

**DIAGNOSTICO, EVALUACION Y FORMULACION DE ESTRATEGIAS DE
MEJORAMIENTO DE LA EMPRESA DEPORTIVOS Y MÁS**

**ANA YOLIMA FUENTES RODRIGUEZ
COD.63396882
ELSA MARINA BARAJAS ZABALA
COD.28124705**

**UNIVERSIDAD ABIERTA Y ADISTANCIA UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES ECONÓMICAS Y
DE NEGOCIOS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
2010**

**DIAGNOSTICO, EVALUACION Y FORMULACION DE ESTRATEGIAS DE
MEJORAMIENTO DE LA EMPRESA DEPORTIVOS Y MÁS**

**ANA YOLIMA FUENTES RODRIGUEZ
COD. 63396882
ELSA MARINA BARAJAS ZABALA
COD.28124705**

**Trabajo de grado presentado como requisito para obtener
El titulo de Administradores de Empresas**

**Asesor: GERMÁN ALFONSO GARCÉS MARIÑO
Administrador de Empresas**

**UNIVERSIDAD ABIERTA Y ADISTANCIA UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES ECONÓMICAS Y
DE NEGOCIOS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
2010**

Resumen

DIAGNOSTICO, EVALUACION Y FORMULACION DE ESTRATEGIAS DE MEJORAMIENTO DE LA EMPRESA DEPORTIVOS Y MÁS

**ANA YOLIMA FUENTES RODRIGUEZ
ELSA MARINA BARAJAS ZABALA**

PALABRAS CLAVES: Diagnóstico, Falencias, Estrategias, Mejoramiento, Áreas de la empresa

Aportes estratégicos de mejoramiento para la empresa DEPORTIVOS Y MÁS que se plantearon, después de haber hecho una plena identificación de los problemas, mediante la aplicación de la matriz DOFA, teniendo en cuenta sus antecedentes, la trayectoria y la perspectiva futura de sus propietarios.

Para poder dar inicio a la implantación de las propuestas en las áreas fundamentales como la administrativa, mercadeo, producción y contable, se consideraron y aplicamos los conocimientos brindados por la Universidad Abierta y a Distancia UNAD, como base fundamental, sobre la cual se desarrolla el proyecto, contando con el personal que labora en la empresa, posteriormente se desarrollaron las estrategias en el área administrativa, se definió misión, visión, organigrama, manual de funciones y reglamento interno de trabajo, con el punto de partida de desarrollo empresarial, para que con base en ellos se busque el crecimiento y se cumplan las metas trazadas por la empresa.

En el área de mercadeo se pretende establecer el diseño del empaque para los productos, así como la implementación de medios de publicidad, como volantes, portafolio de servicios, muestrarios físicos, álbumes de fotografías de los modelos elaborados por la empresa y el mejoramiento de la marquilla (dado que es muy importante para la venta de los productos).

En el campo de servicio, se aconseja capacitar al personal que labora en la organización en temas como atención al cliente, seguridad industrial y salud ocupacional.

En el área de producción se plantea la reorganización de la planta de procesos, reubicando la maquinaria e implantando un sistema de señalización en todo el establecimiento, que permita a todo el personal visualizar e identificar fácilmente las diferentes secciones del plantel, generando comodidad y evitando desplazamientos ociosos.

En el área contable se propuso la implementación de la contabilidad sistematizada de manera que sea más ágil y precisa.

En base a todas las ponentes mencionadas anteriormente, se pretende alcanzar alta calidad en todas las áreas de la empresa, permitiendo obtener una excelente imagen, un aumento en la demanda, mayor rapidez en la entrega del producto y posicionamiento en el mercado (para lo cual se recomienda hacer una proyección a nivel nacional e internacional, elaborando una página web que ponga a la empresa a disposición de otros sectores comerciales suministrando diferentes políticas de ventas, como promociones, rifas y obsequios).

Summary

DIAGNOSIS, EVALUATION AND FORMULATION OF STRATEGIES FOR IMPROVING THE COMPANY DEPORTIVOS Y MÁS

ANA YOLIMA FUENTES RODRIGUEZ
ELSA MARINA BARAJAS ZABALA

KEYWORDS: Diagnosis, weaknesses, strategies, improvement, areas of the company

Strategic inputs for business improvement *DEPORTIVOS Y MÁS* raised, after making a full identification of problems through the application of the SWOT matrix, taking into account their background, career and future prospect of their owners.

To begin the implementation of the proposals in key areas like management, marketing, production and accounting, were considered and applied the knowledge provided by the Open University and Distance UNAD, as the fundamental basis on which the project is developed, with staff working in the business, strategies were developed later in the administrative area was defined mission, vision, organizational structure, operational manual and working rules, the starting point for business development, so that with locate them based on growth and meeting the goals set by the company.

In the area of marketing is to establish the packaging design for products and the implementation of means of advertising such as flyers, portfolio services, physical samples, albums of photographs of the models developed by the company and improving mark (since it is very important for the sale of products).

In the field of service, it is advisable to train staff working in the organization in areas such as customer service, safety and occupational health.

In the area of production raises the reorganization of the process plant, relocating the machinery and implementing a signage system throughout the facility allowing all staff to easily view and identify different sections of the campus, creating comfort and avoiding travel idle.

In the accounting area is proposed the implementation of accounting systematized in ways that are more agile and precise.

Based on all the speakers mentioned above, is to achieve high quality in all areas of the company, allowing for excellent image, an increase in demand, faster product delivery and market position (for which recommended to project nationally and internationally, developing a website that puts the company provide other business sectors providing different sales policies, such as promotions, sweepstakes and giveaways).

INTRODUCCION

El futuro de las empresas se ha ligado a circunstancias que con gran rapidez están produciendo efectos de cambio en la sociedad actual, lo cual hace que sus dirigentes estén a la vanguardia, para mejorar constantemente su desarrollo profesional, tanto en el conocimiento administrativo como en la producción y la comercialización de los productos que satisfagan las necesidades de los clientes.

La empresa “Deportivos y más” gestora de desarrollo empresarial en la región García Revírense, goza de prestigio por su calidad en la fabricación de ropa deportiva; en esta, se ha realizado un estudio de planeación e implementación de nuevos cambios que se van a llevar a un eficaz cumplimiento en este trabajo.

En esta empresa se realizó un diagnóstico y se encontraron unas falencias como la falta de organización en el área administrativa, complementación de la contabilidad, distribución adecuada de la planta de procesos y atención al cliente. De acuerdo a los conocimientos adquiridos, se propuso alternativas de solución, las cuales se están ejecutando conjuntamente con el apoyo de los propietarios de la empresa, de esta forma anhelamos alcanzar las metas propuestas contribuyendo con el desarrollo empresarial, de alta competitividad para que **“DEPORTIVOS Y MÁS”** continúe siendo líder de sus productos en la región

ascendiendo a nivel departamental y nacional, generando empleo y progreso en la región.

JUSTIFICACION

Este trabajo se elaboró por solicitud de la Universidad Abierta y a Distancia UNAD Málaga para obtener el título de ADMINISTRADORES DE EMPRESAS, y de esta manera, transferir nuestros conocimientos, y contribuir con el desarrollo empresarial en nuestra región, por tal motivo, se procedió a elegir una empresa para realizar un diagnóstico estratégico, un estudio de mejoramiento la cual fue DEPORTIVOS Y MÁS quien ha contribuido al desarrollo de la provincia.

De acuerdo con los avances de la sociedad, la dinámica de los negocios cambia y las empresas se mueven en torno de la alta competitividad donde requiere permanentemente asegurar el proceso de toma de decisiones y es ahí donde para la ejecución de acciones encaminadas a lograr la permanencia y el crecimiento, necesitan ser asesorados de manera confiable y oportuna; precisamente mediante este trabajo se pretende aportar a la empresa DEPORTIVOS Y MÁS ideas de mejoramiento estratégico, para que sean llevados a cabo y que garanticen de una u otra forma la permanencia en el mercado con calidad y rentabilidad.

