una amenaza. De dicho modo analizaremos cuales son los aspectos de carácter externo que influyen en el comportamiento de Rio Abajo Cultura y Comunicaciones.

Matriz PESTEL y Matriz de Evaluación de los Factores Externos – EFE

Es de suma importancia que la empresa conozca la realidad de su entorno y lo cambiante que este puede llegar a ser, además de comprender la relevancia que tiene analizar los factores económicos, políticos, demográficos, competitivos, geográficos, y sociales en donde se desenvuelve, por tal razón y con base a la información recopilada en las entrevistas semiestructuradas que se realizaron en el desarrollo de esta investigación, se logró establecer la siguiente conclusión consignada en la tabla posterior.

Matriz PESTEL

Factores	Oportunidades	Amenazas
Político	La firma del tratado de Paz entre el gobierno nacional y las guerrillas de las FARC permite la destinación de unos recursos para el Postconflicto que permite a otros actores de la sociedad civil sumarse al proceso de vinculación de los miembros de esta antiquísima organización al margen de la ley a las actividades de la vida cotidiana mediante el debido acompañamiento de todos los actores que se encuentren interesados en garantizar la verdad, la justicia, la reparación y la no repetición de los acontecimientos históricos que hicieron que este dialogo fuera tan necesario para el país, y hablando en términos específicos para la subregión del Bajo Cauca que ha sido actor principal y testigo de estos hechos.	La falta de instituciones gubernamentales que brinden confianza en los procesos que se llevan a cabo en el país y que terminan generando retrocesos en los planes de desarrollo y bienestar que se contemplan, por ejemplo la corrupción y el clientelismo de los miembros de las bancadas políticas que distribuyen todo de acuerdo a los intereses de algunos pocos.
Económico	La presencia activa de organismos internacionales de ayuda humanitaria y el interés de compañías internacionales de invertir en el país es siempre el mejor estímulo para seguir apostándole a organizaciones de carácter social que ayudan a la construcción de país desde los diferentes territorios.	Evidentemente no podemos ser ajenos a los acontecimientos históricos que se vienen adelantando en todo lo ancho del globo terráqueo con la guerra comercial existente entre Estados Unidos y China y como este hecho encarece las materias primas y los costos en la prestación de servicios, además de condicionar al gobierno local a tomar bando por uno de los dos, siendo los dos aliados comerciales estratégicos para la economía nacional.
Social	El gran número de comunidades pertenecientes a todas las etnias y	La presencia activa de las disidencias de las FARC y los demás

Factores	Oportunidades	Amenazas
	grupos poblacionales que vuelve la misma interacción un desafío desde la mezcla de los diferentes saberes ancestrales para la conformación de una idiosincrasia propia.	grupos al margen de la ley que se encuentran en el territorio del Bajo Cauca y que con su accionar dificultan los procesos sociales que se adelantan con las comunidades más vulnerables, y que son justamente las que se asientan en los territorios donde estos actores armados tienen su accionar.
Tecnológico	El avance a pasos agigantados que se puede observar en los aparatos electrónicos hace de este un recurso a explotar de múltiples formas en la corporación mediante la implementación de un proceso de mejora continua y de innovación permanente.	La demanda de nuevos servicios y disponibilidad en las urbes de los últimos equipos de producción audiovisual y de productos de comunicación puede centrar la producción de medios limitando la llegada a los municipios periféricos de los grandes contratos en esta materia.
Normativo	Todos los planes en términos de proyectos estatales y leyes de fomento a la superación del conflicto en la región del Bajo Cauca.	La regulación de los contenidos audiovisuales que se pueden publicar en las redes sociales o el incremento de la tasa impositiva que pagan quienes laboran con este tipo de servicios.

Tabla 4: Matriz PESTN

Fuente: Elaboración propia

Matriz de Evaluación de los Factores Externos – EFE

Factores externos clave	Valor	Clasificación	Valor ponderado
Oportunidades			
Recursos del postconflicto disponibles para la ejecución de proyectos de carácter social en el Bajo Cauca.	0,12	4	0,48

Ayuda humanitaria de carácter internacional interesada en ayudar a la construcción de paz en el territorio.	0,08	4	0,32
Necesidades sociales por subsanar.	0,06	4	0,24
Globalización e interconexión cada vez más acelerada.	0,08	4	0,32
Bajo Cauca en el foco nacional e internacional como elemento a intervenir.	0,12	4	0,48
Amenazas			
Corrupción y clientelismo en la asignación de contratos de carácter social.	0,08	2	0,16
Devaluación del peso colombiano frente al dólar lo que encarece los equipos informáticos y de comunicaciones.	0,10	2	0,20
Presencia activa de grupos al margen de la ley en los municipios de influencia de la corporación.	0,12	1	0,12
Demanda activa de innovaciones sin el consecuente incremento de precio.	0,08	2	0,16
Falta de profesionales competentes en la Subregión.	0,06	2	0,12
Aumento de las ONG's presentes en el territorio.	0,05	1	0,05
Alta tasa impositiva que menoscaba las capacidades de apalancamiento y sostenibilidad.	0,05	2	0,10
Total	1		2,75

