



ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

El análisis administrativo

Constituye un pilar fundamental dentro del plan de creación de empresa.

Permite definir cómo se organizará internamente la nueva organización, quiénes serán los responsables de su gestión y qué políticas regirán su funcionamiento.





Es una herramienta vital que proporciona una visión completa de cómo opera una organización para identificar ineficiencias y fomentar una mejora continua a través de un enfoque sistemático.





1. Perfil del equipo empresarial

Todo proyecto empresarial necesita un equipo directivo sólido, con competencias complementarias que respalden la gestión estratégica, operativa y comercial.

El perfil del equipo empresarial debe describir:

- Formación académica y experiencia profesional de los socios fundadores.
- Habilidades blandas y técnicas, como liderazgo, comunicación, análisis financiero, innovación, negociación y toma de decisiones.
- Roles y responsabilidades de cada integrante dentro de la empresa.



Por ejemplo, en una empresa dedicada a la exportación de productos agroindustriales, podrían definirse los siguientes perfiles:

Gerente General: con formación en Administración de Negocios Internacionales y liderazgo en planeación estratégica.

Director de Producción: con experiencia en control de calidad y gestión de procesos productivos.

Director Comercial: con habilidades en ventas internacionales, inteligencia de mercados y negociación.

Contador o asesor financiero: con dominio en costos, impuestos y normatividad tributaria.

Asimismo, debe determinarse el personal operativo y administrativo requerido para las etapas iniciales, estableciendo si se contratarán empleados permanentes, temporales o servicios tercerizados.

2. Estructura empresarial

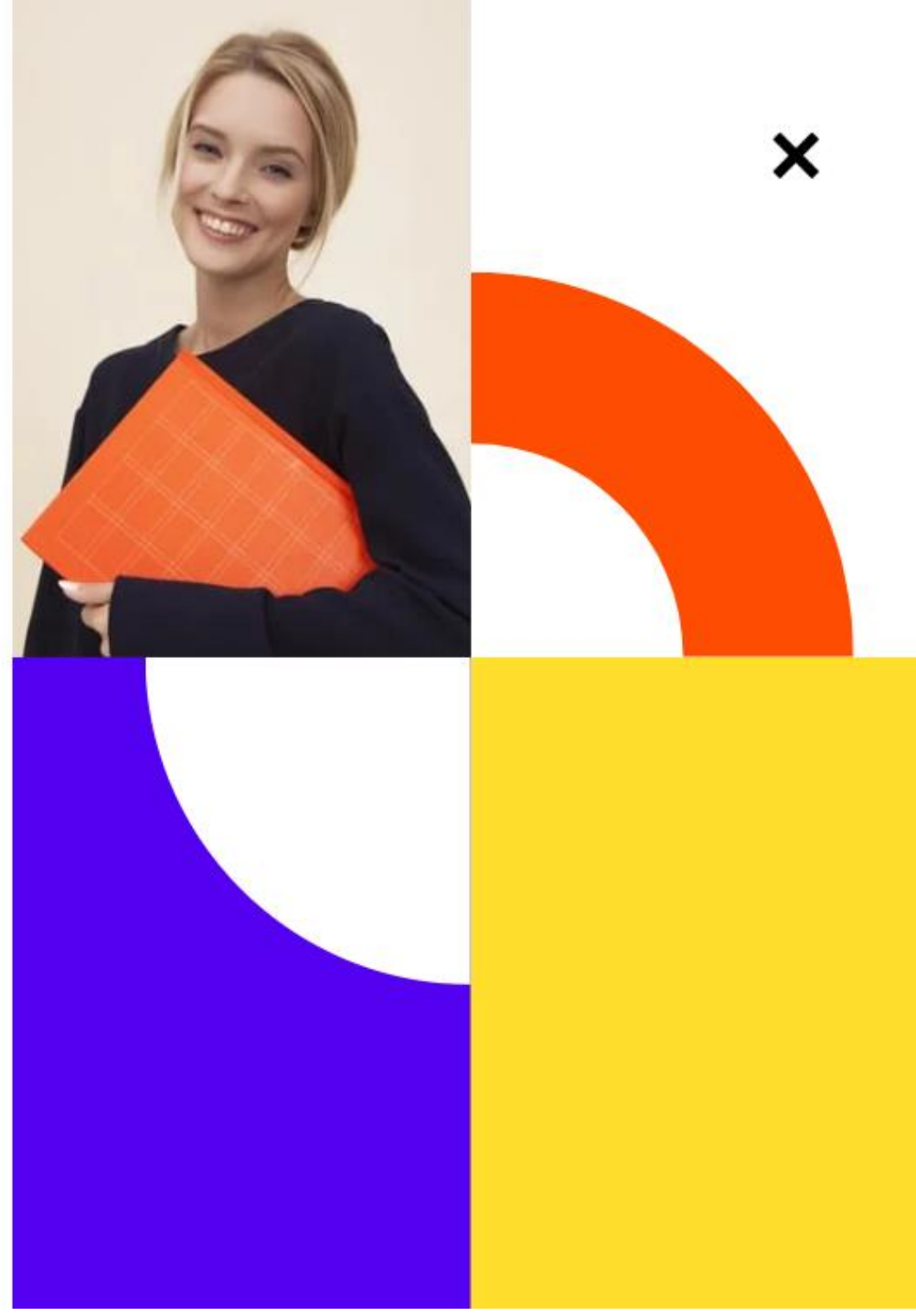
La estructura empresarial define la forma organizativa que adoptará la empresa para alcanzar sus objetivos de manera eficiente. Esta estructura debe estar alineada con el tipo de negocio, su tamaño y sus procesos internos.