Dada la importancia de ser Málaga la capital de la provincia de García Rovira y donde converge tanto comercio como personal flotante, requiere ser punto de abastecimiento a las necesidades de los pobladores ciudadanos y aledaños, es así como la empresa DEPORTIVOS Y MÁS satisface en gran parte el mercado en

todos los municipios de García Rovira y Norte y Gutiérrez en Boyacá ,y próximamente se espera abrir nuevos mercados, ofreciendo los productos en cuanto a ropa e implementos deportivos se refiere.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un diagnóstico estratégico de la empresa Deportivos y más, para analizar la situación actual en la organización de área administrativa, contable, de producción y atención al cliente y de esta manera formular estrategias de mejoramiento que contribuyan a su buen desempeño y expansión en el mercado.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Elaborar un diagnóstico sobre la situación actual de la empresa “DEPORTIVOS Y MAS”
- Organizar la parte administrativa, creando un organigrama, manual de funciones, reglamento interno, creación de la visión, misión; de “DEPORTIVOS Y MAS” que permita, identificar las políticas y el futuro de la empresa
- Reorganizar la planta de procesos del producto, incluyendo el almacenamiento de la materia prima y el producto terminado, vistiere, diseñando un sistema de señalización interno.

- Analizar el manejo económico – financiero de la empresa que nos permita una forma segura de tomar decisiones en cuanto a inversión, costos, y así, poder definir los objetivos a corto y mediano y largo plazo.
- Promover y ejecutar políticas para conformación en el servicio al cliente para que la empresa sea más competitiva, mediante la capacitación, concientización y sensibilización de los empleados.
- Mejorar el sistema de mercadeo de la empresa, mediante la implementación de catálogos y portafolio de servicios y factores del producto, como es el mejoramiento de la calidad de la marquilla, el empaque y la presentación de producto

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA

Al realizar una evaluación previa de la empresa “DEPORTIVOS Y MÁS” por medio de entrevistas a sus propietarios, visitas a la fábrica y observación directa, se encontró que esta es líder en la producción y comercialización de ropa y elementos deportivos, que surte los mercados de Málaga y los municipios de la provincia de García Rovira, Norte y Gutiérrez en Boyacá; además genera empleo contribuyendo a mejorar el nivel de vida de la región.

Por los alcances que ha tenido la empresa se hace necesario tener un proyecto de empresa, el cual no existe como tal, por tanto sus actividades son realizadas de manera espontáneamente.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Existe un estudio de organización, planeación y proyección de la empresa DEPORTIVOS Y MÁS que satisfaga las necesidades de confección de ropa

deportiva en la provincia de García Rovira y que además sea identificada por la calidad en la prestación de servicio, que contribuya al desarrollo y generación de empleo, mejorando la calidad de vida de la región?

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. TEÓRICO

2.1.1. ORIGEN DE LA EMPRESA

Deportivos y más surge en el año 2004, como una alternativa, en pro del mejoramiento de la calidad de vida de los malagueños, García Riverenses, Santandereanos y demás, siendo un trabajo conjunto que involucra empresa, empleados, clientes y comunidad.

2.2. MARCO CONCEPTUAL

El deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, contribuyen indudablemente a establecer en cada uno de los miembros de la comunidad y consecuentemente en el seno social, el equilibrio necesario para generar hábitos de conservación y preservación de la salud, el culto intelectual, los valores de la

solidaridad, el respeto y la disciplina especialmente propicia; unidas para llevar a cabo el desarrollo humano que la sociedad colombiana requiere.

Busca la satisfacción personal, sin reconocimientos materiales, la alegría, el descanso y la integración social, la participación y competencia como un acto social, contribuye al desarrollo del hombre como una necesidad humana.

2.2.1 LOS DEPORTES

DEFINICION

Artículo 15. El deporte en general es la específica conducta humana caracterizada por una actitud lúdica y de afán competitivo de comprobación o desafío, expresada mediante el ejercicio corporal y mental, dentro de disciplinas y normas preestablecidas orientadas a generar valores morales cívicos y sociales.

Debido a la búsqueda implacable del uso del tiempo libre y a la necesidad que tiene el ser humano de conservar un buen estado físico y mental, cada vez se incrementa el número de personas que se dedican a la práctica de los deportes, buscando desarrollar alguna habilidad, mejorar su salud o divertirse, situación que conlleva a requerir indumentaria adecuada para dichas actividades, así como los implementos necesarios para el buen desarrollo del mismo.

Entre los deportes más practicados en nuestra región se destacan:

- **AJEDRÉZ:** juego que se practica en tablero de 64 casillas o escaques con 32 piezas de distintos valores que se mueven según la clase de pieza, generalmente las piezas son 32 de color blanco y 32 de color negro.
- **FÚTBOL:** Deporte de equipo jugado entre dos conjuntos de 11 jugadores cada uno y un árbitro que se ocupa de que las normas se cumplan correctamente. Se juega en un campo rectangular de césped, con una meta o portería a cada lado del campo. El objetivo del juego es desplazar una pelota a través del campo para intentar ubicarla dentro de la meta contraria, acción que se denomina gol. El equipo que marque más goles al cabo del partido es el que resulta ganador.
- **NATACIÓN:** La natación es el arte de sostenerse y avanzar, usando los brazos y las piernas, sobre o bajo el agua. Puede realizarse como actividad lúdica o como deporte de competición. Debido a que los seres humanos no nadan instintivamente, la natación es una habilidad que debe ser aprendida. A diferencia de otros animales terrestres que se dan impulso en el agua, en lo que constituye en esencia una forma de

caminar, el ser humano ha tenido que desarrollar una serie de brazadas y movimientos corporales que le impulsan en el agua con potencia y velocidad. En estos movimientos y estilos se basa la evolución de la natación competitiva como deporte.

- **MICROFÚTBOL:** El **fútbol sala** o **fútbol de salón**, es un deporte derivado de la unión de otros varios deportes: el fútbol, que es la base del juego; el waterpolo; el voleibol, el balonmano y el baloncesto. Tomando de éstos no sólo parte de las reglas, sino también algunas técnicas de juego.

El fútbol sala es un deporte de inteligentes, para rápidos, y técnicos; sólo así, se juega al fútbol sala profesional.

Los jugadores de este deporte precisan de una gran habilidad técnica y dominio sobre el balón, así como velocidad y precisión en la ejecución tanto al recibir, pasar o realizar gestos técnicos.

- **ATLETISMO:** es un deporte muy extendido por la sencillez de su reglamento y practica. El atletismo masculino, se corren 12 carreras principales, disputadas en los juegos olímpicos y otras competiciones internacionales. Otras pruebas de gran popularidad son del de cathlon (masculino) y el heptatlon (femenino), el maratón y la milla.

- **BALONCESTO:** Deporte de equipo que consta de dos equipos de 5 jugadores que consiste en introducir un balón en una cesta suspendida.

Futbol: Deporte que se practica entre 11 jugadores que consiste en introducir en la portería del equipo contrario un balón esférico impulsando con los pies, el cuerpo, salvo manos y brazos y la cabeza siguiendo ciertas reglas.

- **VOLEIBOL:** Es el deporte que se disputa entre dos equipos de seis jugadores, lanzando un balón que golpea con la mano por encima de una red.
- **TENNIS DE MESA Y CAMPO:** Deporte que se practica entre dos o cuatro jugadores provista de raquetas, consiste en enviar una pelota por encima de una red entre dos límites de un terreno de juego rectangular.
- **GIMNASIA:** Arte de ejercitar, fortalecer y desarrollar el cuerpo mediante ejercicios físicos y adecuados.
- **DEPORTE SOCIAL COMUNITARIO:** Es el aprovechamiento del deporte con fines de esparcimiento, recreación y desarrollo físico de la comunidad. Procura integración, descanso y creatividad. Se realiza mediante la acción interinstitucional y la participación comunitaria para el mejoramiento de la calidad de vida.

- **DEPORTE ASOCIADO:** Es el desarrollo de un conjunto de entidades de carácter privado, organizadas jerárquicamente, con el fin de desarrollar actividades y programas de deportes competitivo de orden municipal, departamental, nacional e internacional, que tengan como objeto, el alto rendimiento de los deportistas afiliados a ellas.
- **DEPORTE AFICIONADO:** Es aquel que no admite pago o indemnización alguna a favor de los jugadores o competidores, distinto al monto de los gastos efectivos ocasionados durante el ejercicio de la actividad deportiva correspondiente.

Artículo 23. En cumplimiento al artículo 21 de la ley 50 de 1990, “las empresas con más de 50 trabajadores, programarán eventos deportivos, de recreación, culturales y de capacitación directamente, a través de las cajas de compensación familiar, o mediante convenios con entidades especializadas”.

DISPOSICIONES VARIAS

Artículo 41. FOMENTO. “El gobierno nacional fomentará la microempresa y la industria, dedicadas a la fabricación de implementos deportivos o recreativos.

Los organismos que hacen parte del sistema nacional del deporte preferirán los implementos deportivos y recreativos, que cumplan las condiciones técnicas específicas fabricadas por la microempresa o industria nacional.