Tabla 5: Matriz de Evaluación de los Factores Externos – EFE

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la matriz EFE el resultado del valor ponderado de Rio Abajo Cultura y Comunicaciones es 2,75. Esto quiere decir que la Corporación se encuentra en un punto de ser capaz de aprovechar las que se le presentan y de soportar el impacto de las amenazas actuales y potenciales que se le puedan presentar, sin embargo, debe ser más activo en maximizar el provecho que obtiene de las primeras. Aunque existen valores ponderados altos que están siendo aprovechados como los Recursos del postconflicto disponibles para la ejecución de proyectos de

carácter social en el Bajo Cauca con 0.48 y el hecho de oportunidades que la Subregión se encuentre en el foco nacional e internacional como elemento a intervenir para la construcción de una paz estable y duradera con 0.48, aún existen oportunidades que no son muy bien aprovechadas como la gran cantidad de Necesidades sociales por subsanar y que se convierten en materia prima para la formulación de una cantidad inconmensurable de proyectos sociales y de desarrollo en este territorio con 0.24.

Por otra parte, existen amenazas como la devaluación del peso colombiano frente al dólar lo que encarece los equipos informáticos y de comunicaciones con 0.20 y La corrupción y el clientelismo en la asignación de contratos de carácter social con 0.16, que en la práctica son situaciones que ponen en riesgo el funcionamiento de la corporación, debido a que de alguna manera le restan competitividad.

18. RESULTADOS

DISEÑO DE LA PLATAFORMA ESTRATÉGICA DE LA COORPORACIÓN RÍO ABAJO CULTURA Y COMUNICACIONES

A partir de la realización de las matrices anteriormente diseñadas con el grupo de accionistas de la Corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones, fue realizada la cascada estratégica de la organización. Y esto sólo se pudo lograr con el aporte de cada uno de los socios de la Corporación, porque cada una de sus opiniones fueron de gran ayuda para la realización de este análisis.

Plataforma estratégica de la Corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones

Misión

Actual.

Río Abajo Cultura y Comunicaciones es una corporación de profesionales de las comunicaciones y del área social, que aporta desde la producción audiovisual, radial, prensa, publicidad y la comunicación organizacional, a la potenciación del desarrollo humano sostenible y la construcción del tejido social.

Sugerencia.

Trabajamos por la construcción y el fortalecimiento del capital social del país mediante la prestación de servicios comunicacionales, el diseño y la ejecución de proyectos de intervención social.

Visión

Actual.

En el 2020, seremos reconocidos en los departamentos de Antioquia y Córdoba como una organización que le apuesta a procesos de intervención social desde las comunicaciones.

Sugerencia

En el 2035, seremos reconocidos a nivel nacional como una organización líder en la prestación de servicios comunicacionales, vinculada a los procesos de intervención con enfoque territorial.

Valores corporativos

Los siguientes valores propuestos son una mezcla de lo observado en el comportamiento de los miembros de la corporación y lo más valorado actualmente por los académicos y estudiosos del comportamiento de las organizaciones actualmente.

✓ Oportunidad en la entrega

En Rio Abajo Cultura y comunicaciones es prioridad la entrega oportuna y a tiempo de los servicios a sus clientes.

✓ Creatividad

Cada uno de nuestros trabajos tendrá una marca propia de acuerdo al tipo de clientes.

✓ Integridad

La Corporación actúa con honestidad para liderar con el ejemplo personal, siendo fieles a los principios humanos.

✓ Confianza

Comunicación honesta y abierta para con los clientes y demás grupos de interés.

✓ Orientación a resultados

Siempre estamos orientados a la excelencia y el compromiso hacia el trabajo con el fin de conseguir la satisfacción de todo nuestro grupo de interés.

✓ Responsabilidad

Contamos con la capacidad de responder y dar cuenta de nuestros actos.

✓ Compromiso Social

Trabajamos por la equidad y el desarrollo sostenible, social, ambiental, y económico de nuestra región.

✓ **Pasión**

El esfuerzo que hacemos para conseguir algo por nosotros mismos o con o la ayuda de los demás, lo definimos como un poder de transformación.

