PLAN ESTRATEGICO 2020 – 2023
CENTRO DE DIAGNOSTICO AUTOMOTOR DE PALMIRA LTDA

INTRODUCCION

El CENTRO DE DIAGNOSTICO AUTOMOTOR DE PALMIRA LTDA., fundamentado en el ámbito normativo inherente a las funciones y desarrollo de su objeto social y los mecanismos otorgan a las empresas de economía mixta, como entidades con personería jurídica, autonomía administrativa, presupuestal y financiera, situación que les permiten una mayor flexibilidad para ubicarlas en niveles de la competencia y contribuir en el impulso del modelo económico previsto desde la constitución política de Colombia concebido como el de una economía social de mercado.

La Proyección Presupuestal se realiza a un (1) año, la cual se consigna en un documento que recoge los resultados del ejercicio de planeación estratégica de la entidad, de modo que sobre la base de una actualización de las proyecciones de ingresos, gastos y resultados esperados para la nueva vigencia la Representante Legal de la entidad y dando cumplimiento con el literal (k) del artículo 43, presentó a la Junta Directiva dentro del término establecido la planeación de ingresos y gastos para la vigencia 2020-2023, evidenciando los contenidos de política, metas, generación de utilidades, cumplimiento presupuesto aprobado el día 23 de Diciembre de 2019, mediante Acta No. 023. Los resultados proyectados para la vigencia 2020 harán parte de un tablero de control que contiene metas medibles, las cuales están enmarcadas en los procesos propios de su operación. El tablero de control del proyecto de presupuesto aprobado por la Junta Directiva, estableció unas metas fundamentadas en los servicios a ejecutar en la vigencia Para el cumplimiento de estas metas debe desarrollarse el respectivo Plan Estratégico.

Como CDAs en el departamento del Valle del Cauca iniciaron el Centro de Diagnóstico Automotor del Valle, el Centro de Diagnóstico Automotor de Palmira Ltda., y el Centro de Diagnóstico Automotor de Tuluá, seguido por el centro de diagnóstico automotor de Juanchito, Previcar, Ivesur y el Centro de Diagnóstico Automotor de Jamundí, entre otros, posteriormente y a partir del año 2008 surgen en Palmira varios CDA que a la fecha suman siete (7). Debido a la alta demanda y oportunidad de negocio, actualmente han incursionado más de 30 Centros de Diagnóstico Automotor en el Departamento del Valle. Al presentarse un crecimiento importante de los Centros de Diagnóstico Automotor en el Valle del Cauca y en este caso en la ciudad de Palmira, ha traído una alta competencia en el sector, lo que de alguna manera obliga al Centro de Diagnóstico Automotor de Palmira Ltda., a crear estrategias de mercadeo para diferenciarse de su competencia y poder mantenerse vigente en este mercado competitivo.

La revisión técnico-mecánica y de emisiones contaminantes cobra permanente vigencia en consideración a los índices de accidentalidad y contaminación ambiental que vive el país lo que genera la necesidad de regular de manera obligatoria a todos los vehículos que transiten en el territorio nacional.

El CDAP LTDA, presta exclusivamente el servicio de revisión técnico mecánica y de emisiones contaminantes, junto con la venta del seguro obligatorio SOAT.

El presente PLAN ESTRATEGICO se encuentra constituido así:

I. PLAN ESTRATEGICO 8 OBJETIVOS: Los cuales serán perfeccionados a través de los planes de acción anuales a desarrollar en cada vigencia. Para el desarrollo de la gestión administrativa, el cumplimiento con el objeto social y de sus unidades de negocio como empresa en competencia con el sector público y privado, acudirá al mercado de servicios, a la oferta laboral para adquirir los mismos, bienes, servicios, elementos e insumos acudiendo al uso de los mecanismos y formas que utilizan generalmente las empresas regidas por el Código del Comercio y Código Civil.

II. PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA INCREMENTAR LAS VENTAS Y GANAR PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO.