Educación física (Art. 10 ley 181) Entiéndase por educación física la disciplina cuyo objeto es el estudio, la expresión corporal del hombre y la incidencia del movimiento del desarrollo integral y el mejoramiento de salud y calidad de vida de los individuos.”

2.2.2 ROPA DEPORTIVA

La ropa deportiva se fabrica con telas usualmente sueltas, en los modelos adecuados para las diversas actividades. Lo más común, es usar pantalón de sudadera, lycra, pantaloneta, camiseta, esqueleto, top, medias y tenis; se cambia su diseño y colores, buscando siempre la comodidad del usuario.

2.2.3 LA EMPRESA

Como acción conjunta, empresa, es toda asociación industrial o de otra índole, creada con el fin de realizar obras materiales, negocios o proyectos de importancia.

La empresa, unidad de producción, busca en su conjunto aparecer como la cédula integral sobre la cual se desarrolla la vida económica.

Empresa es toda organización económica que, en las economías industriales, realiza la mayor parte de las actividades. Son organizaciones jerarquizadas, con relaciones jurídicas, y cuya dimensión depende de factores endógenos (capital) y exógenos (economías de escala). Las empresas son, al menos la mayor parte, sociedades, entidades jurídicas, que realizan actividades económicas gracias a las aportaciones de capital de personas ajenas a la actividad de la empresa, los accionistas. La empresa sigue existiendo aunque las acciones cambien de propietarios o éstos fallezcan. Una empresa o compañía posee una serie de activos; cuando se crea una empresa hay que redactar una serie de documentos públicos en los que se definirá el objetivo de la misma, cuál es su razón social, su domicilio fiscal, quiénes son los socios fundadores, cuál es el volumen de capital social inicial, en cuántas acciones o participaciones se divide el capital social y cuáles son los estatutos de la sociedad, entre otros. La actividad y la estructura legal de las empresas se regula mediante el Derecho mercantil, que establece los requisitos contables, las obligaciones de los gestores o administradores y los derechos de los accionistas. Existen otras formas jurídicas, como la empresa

unipersonal o la cooperativa, pero lo más usual es la organización en forma de sociedad.

2.2.4 EMPRESAS INDUSTRIALES. PRINCIPIOS DE LA ADMINISTRACIÓN 1989.

Es una unidad económica de tipo capitalista, caracterizada por una organización de diversos elementos (capital, trabajo, tecnología), bajo la dirección de un empresario que puede ser una persona física o jurídica (sociedad) y cuya finalidad es la realización de una actividad industrial comercial, o la prestación de un servicio con ánimo de lucro.

Las empresas industriales son aquellas que se dedican a la transformación y/o extracción de materias primas para la producción de bienes.

Estas empresas se pueden clasificar como: extractivas y manufactureras. Una empresa industrial es extractiva cuando se dedica a la transformación de materias primas en productos terminados.

Las empresas manufactureras pueden consumir bienes de consumo final y/o producir viene intermedio.

2.2.5 LAS PYMES

En América Latina y especialmente en Colombia, la microempresa es pieza clave para el progreso y existen de 40 a 50 millones de micros, pequeñas y medianas empresas.

En Colombia es necesaria la implementación de PYMES, para salir de la crisis en que se encuentra el país.

En la Provincia de García Rovira hay diferentes clases de pequeñas y medianas empresas, pero por problemas de orden público, la apertura económica, globalización de mercados y demás factores han tendido a desaparecer. Por tal razón se necesita que el gobierno nacional, departamental y municipal implemente programas para el fortalecimiento de estas.

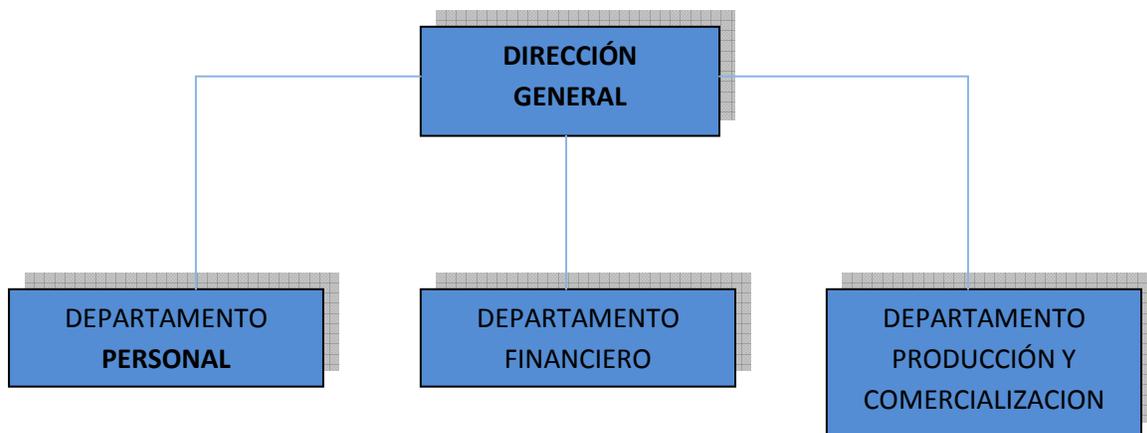
En Colombia, según la Ley para el Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Ley 590, las PYMES se clasifican así:

- Microempresa: Personal no superior a 10 trabajadores. Activos totales inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes
- Pequeña Empresa: Personal entre 11 y 50 trabajadores. Activos totales mayores a 501 y menores a 5.001 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- Mediana: Personal entre 51 y 200 trabajadores. Activos totales entre 5.001 y 15.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

2.2.6 AREAS FUNDAMENTALES DE LA EMPRESA

La departamentalización es algo que se puede realizar al libre albedrío o por intuición; ella debe tener en cuenta algunos principios orientados para su aplicación, partiendo de un estudio profundo de actividades indispensables para la empresa y la forma de agruparlas acorde y lógicamente.

Dentro de la organización, las actividades empresariales han sugerido múltiples listados, pero el más adecuado es el de la departamentalización por funciones, que consiste en agrupar actividades de acuerdo con las grandes funciones que debe realizar la empresa. Esta departamentalización puede ser aplicada a cualquier empresa dada su facilidad para ser adaptada.



2.2.7 PLANEACION ESTRATÉGICA

La planeación estratégica es el proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo. De hecho, el concepto de estrategia y el de planeación están ligados indisolublemente, pues tanto el uno como el otro designan una secuencia de acciones ordenadas en el tiempo, de tal forma que se pueden alcanzar uno o varios objetivos.

En una empresa existen varios niveles de planeación estratégica y estos dependen de su complejidad organizacional. En caso de la pequeña o mediana empresa donde todas las decisiones son tomadas por el dueño, la planeación estratégica es solo una expresión pomposa para designar la lógica que sigue el patrón con sus acciones. Se trata del caso externo de la planeación estratégica conducida a un solo nivel. En la mayoría de las empresas diversificadas y organizadas según una estructura divisional, la planeación estratégica se establece a tres niveles:

2.2.7.1 A NIVEL DE EMPRESA TOTAL

- ¿Dónde invertir los recursos actuales de la empresa?
- ¿De dónde se podrán obtener los recursos futuros?
- ¿Cómo asegurar la supervivencia, el crecimiento y las utilidades?

(Responde a preguntas fundamentales sobre el presente y futuro de la empresa).

2.2.7.2 A NIVEL DE DIVISIÓN

En este nivel conviene determinar cómo se logra el éxito de los sectores escogidos. Requiere técnicas distintas a las utilizadas a nivel de la planeación global; análisis competitivo, métodos de segmentación del mercado y la diferenciación del producto.

2.2.7.3 A NIVEL FUNCIONAL

Este corresponde a nivel crítico, pues la mejor estrategia puede sucumbir a las peores políticas.

Secuencia general: fijación de objetivos- elaboración del plan de estrategia, determinación del presupuesto.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

2.3.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Enclavada en la cordillera oriental en la provincia de García Rovira, a 2.200 m.s.n.m. está situada la ciudad de Málaga, con 17°C de promedio, limita por el oriente con el municipio de Enciso por el occidente con San Andrés y Molagavita, por el norte con Concepción y por el sur con San José de Miranda.

Fue fundada en 1.542 en el sitio cercados de Tequia por don Jerónimo de Aguayo. Distante de Santa Fe de Bogotá 380 Km, y de Bucaramanga 147Km. Por su situación Geográfica, posee clima cálido, templado y frío. La ciudad cuenta con comercio variado y un acelerado crecimiento urbanístico como todo nuestro país en los últimos tiempos.