✓ **Promesa de valor**

La Corporación Rio Abajo Cultura y Comunicaciones, tendrá como compromiso, ofrecer a sus clientes servicios en las áreas social y de comunicaciones, con el objetivo de impactar de forma positiva en el bienestar de todo su grupo de interés.

“Entrega oportuna y a tiempo de los servicios a sus clientes”

Políticas para la Corporación Rio Abajo Cultura y Comunicaciones

✓ Política seguridad y salud en el trabajo

La Corporación Rio Abajo Cultura y Comunicaciones, tiene como razón principal, el cumplimiento de la norma y la prevención oportuna de los accidentes de trabajo, así como también de enfermedades desarrolladas en función del cumplimiento de las labores profesionales de sus empleados, de tal forma, que se pueda contribuir al bienestar físico y mental.

✓ Política de responsabilidad social empresarial

En la Corporación Rio Abajo Cultura y Comunicaciones, vemos la responsabilidad social empresarial como un compromiso de todos, y a su vez conectamos la relación con todo nuestro grupo de interés para lograr alcanzar todos los objetivos en relación con la sostenibilidad ambiental y el desarrollo sostenible.

✓ Política de calidad

La Corporación Rio Abajo Cultura y Comunicaciones, tiene presente siempre la importancia de la calidad de sus procesos a la hora de brindar productos y servicios de alta calidad, con el fin de lograr la mayor satisfacción de los clientes.

19. Organigrama Corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones

Una vez fueron realizadas las respectivas reuniones con los directivos de la Corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones, se logró la realización del organigrama de la Corporación Río Abajo Cultura y Comunicaciones con el fin de obtener una estructura organizacional por procesos.