III. PLAN ESTRATEGICO DE TALENTO HUMANO.

DEFINICIONES:

Indicador:

Producen información para analizar el desempeño de cualquier área de la entidad y verificar el cumplimiento de los objetivos en términos de resultados.

Mercadeo Estratégico:

Es la función cuya finalidad es orientar la empresa hacia las oportunidades económicas atractivas para ella, es decir, completamente adaptadas a sus cursos a su saber-hacer, y que ofrecen un potencial de crecimiento y rentabilidad. El mercadeo estratégico trata de escoger el mercado, la meta y la creación satisfaciendo las necesidades del consumidor con un producto o servicio específico.

Objetivo Estratégico:

Son los objetivos planteados por una organización para lograr determinadas metas y a largo plazo la posición de la organización en un mercado específico, es decir, son los resultados que la empresa espera alcanzar en un tiempo mayor a un año, realizando acciones que le permitan cumplir con su misión, inspirados en la visión.

Objetivos Específicos y/o Estrategias:

Los objetivos específicos y/o estrategias son las acciones que se emprenderán para alcanzar los objetivos de acuerdo a la misión de la entidad. El marco de tiempo de los objetivos y las estrategias debe ser congruente, normalmente entre 2 y 5 años.

MISION

En el CDAP LTDA., contribuimos en la disminución de accidentalidad vial y contaminación atmosférica con un minucioso diagnostico; aplicando la tecnología de punta, con el fin de que todos los ciudadanos tengamos derecho a una vida sana, brindando así una cultura constante a la ciudadanía en general.

VISION

Nos proyectamos al 2030 ser una empresa líder en el diagnóstico de los vehículos automotores; comprometidos con la calidad, productividad y rentabilidad, en busca de la excelencia del servicio a nuestros clientes, logrando así mayores niveles de eficiencia y eficacia, consolidándonos en el mercado regional y nacional.

POLITICA DE CALIDAD

El personal del CDAP LTDA se compromete con el desarrollo de la entidad, el mejoramiento del medio ambiente y la seguridad vial, brindando el servicio con eficiencia y eficacia, contando con el conocimiento y confiabilidad de nuestro personal altamente calificado, teniendo como prioridad satisfacer a nuestros clientes, asegurando así la mejora continua del sistema de gestión.

OBJETIVOS DE CALIDAD

- Mantener en un 85% la satisfacción de nuestros clientes.
- Disminuir el número de no conformidades en los servicios generados.
- Mantener la capacidad máxima de atención.
- Aumentar la eficacia y eficiencia en el sistema de gestión de calidad.
- Mantener la confiabilidad en nuestros servicios.
- Aumentar la eficacia y eficiencia del personal del CDAP.