La fabrica “Deportivos y más” se encuentra ubicada en la República de Colombia, departamento de Santander, Provincia de García Rovira, Municipio de Málaga donde concurren los demás municipios y por ende mayor cantidad de gente (ver anexo #2 Mapa de la Provincia de García Rovira)

2.3.2 UBICACIÓN DEL SECTOR PRODUCTIVO

Málaga es la capital de la Provincia de García Rovira, extensa, culta y acogedora, además, una ciudad comercial no solo por ser centro de toda la provincia, sino por su condición de puerto terrestre sobre la vía que une a Cúcuta con Bogotá. Cuenta también con un aeropuerto, que facilita la interacción con otros lugares del país.

La agricultura ha alcanzado un buen desarrollo, lo mismo que la ganadería. Sus principales productos agrícolas son trigo, maíz, frijol, arveja, papa y cebada.

Por naturaleza de esta empresa se encuentra ubicada dentro del sector secundario de la economía Nacional, ya que se dedica a la transformación de materia prima, especialmente a telas (confección de ropa deportiva).

2.3.3 ASPECTOS SOCIALES

Málaga se destaca a nivel nacional por su carnaval del Oriente Colombiano en el mes de Enero, así como por sus personajes ilustres, escritores, catedráticos, parlamentarios, ecónomos, destacados políticos y grandes educadores. Tiene algunos sitios de importancia para mencionar como: las cavernas de Bucareche, Ojo de agua y Calichal; aguas termales de Vichí, la misteriosa Barrenada de Roca Viva y cuyas paredes están repletas de misteriosos signos escritos por los indios Chitareros.

La práctica del deporte se ha venido aumentando en los últimos años, ya que se pretende convertir el municipio en un sitio turístico; además, se cuenta con la capacitación del SENA (Centro Agro empresarial y Turístico de los Andes) en deportes extremos.

En el sector deportivo y de recreación, la población es atendida mediante programas de educación física y formación deportiva.

El municipio de Málaga es protagonista en la zona, ya que contamos con polideportivos en la mayoría de los barrios de la ciudad, el estadio municipal, el coliseo del Custodio, y en sus alrededores donde toda la

población puede practicar el deporte que más le agrade, gracias a su composición geográfica, llena de bastas cordilleras y amplias zonas de esparcimiento.

2.3.4 ASPECTOS EDUCATIVOS

El ambiente de la ciudad la hace propicia para el estudio, por esto en ella encontramos 5 colegios oficiales, 7 escuelas urbanas, 4 jardines, el SENA (Centro Agro empresarial y Turístico de los Andes); además, contamos con universidades como la UNAD y la UIS. Existen centros de capacitación como CONFENALCO, CAJASAN, COMCAJA y escuelas deportivas de proyección departamental y nacional.

Por estos motivos la empresa “DEPORTIVOS Y MÁS” es de vital importancia para el municipio y la región en general, ya que los establecimientos educativos, las escuelas deportivas y la comunidad requieren y solicitan sus servicios de confección y adquisición de artículos e implementos deportivos para el desarrollo de estas prácticas (deportivas y escolares).

2.3.5 ASPECTOS POLÍTICOS Y ECONÓMICOS

Las políticas monetarias, fiscales y legales que implementa el gobierno afectan en forma directa esta industria, ya que el creciente aumento de impuestos hace elevar los costos de vida de los colombianos, teniendo como consecuencia una baja en la adquisición de estos bienes.

2.4 MARCO JURÍDICO

2.4.1 Artículo 53. De la constitución política de Colombia

“El Congreso expedirá el estatuto del trabajo. La ley correspondiente tendrá en cuenta por lo menos los siguientes principios mínimos fundamentales:

Igualdad de oportunidades para los trabajadores; remuneración mínima vital y móvil, proporcional a la cantidad y calidad de trabajo; estabilidad en el empleo; irrenunciabilidad a los beneficios mínimos establecidos en normas laborales; facultades para transigir y conciliar sobre derechos inciertos y discutibles; situación más favorable al trabajador en caso de duda en la aplicación e interpretación de las fuentes formales de derecho; primacía de la realidad sobre formalidades establecidas por los sujetos de las relaciones laborales; garantía a la seguridad social, la capacitación, el adiestramiento y el descanso necesario; protección especial a la mujer, a la maternidad y al trabajador menor de edad.

El estado garantiza el derecho al pago oportuno y al reajuste periódico de las pensiones legales.

Los convenios internacionales del trabajo debidamente ratificados, hacen parte de la legislación interna.

La ley, los contratos, los acuerdos y convenios de trabajo, no pueden menoscabar la libertad, la dignidad humana ni los derechos de los trabajadores.”

2.4.2 Artículo 54. De la constitución política de Colombia

“Es obligación del Estado y de los empleadores ofrecer formación y habilitación profesional y técnica a quienes lo requieran. El Estado debe propiciar la ubicación laboral de las personas en edad de trabajar y garantizar a los minusválidos el derecho a un trabajo acorde con sus condiciones de salud.”

2.4.3 Artículo 57, De la constitución política de Colombia

“La ley podrá establecer los estímulos y los medios para que los trabajadores participen en la gestión de las empresas.”

Bajo la premisa “todo habitante tiene derecho a vivir en un ambiente sano en forma que las leyes y reglamentos especiales determinen y el deber de proteger y mejorar el ambiente que lo rodea” fue emitida el 24 de Enero de 1979, la ley 09 o Código Sanitario Nacional, en el cual se dictan medidas sanitarias para asegurar el bienestar y la salud humana.

La empresa “DEPORTIVOS Y MÁS” se encuentra formalmente legalizada, cuenta con una matrícula mercantil, lleva libros de contabilidad, además posee la patente de sanidad por el servicio de salud pública y cancela el impuesto de industria y comercio en el municipio de Málaga, de acuerdo a los estipulado a la **ley 222 de 1995**.

2.4.4. TRABAJO DE GRADO

Se encuentra estipulado en el reglamento académico estudiantil de la Universidad Abierta y a Distancia UNAD en el capítulo IX, en los artículos 61,62 y 63 lo concerniente a la presentación de trabajo de grado como requisito para la obtención del título profesional, así:

CAPITULO IX

DE LA ELABORACIÓN, PRESENTACIÓN Y EVALUACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS DE TRABAJO DE GRADO

Art. 61. Definición de trabajo de grado.

Se considera como la producción intelectual del estudiante, la cual resulta de un ejercicio académico, orientado por un director de proyecto, con el fin de integrar y aplicar los conocimientos y competencias desarrolladas en el transcurso de un programa formal a nivel de tecnológico, grado o post grado. El trabajo de grado es requisito para exceder al título en el

programa académico correspondiente y en cualquiera de sus alternativas como resultado de este ejercicio se genera un documento escrito, sometido a evaluación y sustentación.

Art. 62. Alternativas de trabajo de grado.

La universidad ofrece las siguientes alternativas de trabajo de grado:

- **Proyecto aplicado:** A través de esta alternativa de grado se busca la transferencia de conocimiento y desarrollo tecnológico en la solución de problemas previamente identificados, en un determinado campo del conocimiento o de práctica social. Las modalidades de proyectos aplicados son: proyecto de desarrollo empresarial, proyecto de desarrollo tecnológico, proyecto de desarrollo social comunitario.

El proyecto aplicado es de carácter obligatorio para todo estudiante matriculado en cualquier programa de formación tecnológica que ofrezca la UNAD y es uno de los requisitos para optar al proyecto de tecnólogo.

- **Proyecto de investigación:** es un proceso académico que genera nuevo conocimiento mediante la aplicación de la metodología científica o las metodologías propias de cada disciplina, reconocidas por la comunidad académica, los estudiantes que realizan el proyecto de investigación pueden ser incorporados en calidad de auxiliares a proyectos sistemáticos, que desarrollen en una línea de investigación. Igualmente los trabajos de investigación deberán inscribirse en una de

las líneas de investigación de programa o escuela correspondiente o en su defecto a líneas de investigación de proyección social.

- **Experiencia profesional dirigida:** consiste en el desempeño profesional programado y asesorado por la universidad y un establecimiento, organización o institución en convenio interinstitucional, con el fin de que el estudiante desde un cargo o mediante funciones asignadas tenga la oportunidad de poner en práctica y demostrar las competencias en que a sido formado aplicándola sistemáticamente a la solución de un problema específico del establecimiento entidad o gremio.
- **Monografía:** es una investigación de carácter bibliográfica a la cual se le pueden adicionar citas testimoniales en caso de que el tema lo requiera, que a partir de una indagación crítica del estado del arte, sistematiza soluciones o enfoques para abordar problemas del entorno o aéreas temáticas de frontera en el circulo de un programa formal. Los trabajos desarrollados deberán inscribirse en una de las líneas de investigación del programa o escuela correspondiente, o en su defecto, a líneas de investigación de proyección social.