Los principales tipos de estructura son:

Funcional: organiza las actividades según áreas o funciones (producción, ventas, finanzas, etc.). Ideal para empresas pequeñas y medianas.

Divisional: agrupa las operaciones por líneas de producto o zonas geográficas. Adecuada para empresas en crecimiento o diversificación.

Matricial: combina las dos anteriores, permitiendo trabajo por proyectos y coordinación transversal.





Ejemplo:

Una empresa de servicios logísticos podría estructurarse de manera funcional, con las siguientes áreas:

- Dirección General
- Operaciones y Logística
- Comercial y Atención al Cliente
- Finanzas y Contabilidad
- Talento Humano

La **organización jerárquica** debe representarse en un organigrama, mostrando las relaciones de autoridad y responsabilidad, y se debe establecer el manual de funciones que describa tareas, competencias y canales de comunicación.

Organigrama estructural




3. Socios clave

Los socios clave son las personas o entidades externas que contribuyen al desarrollo del negocio y fortalecen su cadena de valor. Identificar y mantener relaciones estratégicas con ellos es fundamental para asegurar sostenibilidad y competitividad.

Entre los socios clave pueden encontrarse:

- **Proveedores:** garantizan la calidad y disponibilidad de insumos o servicios.
- **Aliados estratégicos:** instituciones financieras, cámaras de comercio, universidades o incubadoras empresariales.





Distribuidores o agentes comerciales: que facilitan la llegada de los productos al cliente final.

Entidades gubernamentales o de apoyo: como ProColombia, Fondo Emprender, o cámaras de exportadores.

La empresa debe diseñar una estrategia de gestión de alianzas, definiendo acuerdos de cooperación, beneficios mutuos y criterios de evaluación de desempeño.



4. Políticas de servicios

Las políticas de servicios constituyen el conjunto de principios y normas que orientan la atención al cliente, la calidad del producto y la relación con los consumidores.

Su propósito es mantener la coherencia en el servicio y fortalecer la reputación empresarial.

Ejemplos de políticas clave:

- **Política de calidad:** ofrecer productos y servicios que satisfagan las necesidades del cliente, cumpliendo normas técnicas y legales.
- **Política de atención al cliente:** responder de manera oportuna, amable y efectiva a solicitudes, reclamos o sugerencias.
- **Política de garantía y devoluciones:** definir procedimientos claros, plazos y responsabilidades en caso de inconformidades.



- **Política de innovación y mejora continua:** fomentar la actualización de procesos y la capacitación del personal.
- **Política de sostenibilidad:** promover prácticas ambientales y sociales responsables.

Estas políticas deben comunicarse al personal y a los clientes mediante manuales, contratos o canales de información institucional.

El análisis administrativo no solo ordena los recursos humanos y estructurales, sino que **proyecta la cultura organizacional**. Un equipo con roles definidos, una estructura coherente y políticas claras representa una empresa sólida, capaz de crecer y adaptarse a los desafíos del entorno competitivo.

Criterio	Excelente (90 – 100 pts)	Bueno (80 – 89 pts)	Aceptable (70 – 79 pts)	Deficiente (10 – 69 pts)
1. Perfil del equipo empresarial y del personal requerido (20%)	El equipo presenta perfiles claramente definidos, con funciones, competencias y roles alineados a la misión empresarial. Evidencia complementariedad y	Los perfiles están definidos y responden a las necesidades del negocio, aunque con leves omisiones en roles o competencias.	Se presentan los perfiles básicos, pero sin claridad en responsabilidades o relación con el modelo de negocio.	Falta coherencia entre los perfiles y la empresa. No se definen roles ni responsabilidades.
2. Estructura empresarial y organigrama (25%)	Presenta una estructura coherente, moderna y funcional; incluye organigrama legible y descripción de cargos. Refleja jerarquía, coordinación y	La estructura es adecuada y el organigrama claro, aunque con leves inconsistencias en los niveles jerárquicos o funciones.	Se muestra una estructura básica pero sin justificación ni claridad en los vínculos organizacionales.	No existe estructura definida o presenta confusión en la organización del personal.
3. Identificación de socios clave (20%)	Se identifican socios estratégicos relevantes con justificación clara de su papel y beneficios para la empresa. Evidencia análisis del	Se mencionan socios pertinentes pero con limitada argumentación del valor que aportan al negocio.	Se presentan socios generales sin análisis de su importancia.	No se identifican socios clave o no guardan relación con el proyecto.
4. Políticas de servicios (20%)	Define políticas claras, coherentes y aplicables, que reflejan compromiso con la calidad, el cliente y la sostenibilidad.	Las políticas son apropiadas, aunque algunas requieren mayor detalle o coherencia con la naturaleza del negocio.	Se presentan políticas generales o copiadas sin contextualización.	No existen políticas definidas o no guardan relación con el servicio o producto.
5. Presentación, redacción y argumentación (15%)	El trabajo es profesional, bien redactado, estructurado y con excelente soporte teórico y bibliográfico (APA 7ª).	Presentación ordenada y clara, con pequeños errores de redacción o forma.	Estructura aceptable pero con errores en redacción, formato o fuentes.	Desorganizado, sin formato académico ni coherencia argumentativa.

IMPORTANTE

**DEBEN REVISAR EL ARCHIVO DE
LA ESTRUCTURA DOCUMENTO
(PLAN DE NEGOCIO)**