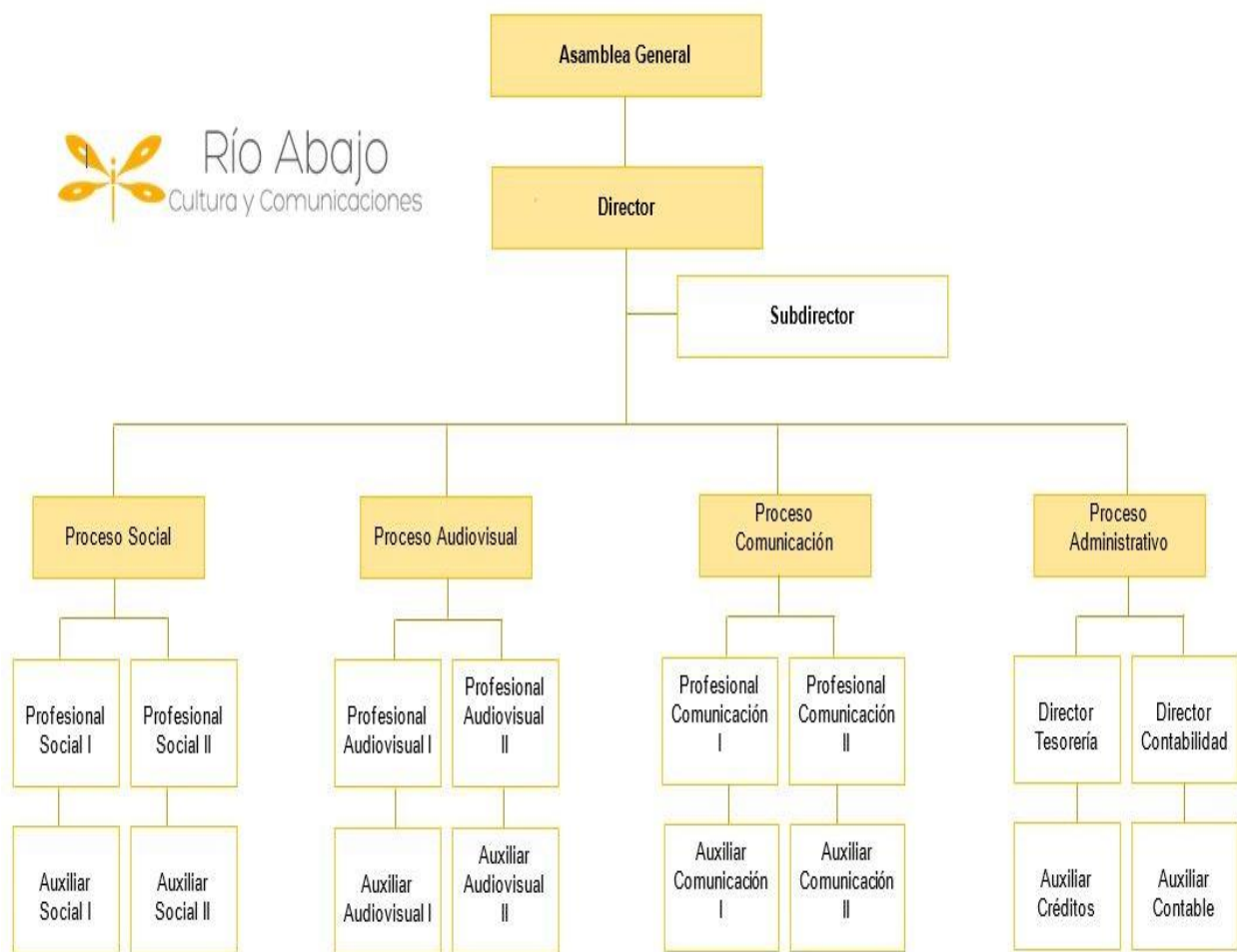


Ilustración 3: Organigrama Corporación Río Abajo

Fuente: Elaboración propia

Cuadro de Mando de la Planeación Estratégica de Corporación Rio Abajo Cultura y Comunicaciones

A continuación se presenta el Cuadro de Mando Unificado de la Planeación Estratégica para la Corporación Rio Abajo Cultura y Comunicaciones. En la tabla se observan los objetivos, estrategias, proyectos, metas, responsables e indicadores de la Corporación Rio Abajo Cultura y Comunicaciones.

Con relación a los objetivos se identificaron los siguientes:

- ✓ Implementar un software contable, con el fin de tener la contabilidad de la organización 100% al día y acorde con las leyes Colombianas.
- ✓ Obtener un margen neto de utilidad mayor o igual al 25%
- ✓ Fidelizar a los clientes ya existentes y atraer nuevos, utilizando como herramienta, un análisis de Investigación de Mercado.
- ✓ Diseñar estrategias de Marketing y publicidad, con el fin de obtener mayor visibilidad en el mercado.
- ✓ Diseñar cargos en la corporación con el fin de obtener una mejor gestión del conocimiento.
- ✓ Motivar al talento humano de la Corporación con al menos dos programas anuales.

PLANEACION ESTRATEGICA A LARGO PLAZO					
OBJETIVOS	META	PROYECTO	RESPONSABLE	ESTRATEGIAS	INDICADORES
Imprementar un software contable.	Contabilidad al día y acorde con la leyes Colombianas.	Capacitación para el uso del sistema	Alta Dirección-Rio Abajo	Liderazgo en costos.	Siendo X: N° de software instalados en la corporación en 2021; Y si X=1; cumple el objetivo y si X<1, entonces no se cumple el objetivo.
Para el año 2023 obtener un margen neto de utilidad >=25%	Margen Neto de Utilidad >=25%	Realizar un inversión de capital y seguimiento del desarrollo de nuevos productos.	Alta Dirección-Rio Abajo	Penetración en el mercado y desarrollo de productos.	Utilidad neta/Ventas Netas(100)
Fidelizar nuestros clientes y atraer potenciales.	Análisis de la Investigación de Mercado.	Hacer un análisis de mercado y un análisis en el contexto.	Alta Dirección-Rio Abajo	Investigación de mercados y atención al cliente.	Siendo X: la realización del análisis de mercado y el análisis en el contexto. en 2021; Y si X=1; cumple el objetivo y si X<1, entonces no se cumple el objetivo.
Diseñar una estrategia de Marketing y Publicidad.	Estrategia de Marketing y Publicidad.	Diseño de publicidad más agresiva.	Area Administrativa de Rio Abajo C y C	Penetración en el mercado.	Siendo X: la cantidad de estrategias de marketing y publicidad en 2021; Y si X=1; cumple el objetivo y si X<1, entonces no se cumple el objetivo.
Diseñar los cargos y asignar tareas específicas.	Diseño de cargos	Diseño de tareas, funciones y cargos de la empresa.	Alta Dirección-Rio Abajo	Eficiencia en la realización de tareas y funciones.	Siendo X: el diseño de cargos de la empresa en 2021; Y si X=1; cumple el objetivo y si X<1, entonces no se cumple el objetivo.
Entrenar y motivar al talento humano de la Corporación en pro de mejorar el servicio.	Al menos dos programas Anuales.	Realización de jornadas de entrenamiento, capacitación, actividades lúdicas de la Corporación.	Alta Dirección-Rio Abajo y Colaboradores de la Corporación.	Aplicación de modelos de talento humano en la Corporación Rio Abajo C Y C.	Siendo X: Número de programas anuales; Y si X=2; cumple el objetivo y si X<2, entonces no se cumple el objetivo.