I PLAN ESTRATEGICO 2020-2023

	OBJETIVO ESTRATEGICO	OBJETIVOS ESPECIFICOS Y/O ESTRATEGIAS		INDICADOR	
1	GENERAR RENTABILIDAD, CONTRIBUIR CON EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO DEL MUNICIPIO, DEPARTAMENTO Y LA REGION	1	Mantener y fortalecer la calidad del servicio del proceso de revisión técnico mecánica y emisiones contaminantes.	1	Matriculado dentro del plan de acción de la vigencia respectiva, en los procesos gerencial, gestión interna, operativo y atención al cliente
		2	Establecer nuevas unidades de negocios acordes y en desarrollo con el objeto social.	2	
		3	Incrementar el número de revisiones técnicas mecánicas y de emisiones contaminantes, al igual que las revisiones técnicas de seguridad.	3	
		4	Incrementar el número de ventas de SOAT obligatorio.	4	
		5	Consecución y fidelización de clientes y/o usuarios. Realización de convenios, visitas empresariales, vinculación de nuevos clientes.	5	
		6	Realizar actividades de mercadeo, desarrollar estrategias de marketing y publicidad relacionadas con el cumplimiento de la RTMyEC e información y garantía de los derechos de los ciudadanos. Aplicando los postulados de: planeación, relación costo beneficio, presupuesto previo y razonabilidad del gasto. (Parágrafo 2º, artículo 10º, Ley 1474/11).	6	
2	DISMINUIR Y CONTROLAR EL CRECIMIENTO DE LOS GASTOS OPERATIVOS	1	Dar cumplimiento con la política de gestión presupuestal y eficiencia del gasto.	1	Matriculado dentro del plan de acción de la vigencia respectiva, en los procesos gerencial, gestión interna, financiero, recursos humanos y funcionarios.
		2	Aplicar las tres líneas de defensa que establece el MIPG. Verificar el cumplimiento de los objetivos del comité de Conciliación, Defensa Jurídica de la entidad y política de planeación institucional.	2	
3	MEJORAR LA CALIDAD Y CONDICIONES DE LA PRESTACIÓN	1	Adquirir y/o actualizar los equipos requeridos que permitan garantizar la adecuada prestación de los servicios en los procesos de la entidad.	1	Matriculado dentro del plan de acción de la vigencia respectiva, en los procesos gerencia, gestión interna, recursos humanos, financiero atención al cliente y
		2	Dar cumplimiento con el cronograma establecido para la realización de los mantenimientos preventivos y correctivos de los equipos existentes y la conservación de la planta física.	2	

	DEL SERVICIO	3	Sostener e incrementar la satisfacción de nuestros clientes y/o usuarios de los servicios ofrecidos.	3	operativo
		4	Fortalecimiento de la comunicación con los usuarios, clientes y comunidad en general. Desarrollar y ejecutar la política de comunicaciones.	4	
4	FOMENTAR LA CULTURA EN LA PREVENCION Y SEGURIDAD VIAL DIRIGIDAS A CONDUCTORES Y PEATONES. BUENAS Y SALUDABLES PRACTICAS AL USAR LAS VIAS PÚBLICAS.	1	Realizar actividades y campañas pedagógicas y de fomento de la cultura en la prevención vial, respeto al peatón y usuarios de las vías públicas y vías privadas aumentando la cultura ciudadana en la seguridad y movilidad vial.	1	Matriculado dentro del plan de acción de la vigencia respectiva, en los procesos gerencial, gestión interna y operativo
5	CONTRIBUIR EN LA DISMINUCIÓN DE LA CONTAMINACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE QUE REPRESENTE UNA MEJOR CALIDAD DE VIDA PARA LOS PALMIRANOS	1	Disminuir los niveles de contaminación por emisión de gases y desperdicios (Líquidos, aceites y otros contaminantes) generado por vehículos automotores.	1	Matriculado dentro del plan de acción de la vigencia, en los procesos gerencial y operativo
6	MANTENER Y MEJORAR LA COMPETENCIA DEL TALENTO HUMANO PARA GARANTIZAR LA EFECTIVIDAD DE LOS PROCESOS	1	Emplear las políticas establecidas para el desarrollo de la gestión del talento humano.	1	Matriculado dentro del plan de acción de la vigencia respectiva, en los procesos gerencial, gestión interna, recursos humanos
		2	Garantizar la aplicación de los procesos de Inducción y re inducción del Talento Humano	2	
		3	Fomentar el Plan anticorrupción y atención al ciudadano.	3	
		4	Fortalecer la comunicación interna y externa en la organización.	4	
		5	Implementar el programa de Gestión documental de acuerdo a lo establecido por la Ley.	5	
7	LOGRAR UN DESARROLLO EMPRESARIAL CON ALTOS NIVELES DE EFICIENCIA, EFICACIA,	1	Garantizar continuidad del servicio de RTM y EC en el cumplimiento normativo y requisitos legales, mediante la realización de auditorías internas (aseguramiento) y externas (seguimiento, evaluación, cumplimiento, acreditación o re acreditación)	1	Matriculado dentro del plan de acción de la vigencia respectiva, en los procesos gestión
		2	Aplicar la cultura organizacional	2	