- **Créditos de post grado en el nivel de especialización;** el estudiante de un programa de formación profesional, tendrá la opción de causar y aprobar 10 créditos académicos de un programa de post grado de la UNAD en el campo disciplinar o profesional a fin al programa de grado causado sin que esto le de la calidad de estudiante de post grado sin embargo, ellos les serán reconocidos una vez su matrícula en el programa post gradual, previo al conocimiento de los requisitos establecidos para el mismo.

Parágrafo 1. Los estudiantes de programas de formación profesional podrán optar por cualquiera de las alternativas propuestas.

Parágrafo 3. El estudiante podrá inscribir o registrar la solicitud de trabajo de grado, cuando haya cursado por lo menos el 95% de los créditos académicos del programa respectivo.

Art. 63. Etapas alternativas de grado: las diferentes alternativas de trabajo de grado involucran las siguientes etapas:

- Presentación, análisis y aprobación de la propuesta
- Desarrollo del trabajo

- Evaluación de trabajo
- Sustentación para el caso de las alternativas, proyecto aplicado, proyecto de investigación y monografía

3. MATRIZ DOFA DE LA EMPRESA “DEPORTIVOS Y MÁS” EN LA CIUDAD DE MALAGA SANTANDER

La matriz DOFA fue la primera matriz “direccional” o normativa, desarrollada en 1973 en la firma estadounidense General Electric, dicha matriz determina las cuatro opciones estratégicas que se obtienen al confrontar las fortalezas y debilidades de la empresa con las oportunidades y amenazas del entorno.

Esta matriz ha sido vulgarizada en una visión tricolor (roja, amarilla, verde), con el nombre de semáforo estratégico. El cuadrante 1 es de color verde, los cuadrantes 2 y 4 son de color amarillo y el cuadrante 3 es de color rojo, recordando las reglas de seguridad del automovilista frente a un semáforo.

3.1 DEBILIDADES

La empresa “DEPORTIVOS Y MÁS” no pese un sistema contable bien implementado que le permita en determinado momento ver la rentabilidad de la empresa de forma precisa y confiable.

La no disponibilidad de la materia prima en la zona dado que se tiene que transportar de la ciudad de Bucaramanga y Bogotá, incurriendo en mayores gastos e incrementando el valor del producto terminado

* La organización no posee un empaque para la envoltura del producto terminado de manera que identifique sus productos y de esta manera genere una mayor comercialización.

3.2 OPORTUNIDADES

- No existe en la región ninguna otra empresa con la tecnología y la capacidad de producción como si la tiene “DEPORTIVOS Y MAS” lo cual le ha permitido un mayor posicionamiento en el mercado.
- Posee mercados importantes como es la mayoría de los colegios de García Rovira y norte y Gutiérrez, municipios de la región y comunidad en general, lo que le permite ganar prestigio.
- Disponibilidad de la mano de obra capacitada en la región, lo que permite disminuir los costos de producción.
- El clima de la región y la manera informal de vestir de los habitantes le proporciona a la empresa un mayor volumen de ventas.
- La ubicación estratégica de la empresa le permite a los clientes encontrarla con facilidad.

3.3 FORTALEZAS

- Cuenta con un personal idóneo para desarrollar las actividades y metas propuestas, dado que se han capacitado en instituciones de alta calidad y en programas de mejoramiento en la producción y servicio al cliente.

- Tiene definido con claridad los procesos de fabricación del producto, lo que le da facilidad al cliente en la elección del diseño de su prenda.
- La atención esmerada al cliente y el buen servicio les permite tener un mercado en crecimiento.
- El profesionalismo y capacitación de los propietarios, disponibilidad de maquinaria de alta tecnología, ofrece una producción única que satisface el mercado.

3.4 AMENAZAS

- El orden público con el que cuenta la zona, lo cual no permite a la empresa tener un desarrollo normal y tener un mercado estable.
- La competencia desleal del micro-empresario debido a que adquieren la materia prima en “DEPORTIVOS Y MÁS”, fabrican la prenda y la venden a un costo inferior, es decir no hay valoración de costos por parte de la competencia.
- Las vías de comunicación para poder adquirir la materia prima, ya que estas son de difícil acceso y el transporte es demorado, corriendo el riesgo de quedar mal ante los clientes.

3.5 MATRIZ DOFA

| | | |
|---|--|--|
| <p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p> | <p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <p>*Personal especializado e idóneo para desarrollar actividades y metas propuestas *definición clara del proceso de producción que le facilita al cliente solución inmediata en diseño de la prenda *profesionalismo y capacitación de los propietarios, así como disponibilidad de maquinaria, ofrece una producción única y estratégica que satisface en forma global las expectativas del cliente</p> | <p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <p>* No pese un sistema contable bien implementado que le permita en determinado momento ver la rentabilidad de la empresa de forma precisa *No dispone de la materia prima en la zona dado que se tiene que transportar de la ciudad de Bucaramanga y Bogotá, incurriendo en mayores gastos e incrementando el valor del producto *No posee un empaque para la envoltura del producto</p> |
| <p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>*no existe en la región ninguna otra empresa con la tecnología y la capacidad de producción *Posee mercados importantes como es la mayoría de los colegios de García Rovira y norte y Gutiérrez, municipios de la región y comunidad en general *Disponibilidad de la mano de obra capacitada en la región *El clima de la región y la manera informal de vestir de los habitantes *La ubicación estratégica de la</p> | <p style="text-align: center;">FO</p> <p>*posee habilidad para ser más competitiva por los recursos posee tanto humanos como tecnológicos *tiene gran variedad de diseños que el personal a su servicio puede aprovechar en atención al cliente, buscando su fidelidad</p> | <p style="text-align: center;">DO</p> <p>*puede trazar objetivos claros y estratégicos, de manera que obtenga beneficios para amortiguar costos *ubicación estratégica donde los clientes la identifiquen *con facilidad, obteniendo un mercado más fuerte frente a la competencia</p> |
| <p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <p>*El orden público con el que cuenta la zona, lo cual no permite a la empresa tener un desarrollo normal y tener un mercado estable. *La competencia desleal del micro-empresario debido a que adquieren la materia prima en "DEPORTIVOS Y MÁS", fabrica la prenda y la venden a un costo inferior, es decir no hay valoración de costos por parte de la competencia. *Las vías de comunicación para poder adquirir la materia prima, ya que estas son de difícil acceso y el transporte es demorado, corriendo el riesgo de quedar mal ante los clientes.</p> | <p style="text-align: center;">FA</p> <p>*por poseer una visión clara del proceso de producción le permite dar seguridad tanto a los clientes actuales como a los potenciales de manera que sean fieles a nuestra empresa *al contar con maquinaria de alta calidad, los clientes lo prefieren por innovación y diseño permitiéndole realizar el trabajo a medida que se obtiene la materia prima, mostrándose el cliente comprensivo</p> | <p style="text-align: center;">DA</p> <p>Implementación de un sistema contable para poder definir claramente las utilidades y reinvertir nuevamente para un aumento de inversión ligado al crecimiento que logre sacar partido a la competencia Para una mejor comercialización del producto se hace necesaria la elaboración de un empaque que lo identifique a primera vista, logrando así más clientes, para el éxito de la empresa</p> |

4. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

4.1 ÁREA GENERAL DE LA EMPRESA

4.1.1 RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA

LA razón social es “DEPORTIVOS Y MÁS” es una empresa particular derivada de “DEPORTIVOS OLIMPIA” que cuenta con un único dueño, el propietario es la persona responsable de todas y cada una de las actividades y decisiones que tomen dentro de la empresa.

4.1.2 LA MISIÓN

“Esta es una empresa que tiene como propósito satisfacer las necesidades deportivas y culturales a través de la fabricación y comercialización de ropa deportiva con calidad y buen servicio, de igual forma promover el progreso y desarrollo regional.

4.1.3 LA VISIÓN

“Deportivos y más” es una microempresa “que trabaja para ser reconocida por la inmejorable calidad y diseño de sus prendas, artículos e implementos deportivos, buscando un mayor posicionamiento y rentabilidad en los mercados, generando satisfacción total en sus clientes.