Tabla 6: Cuadro de Mando de la planeación estratégica de la Corporación Rio Abajo Cultura y Comunicaciones.

Fuente: Elaboración propia

20. Conclusiones

Después de realizar los diferentes análisis a la Corporación Rio Abajo Cultura y Comunicaciones, de los factores externos e internos y consolidando una matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas , de la empresa , se ha encontrado que la esta posee debilidades y amenazas considerables, lo que le impide estar más posicionados en el mercado, ni aprovechar al máximo las oportunidades que posee y mucho menos valerse de manera eficiente de sus fortalezas, lo que la ha llevado a obtener pérdidas económicas.

Teniendo en cuenta lo anterior, la compañía debe a partir de esta plataforma estratégica reconocer sus fortalezas y oportunidades para así, por medio del cumplimiento de los objetivos estratégicos propuestos en este proyecto, pueda posicionarse en el mercado además afianzar en el entorno su propuesta de valor. La Corporación Cultura y Comunicaciones, a través de este ejercicio de prácticas académicas tendrá una guía a seguir en su actuar y una visualización de su horizonte estratégico con mayor claridad.

Por otro lado, la Corporación Cultura y Comunicaciones, podrá desarrollar diversas estrategias en su empresa que le permitan dejar de presentar pérdidas económicas en sus balances y empezar a generar mayor rentabilidad y ser reconocido en el mercado como una empresa comprometida con el entretenimiento del tiempo libre de las familias y el fortalecimiento de las relaciones intrafamiliares.

Cabe destacar que esta plataforma estratégica estará presta a modificaciones, en consecuencia, de cómo se vayan cumpliendo los objetivos estratégicos propuestos o haya modificaciones en cualquiera de los factores externos e internos de la empresa.

21. Recomendaciones.

Implementar un software contable que permita llevar el registro de todos los movimientos de la empresa: gastos, costos, ingresos, egresos, entre otros, con el fin de tomar decisiones basados en información real, y así mismo, evaluar el comportamiento de la empresa en un período determinado.

Realizar una selección de personal que contenga diferentes etapas de desarrollo como test de psicología, pruebas de idoneidad, entrevistas, períodos de prueba, y otros, de manera que la organización cuente con el personal idóneo para la prestación de servicios con calidad y el total desarrollo de las diferentes actividades propuestas.

Implementar sistemas de incentivos al personal de la empresa, de manera que se motive a la consecución de los objetivos organizacionales, la productividad, la eficiencia, la calidad del servicio, el desarrollo personal, profesional y organizacional.

Re-diseñar la página web de la Corpopración, la cual permitirá la generación de contenido informativo, educativo, preciso y real de cada una de las actividades, planes y paquetes que ofrece la empresa a sus clientes.

Crear campañas donde el objetivo sea la generación de una conciencia ambiental mediante la promulgación del respeto por la vida de los animales, las plantas y los seres humanos, y la conservación del entorno en general.

Implementar indicadores de gestión por cada una de las áreas organizacionales y a nivel general, que permitan llevar a cabo la evaluación y medición de logros de la empresa.

22. Bibliografía

Cooperación Río Abajo. (2020). Organigrama Río Abajo.

Fred R. (2003). Planeación Estratégica. En R. Fred, *Dirección Estratégica* (pág. 13).

Gerry , J. (2006). Dirección Estratégica. En J. Gerry, *Dirección Estratégica* (pág. 6). España:
Pearson .

Happy City. (s.f.). Obtenido de <http://happycity.com.co/>

Hitt, I. H. (2000). *Dirección Administrativa*.

<http://www.rioabajo.co/>. (2015). Obtenido de Río Abajo Cultura y Comunicaciones.

López, J. N. (2012). Dirección Estratégica. En G. Martín.

Multiparque. (s.f.). Obtenido de <https://multiparque.com/atracciones/>

Serna. (2000).

TerriData:DPN. (s.f.). *TerriData:DPN*. Obtenido de <https://terridata.dnp.gov.co/#/perfiles>

DANE. (15 de 03 de 2018). *Departamento Administrativo Nacional de Estadística* .

Obtenido de <http://www.dane.gov.co/index.php/52-espanol/noticias/noticias/4505-pib-oferta-iv-trimestre-2017>

Fred R, D. (2003). *Administración Estratégica*.

Goodstein, L. D., Nolan, T. M., & Pfeiffer, J. W. (1998). *Planeación estratégica aplicada*.

J.E. Navas López y Guerras Martín, L. A. (2012). *Fundamentos de dirección estratégica de la empresa. Fundamentos de dirección estratégica de la empresa*.