	EFECTIVIDAD ENFOCADO AL CLIENTE		fundamentada en el control a los procesos de apoyo, misional y estratégico.		interna y funcionarios
		3	Fortalecimiento del desempeño de los procesos de la entidad.	3	
		4	Garantizar el cumplimiento de los requisitos de las normas internacionales y normas que rigen a la entidad.	4	
8	PLANEACION ESTRATEGICA DEL RECURSO HUMANO o MODELO INTEGRADO DE GESTION ESTRATÉGICA DEL RECURSO HUMANO.	1	Adecuación de las personas a la estrategia institucional. Articulación con el direccionamiento estratégico de la entidad (misión, visión, objetivos institucionales, planes programas y proyectos.	1	Matriculado dentro del plan de acción de la vigencia respectiva, en los procesos gerencial, gestión interna, recursos humanos.

II PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA INCREMENTAR LAS VENTAS Y GANAR PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

La entidad CENTRO DE DIAGNOSTICO AUTOMOTOR DE PALMIRA LTDA., implementará, desarrollará y ejecutará un PLAN ESTARTEGICO DE MARKET que le permita incrementar las ventas y obtener una mayor participación en el actual y potencial mercado para lo cual entre otros indicadores y estadísticas considerará:

Estrategias de Marketing: Son planes que especifican el impacto que una empresa espera lograr sobre la demanda de un producto o una línea de productos en un mercado objetivo dado.

Mercadeo directo y las ventas personales: La entidad CDAP LTDA, durante las vigencia 2016-2018 utilizó como estrategia para capturar nuevos clientes y hacerle seguimiento a sus clientes actuales, a través del tele mercadeo, recordándole a los clientes próximos a vencer el certificado de revisión técnico mecánica que debían realizar nuevamente el servicio, lo cual permitió fidelizar clientes actuales y lograr que volvieran a realizar su revisión técnica mecánica en el CDAP LTDA en cada una de las anualidades. Como estrategia exitosa se aplicara para el periodo 2020-2023.

Publicidad: Para la vigencia 2020, se consideró presupuesto para publicidad y propaganda. Se proyecta un buen, adecuado, eficiente, efectivo y eficaz uso de las redes sociales Facebook, Publicidad en Instagram, Publicidad en Twitter y LinkedIn, como herramientas para lograr posicionamiento del servicio en el mercado.

Ventas Personales: Envío de propuestas y visita a empresas con el fin de ofrecer el servicio y buscar alianzas estratégicas, además de llegar a otros mercados como empresas, microempresas, centros comerciales, instituciones educativas y entidades de otras actividades económicas.

Relaciones Públicas: Mediante relaciones públicas a través de patrocinio y organización participar de eventos públicos y privados, entre otros. En los cuales se promocionaran los servicios que ofrece la entidad.

III PLAN ESTRATEGICO DE TALENTO HUMANO.

MARCO CONCEPTUAL DE LA PLANEACION ESTRATEGICA DEL TALENTO HUMANO

La planeación Estratégica del Recuso Humano o Modelo Integrado de Gestión Estratégica del Recurso Humano, es un sistema integrado de gestión, cuya finalidad básica o razón de ser es la adecuación de las personas a la estrategia institucional. El éxito de la Planeación Estratégica del Recurso Humano, se da en la medida en que se articula con el direccionamiento estratégico de la entidad (misión, visión, objetivos institucionales, planes programas y proyectos).

SISTEMA INTEGRADO GESTION DE RECURSO HUMANO.