4.1.4 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

“DEPORTIVOS Y MÁS” es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de ropa deportiva entre los cuales tenemos:

- Camisetas
- Sudaderas
- Chaquetas
- Pantalinetas
- Pantalones
- Chalecos
- Buzos

- Lycras
- Trajes de mayo
- Batas
- Esqueletos...

...y otros diseños exclusivos de última moda en el ramo deportivo, los anteriores implementos se elaboran sobre pedido de los clientes. Con base en medidas y moldes (por tallas desde la más pequeña hasta la más grande). Con nuestras prendas intentamos adentrar en una nueva forma de vida basada en un estilo moderno y desenfadado. "Nuestra imagen lo hará diferente"

De igual manera comercializa productos deportivos con un almacén de exhibición y ventas a la entrada de la planta de producción.

Entre los elementos ofrecidos podemos destacar:

- Raquetas
- Balones de futbol, básquet, voleibol, tenis, microfútbol
- Guantes
- Pimpones
- Rodilleras
- Vendas elásticas
- Escudos para colegio
- Mallas

- Zapatos
- Medias
- Gorros
- Cachuchas
- Pitos
- Cronómetros...

...y demás implementos deportivos necesarios para practicar el deporte en todas las ramas con maquinaria de alta calidad y materia prima traída desde la ciudad de Bucaramanga, Bogotá, Cali, Medellín, con una calidad que garantiza la excelencia y durabilidad de la prenda.

4.1.5 CONFORMACIÓN JURIDICA

“Deportivos y más” es una organización de régimen simplificado, con un único propietario (Elsa Marina Barajas Zabala), que cuenta con todos los aspectos legales requeridos para su funcionamiento.

4.2 ÁREA DE MERCADEO

El productor debe intentar diseñar y producir bienes de consumo que satisfagan las necesidades del usuario. Con el fin de descubrir cuáles son éstas, se utilizan

los conocimientos de mercadeo. Al principio se limitaba a intentar vender un producto que ya estaba fabricado, es decir, la actividad de mercadotecnia era posterior a la producción del bien y sólo pretendía fomentar las ventas de un producto final. Ahora, el marketing tiene muchas más funciones que han de cumplirse antes de iniciarse el proceso de producción; entre éstas, cabe destacar la investigación de mercados y el diseño, desarrollo y prueba del producto final.

El mercadeo se concentra sobre todo en analizar los gustos de los consumidores, pretende establecer sus necesidades y sus deseos e influir su comportamiento para que deseen adquirir los bienes ya existentes, de forma que se desarrollan distintas técnicas encaminadas a persuadir a los consumidores para que adquieran un determinado producto. La actividad del mercadeo incluye la planificación, organización, dirección y control de la toma de decisiones sobre las líneas de productos, los precios, la promoción y los servicios postventa. En estas áreas el marketing resulta imprescindible; en otras, como en el desarrollo de las nuevas líneas de productos, desempeña una función de asesoramiento.

La empresa “DEPORTIVOS Y MÁS” es una industria manufacturera, que se caracteriza y reconoce por la exclusividad, calidad y responsabilidad en todos los compromisos.

La ubicación de la empresa es la calle 13 # 9-53 de la ciudad de Málaga, Provincia de García Rovira, departamento de Santander, República de Colombia; sus instalaciones están diseñadas y adecuadas para que la eficiencia forme parte del servicio (ver anexo #09).

4.2.1 EL PRODUCTO

Se conoce como una línea de productos a aquellos bienes que, aun siendo iguales en apariencia, es decir, con un mismo estilo o diseño, difieren en tamaño, precio y calidad. Las líneas de productos deben responder a las necesidades y gustos de los consumidores.

Para poder desarrollar una con ciertas posibilidades de éxito comercial, el departamento de mercadeo realiza una investigación para analizar el comportamiento de los consumidores. El cambio de las costumbres y del estilo de vida tiene una influencia directa sobre las ventas de los productos. Por ejemplo, la tendencia hacia una forma de vestir cada vez más informal ha cambiado por completo el estilo de la ropa, beneficiando a nuestra organización.

El ciclo de vida de un producto requiere un estudio detallado. Todos los productos pierden con el tiempo su atractivo inicial derivado de la novedad. Los productores también pueden acelerar la caducidad del producto al introducir otros nuevos con características más modernas. Hoy los consumidores no sólo esperan que aparezcan productos novedosos, sino que reaccionan de modo positivo a las mejoras e innovaciones productivas. Esto influye en la duración de los artículos que, a su vez, repercute en los costes y, por tanto, en el precio final. La competencia entre productores que fabrican artículos parecidos acelera la

aparición de otros con nuevas características. “DEPORTIVOS Y MÁS” es una empresa que está abierta a las sugerencias de los clientes y día tras día busca la innovación y creatividad para sus diseños es decir, no se deja vencer por la rutina y la costumbre.

“DEPORTIVOS Y MAS” en la actualidad está ofreciendo una línea deportiva, de calidad, resistente y confiable en la tela que solicite el cliente, entre estas podemos mencionar:

- Algodón perchado Pat Primo
- Algodón olímpico
- Algodón Seúl
- Adidas
- Active
- Lacoste
- Sprite
- Turín
- Champion...

Entre los productos ofertados encontramos:

- Sudaderas, camisetas, pantalonetas
- Conjuntos deportivos
- Uniformes de futbol, baloncesto, tenis, voleibol, etc....
- Uniformes para gimnasia y porristas
- Chaquetas para dotaciones empresariales e interinstitucionales

- Dotación de uniformes para empresas
- Confección en general de todo tipo de prendas deportivas
- Distribución de toda clase de implementos para la práctica deportiva
-

Además, comercializa y distribuye los siguientes productos:

- Raquetas
- Balones de fútbol, básquetbol, voleibol, tenis de mesa y de campo, microfútbol.
- Guantes
- Rodilleras
- Vendas elásticas
- Bordados
- Estampados
- Mallas
- Zapatos (guayos, zapatillas y tenis)
- Medias
- Gorras
- Pitos
- Cronómetros
- Tarjetas de árbitro
- Gafas de natación
- Ajedreces

- Canilleras
- Tobilleras
- Musleras
- Muñequeras
- Tapa oídos
- Brazaletes para capitán
- Freesbies
- Reglamentos deportivos
- Pelotas anti stress
- Suspensorios
- Correctores de postura, etc.

4.2.2 ELABORACIÓN DEL PRODUCTO

La elaboración de los productos se basa en los diseños hechos por computador y solicitados por el cliente, así como por moldes, fotos presentadas en catálogos, entre otros.

El cliente elige el color, diseño, calidad de los materiales (esto para los trajes deportivos); en cuanto a la línea de accesorios deportivos que se comercializan, los productos se traen de Bucaramanga, Bogotá, Cali y Medellín principalmente.

4.2.3 TAMAÑO

Se define sobre medidas, estilos, presentación y comodidad del cliente, un factor importante en el producto es **la moda**, dado que tiene el departamento de diseño sistematizado y siempre está a la vanguardia en todos los aspectos relacionados con ello.

Sus cortes son sobre medidas y con moldes variados y tallados según la contextura del cliente

4.2.4 LA MARCA

Es una de las variables estratégicas más importantes de una empresa ya que día a día adquiere un mayor protagonismo. No hay que olvidar que vivimos actualmente una etapa bajo el prisma del marketing de percepciones y por tanto resalta la marca frente al producto. Para estar bien posicionados en la mente del consumidor y en los líderes de opinión, la marca de nuestra compañía debe disfrutar del mayor y mejor reconocimiento en su mercado y sector.

Según la *Asociación Americana de Marketing*, marca es un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño, o una combinación de alguno de ellos que identifica productos y servicios de una empresa y los diferencia de los competidores. Pero, la marca no es un mero nombre y un símbolo, ya que, como comentaba anteriormente, se ha convertido en una herramienta estratégica dentro

del entorno económico actual. Esto se debe, en gran medida, a que se ha pasado de comercializar productos a vender sensaciones y soluciones, lo que pasa inevitablemente por vender no sólo los atributos finales del producto, sino los intangibles y emocionales del mismo.

Podríamos decir que la marca se forma por la unión de dos factores:

- La identidad corporativa
- La imagen corporativa

4.2.5 EL EMPAQUE

En esta empresa no han definido un empaque que caracterice sus productos, estos son empacados en bolsas plásticas transparentes la que permite ver las características del producto.

4.2.6 LA MARQUILLA

En la actualidad cuenta con una marquilla que va adherida a todas las prendas fabricadas por deportivos y más y es de fácil identificación por parte del cliente, la cual se elabora en un material de alta resistencia para evitar que esta pierda contextura con el uso de la prenda (Anexo # 11).

4.2.7 EL PRECIO

Los dos determinantes principales del precio son los costos de producción y la competencia. No resulta rentable vender un producto a un precio inferior a los costos de producción, pero es imposible hacerlo a un precio superior al de los bienes similares. No obstante, existen muchos otros factores que determinan el precio final. La política de la empresa puede exigir que se venda a un precio que minimiza los beneficios en las nuevas líneas de productos, o se puede bajar mediante descuentos para vender mayor cantidad.

Existen normas sobre la competencia que impiden a los productores fijar una cuantía máxima del precio de venta final. No obstante, algunos fabricantes logran controlar el precio de venta final al ser propietarios de los puntos de venta al por menor, pero esto sólo ocurre en contadas ocasiones.

Por otra parte, algunos gobiernos intentan limitar la competencia en precios para favorecer a los pequeños empresarios que no pueden competir con las grandes empresas. Por ello, las decisiones que toma el departamento de mercadeo sobre precios deben ser revisadas por el departamento jurídico de la compañía.

El precio para los productos de “DEPORTIVOS Y MÁS” está basado en los costos de producción en los cuales influye el uso de:

- Tela
- Broches
- Caucho
- Confección
- Bordado/Estampado
- Corte
- Utilidad

Los precios son flexibles de acuerdo a los ingresos del cliente a quienes se les plantean diferentes diseños y texturas, teniendo en cuenta que este precio debe superar los costos y obtener las utilidades para la empresa.

También se determinan mediante la demanda, los precios de la competencia, lo que permite que haya varias opciones en la fijación de la política de precios y descuentos.

4.2.8 LA CALIDAD

“DEPORTIVOS Y MÁS” se basa en la calidad fundamentalmente para la elaboración de sus productos, que se valora desde la calidad en el recurso

humano, hasta la calidad en la atención al cliente. El propósito de la organización es obtener la materia prima garantizada y la mejor maquinaria para la elaboración correcta de los productos, bajo el lema **“COMPETIMOS CON CALIDAD E INNOVACIÓN”**

La garantía de la calidad de los productos se desarrolla bajo la calidad de materia prima y otros materiales, los cuales son sometidos a un control para garantizar una producción sin defecto, además de la capacidad del personal que labora en la empresa y las normas establecidas para asegurar la máxima confiabilidad hasta en los detalles más pequeños; también se verifica y se chequea cada producto terminado.

La calidad en **“DEPORTIVOS Y MÁS”** hace énfasis en ofrecer la mejor relación calidad-precio. Por ello y atendiendo a las demandas del mercado, junto a prendas confeccionadas que cumplan con la garantía de calidad que es un requisito de compra para nuestros proveedores, se fabrican prendas con nombres y apellidos, escudos, logotipos, good will y cualquier diseño innovador del cliente, ya que son los mismos clientes quienes los solicitan, teniendo una incidencia cada vez mayor en las ventas; lo que nos indica que la disponibilidad que se tiene para colmar las expectativas de los clientes, es una gran fortaleza de **“DEPORTIVOS Y MÁS”**.

4.2.9 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

“DEPORTIVOS Y MÁS” es responsable de la distribución física de los productos, establece los canales de distribución a utilizar y supervisa el transporte de bienes desde la fábrica hasta el almacén, y de ahí, al punto de venta final.

Un canal de comercialización, algunas veces conocido como canal de distribución, es la ruta tomada por la propiedad de las mercancías, a medida que estas se mueven del productor al consumidor final o al usuario industrial. Un canal incluye tanto al productor como al consumidor final del producto, así pase por diferentes intermediarios o agentes.

El canal para un producto se extiende hasta la última persona que lo compra, sin hacerle cambios a la forma; cuando la forma del producto se altera y surge otro producto, inicia un nuevo canal. En “DEPORTIVOS Y MÁS” los canales de distribución más utilizados son:

4.2.9.1 PRODUCTOR – CONSUMIDOR

Este es el canal de distribución más corto y simple para los bienes de consumo, sin ningún intermediario. Los productos se distribuyen directamente en la

empresa donde los productos son vendidos al consumidor, también son vendidos mediante pedidos telefónicos es decir, a domicilio.

4.2.9.2 PRODUCTOR – DETALLISTA – CONSUMIDOR

Grandes detallistas compran directamente a “DEPORTIVOS Y MÁS” convirtiéndose en intermediarios del producto en otros lugares de la región, tales como el Cerrito, Capitanejo, Concepción y próximamente se desplazará a la totalidad de los municipios de García Rovira, Norte y Gutiérrez.

Igualmente comercializa sus productos mediante encargo, es decir el cliente acude al punto de fábrica a manifestar a la diseñadora lo que desea que le sea confeccionado ya sea un pantalón de sudadera, un buzo, una pantaloneta o cualquiera de nuestros productos, fijando la fecha de su entrega.

4.2.10 PUBLICIDAD

La publicidad, la venta directa y la promoción de ventas son los principales métodos utilizados para fomentar la venta de un artículo.

El principal objetivo de la publicidad consiste en dar a conocer el producto y convencer a los consumidores para que lo compren incluso antes de haberlo visto o probado. La mayoría de las empresas consideran que la publicidad es esencial para fomentar las ventas, por lo que destinan cuantiosas sumas de sus presupuestos para contratar agencias de publicidad especializadas. Al mostrar de forma reiterada al consumidor a través de los anuncios la representación del producto, la marca registrada y otras características, los profesionales de la publicidad confían en atraer al usuario a la compra del artículo promocionado.

La publicidad utiliza sobre todo la televisión, la radio y los paneles publicitarios; los periódicos, las revistas y los catálogos; así como el envío de publicidad por correo. Durante los últimos años las agencias de publicidad han unificado sus esfuerzos para aumentar su tamaño y su alcance, de forma que pueden ofrecer a sus clientes campañas publicitarias a escala mundial.

El objetivo de la promoción de ventas es complementar y coordinar la publicidad con la venta directa; ésta es una faceta cada vez más importante dentro del mercadeo.

Suele ser necesario cooperar de una forma estrecha con los vendedores. Para ello, se crean dispositivos de ayuda al comercial y programas de publicidad coordinados. Así mismo hay que instruirle sobre las características específicas del

producto. Desde el punto de vista del consumidor la promoción de ventas incluye ciertas actividades típicas del área de comercialización, como son los cupones de descuento, los concursos, regalos y ofertas especiales de precios.

Para atraer los clientes, en “DEPORTIVOS Y MÁS” es muy importante la disponibilidad, la imagen y reputación. Esta empresa patrocina grupos deportivos que participan en olimpiadas regionales, departamentales, nacionales e internacionales.

La publicidad esta dada en medios radiales ya que es el medio más eficaz en la región ya que sus ondas llegan a los rincones más apartados de la provincia y de todo el departamento, donde se comunica a los clientes las innovaciones y las modas.

Además la publicidad se realiza de la siguiente manera:

- En el punto de venta mediante un aviso publicitario que cuenta con las especificaciones y detalles correspondientes.
- Mediante tarjetas publicitarias de diferentes modelos que se entregan a las personas de la región que en algún momento de su vida puedan llegar a necesitar nuestros servicios.
- Mediante la distribución de catálogos y revistas que estarán a disposición de los clientes los cuales promocionan nuestros productos.

4.2.11 ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA

4.2.11.1 LA OFERTA

Actualmente DEPORTIVOS Y MÁS cuenta con una gran participación en el mercado que ofrece productos deportivos de alta calidad, con innovación y buen servicio a los clientes; estos productos están determinados por la demanda que se produce, dado que su fabricación se hace sobre el pedido de los consumidores.