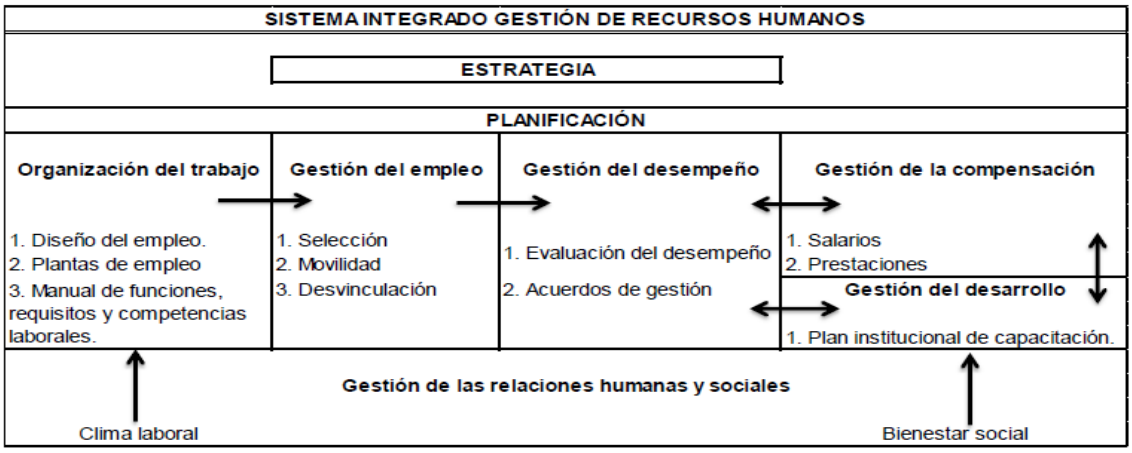
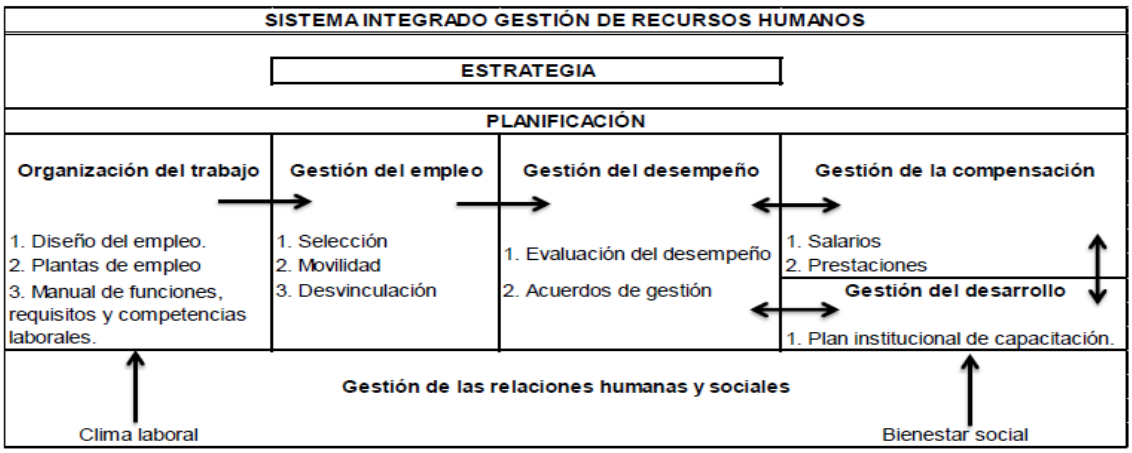


Ilustración. Modelo Integrado de gestión estratégica del Recurso Humano adaptado de Serlavós, tomado de (Longo, 202 pág. 11).

SUBSISTEMA DE LA GESTION DEL TALENTO HUMANO.



-La figura N°2 representa la articulación de la gestión del recurso humano con la Planeación Estratégica o institucional.

OBSERVACION: El presente "PLAN ESTRATEGICO" estará sujeto a modificaciones y ajustes en consideración a los lineamientos generales que le correspondan a la entidad observar del PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL, una vez sea aprobado y publicado, ajustes y modificaciones que deberán realizarse al "PLAN DE ACCION" de la respectiva vigencia.

ORIGINAL FIRMADO
MIRIAM SARASTY CAICEDO
Gerente