4.2.11.2 LA DEMANDA

Los consumidores de los trajes deportivos fabricados por “DEPORTIVOS Y MÁS” en la ciudad de Málaga son principalmente los estudiantes de los colegios de la provincia de García Rovira los diferentes municipios entre los que podemos mencionar; el municipio de Capitanejo, Carcasi, Cerrito, Concepción, Enciso, Guaca, Macaravita, Málaga Molagavita, San Andrés, San José de Miranda y San Miguel; los institutos municipales de deportes a nivel de municipios, asociaciones de la tercera edad, (estos grupos utilizan estos trajes por su comodidad a la hora de practicar su deporte favorito); empresas patrocinadoras de los diferentes deportes de la provincia, entre las que podemos mencionar a LACTEOS ROVIRENSES, COMULTRASAN, SENA, FRESKALECHE, ADMINISTRACIONES MUNICIPALES, entre otras. También se dan los casos de que adquieren los

productos individualmente, para realizar cualquier deporte, por su comodidad, descanso u otra actividad.

| MUNICIPIO | DEMANDA (%) | OFERTA (%) |
|------------------|--------------------|-------------------|
| ENCISO | 10 | 10 |
| CAPITANEJO | 7 | 7 |
| MALAGA | 30 | 30 |
| MIRANDA | 10 | 10 |
| COVARACHIA | 10 | 10 |
| MOLAGAVITA | 3 | 3 |
| SAN ANDRES | 5 | 5 |
| CERRITO | 15 | 15 |
| BOYACÁ | 10 | 10 |
| OTROS CLIENTES | 20 | 20 |

Otros consumidores de los trajes deportivos fabricados por DEPORTIVOS Y MÁS en la ciudad de Málaga son:

- Colegios de la provincia de García Rovira.
- Los diferentes municipios de la provincia de García Rovira e institutos municipales de la región.
- Asociaciones de la tercera edad.
- Empresas patrocinadoras de diferentes deportes.
- Docentes.

- Comunidad en general.

4.2 AREA DE PRODUCCION (ESTUDIO TECNICO “DEPORTIVOS Y MÁS”)

Los medios utilizados en los procesos de producción de forma habitual son: la tierra; el trabajo y el capital; a veces se considera que la función empresarial es el cuarto factor de producción. La disponibilidad relativa de estos factores en un país es uno de los aspectos más determinantes de la inversión y el comercio internacional. Para que una empresa logre sus objetivos tiene que conseguir la mejor combinación de los factores de producción disponibles. Esta combinación variará a lo largo del tiempo y dependerá de la necesidad de crecimiento, de la disponibilidad de mano de obra cualificada y de la experiencia de los gestores, de las nuevas tecnologías y de los precios de mercado de los distintos factores de producción. Deportivos y más no es ajeno a este concepto.

4.2.1 TAMAÑO DE LA PLANTA FISICA

En la actualidad “DEPORTIVOS Y MÁS” cuenta con una planta física de 16.20mts por 19.30mts es amplia para producción y el buen desarrollo de sus operaciones.

Debido a las necesidades de expansión de la empresa, posee una superficie provista de todo lo necesario para el adecuado desarrollo de la actividad de la empresa, en su interior tienen lugar todos los eslabones del proceso productivo desde que llega la materia prima hasta que salen los productos totalmente confeccionados. En este mismo local se encuentra un almacén para los productos terminados y las oficinas de la empresa. Por tanto podemos decir que la actividad de la empresa se encuentra centralizada en las instalaciones de este polígono industrial.

La planta está diseñada de la siguiente manera:

El área de producción está compuesta por:

- área de exhibición y ventas: 4x5.70mts
- área de producción: se encuentra distribuida así:
- sección de corte
- sección para la ubicación de la materia prima
- telas, cuellos, cauchos, cordones, hilazas
- sección de diseño
- sección de bordado
- sección de estampado
- pinturas, bastidores, papel (área de estampado)
- sección de confección
- sección de fileteado y cosido
- sección de planchado

4.3.2 MACRO-LOCALIZACION

Empresa localizada en la República de Colombia, departamento de Santander, provincia de García Rovira en la ciudad de Málaga, siendo esta capital de la provincia que permite mayor facilidad para la adquisición de la materia prima por el transporte y la comunicación con otras ciudades.

4.3.3 MICRO-LOCALIZACIÓN

La planta física está ubicada en la calle 13 # 9-53 en el centro de la ciudad, a media cuadra del parque principal donde permite la fácil ubicación de los clientes.

4.3.4 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN EN “DEPORTIVOS Y MÁS”

En la empresa “Deportivos y más” se realiza el siguiente proceso para elaboración de la ropa deportiva, de acuerdo a las políticas trazadas por la empresa, según la secuencia de las operaciones así:

- realizar el pedido de materia prima
- recibir y revisar la materia prima

- doblado de la tela, ya que llegan rollos muy grandes y desdoblados teniendo que adecuarlos al sitio de ubicación para un mejor control y mayor comodidad.
- Registro: en la fecha, la cantidad de la tela recibida en metro se registra en la tarjeta de kardex de acuerdo a la marca, textura, color, etc.
- Ubicación de las demás materias primas recibidas como son pinturas, hilazas, cuellos, etc.
- **MEDICION:** la realiza la confeccionista, teniendo en cuenta el diseño, la textura, el color.
- **CORTE:** este se realiza sobre moldes o sobre medidas y por lo general se corta en el mismo día el diseño, la clase de tela y el color, es decir se trabaja la homogeneidad del producto.
- **ESTAMPADO:** este puede ser estampado en plastisol o estampado en maquina transfer (sublimatico)
- **BORDADO:** Se hace en una máquina industrial sistematizada de alta tecnología
- **ENSAMBLE:** Se lleva a cabo en las diferentes máquinas industriales de la empresa como fileteadora, máquina de dos agujas, máquina plana, máquina collarín, etc.
- **ENCAUCHADO:** se le realiza por lo general en el pantalón y cuando el cliente lo desea en el bozo.
- **BROCHES:** se pasa a la maquina abrochadora donde se eligen los colores de los broches y esta los adiciona a la prenda.

- **INSPECCION:** se realiza una auditoria a la prenda para verificar que este perfectamente bien fabricada
- **PLANCHADO:** para darle mayor acentuación y presentación a la prenda deportiva esta debe ser planchada.
- **DOBLADO:** se dobla la prenda teniendo en cuenta la buena presentación para el cliente
- **EMPACADO:** se empaca la prenda en una bolsa blanca transparente
- **ALMACENADO:** en el almacén de productos terminados

La gerente de la empresa manifiesta que a la fecha no existe diagrama de flujo de procesos consignados en ningún documento; ya que el proceso no es repetitivo, porque cada día se confeccionan diferentes diseños de prendas deportivas. Se realiza con base a procesos requeridos de acuerdo al prospecto de prenda. Los elementos se distribuyen en forma consecutiva de acuerdo a la operación que se realice, primero, que se realice en serie hasta obtener la fabricación de la prenda, en perfectas condiciones y que luego es trasladada a la sección de productos terminados, la cual no esta definida y organizada, por tal razón dificulta la entrega del producto de manera eficaz.

Es un proceso productivo intermitente, dado que se interrumpe y prosigue a intervalos y por unidad porque solo se fabrica únicamente las unidades solicitadas, y se mantiene un stock mínimo de inventario.

Además es un sistema abierto porque permite y admite sugerencias de innovaciones y cambios presentados para el mejoramiento del desarrollo del proceso productivo.

Según el aporte tecnológico, es un sistema de cambio de forma ya que la materia prima que entra al proceso, hacen parte de las variables de salida.

4.3.5 MAQUINARIA

La empresa “DEPORTIVOS Y MÁS” posee una maquinaria y tecnología excelente, lo que permite que la empresa sea rápida en su producción y brinde alta calidad en el producto terminado.

4.3.5.1 MAQUINAS FILETEADORAS

En “DEPORTIVOS Y MÁS” se poseen cuatro (4) máquinas fileteadoras e industriales, metálicas marca PFAFF de medidas 120cms. X 60cms, estas cumplen tres funciones importantes a mencionar.

- Filetear
- Coser
- Pulir

Estas funciones las realiza cada máquina al mismo tiempo. Posee un canal que traslada el desperdicio desde el punto del pie de la maquina hacia el piso, su capacidad de producción depende de la agilidad del trabajador.

4.3.5.2 MÁQUINAS PLANAS

Posee también cuatro (4) maquinas planas industriales marca PFAFF de medidas 1.20cm x 60cm, son maquinas de puntada recta únicamente, y de capacidad para trabajo pesado, poseen soportes de colocar hilazas, trabajan con luz trifásica a 100 y hasta 220wts. Se utiliza 8 a 10 la horas, de trabajo normal.

4.3.5.3 MÁQUINAS COLLARÍN

Son unas máquinas metálicas industriales marca PFAFF, referencia kansail especial, trabajan con dos agujas, son de doble puntada y son también encauchadoras. Posee varios soportes para hilazas y botones para encendido y apagado. Su característica principal es la de realizar trabajos pesados.

4.3.5.4 MAQUINAS SEMI – INDUSTRIALES

Son las máquinas metálica marca PFAFF, referencia Dual Feed , que posee varias teclas que definen funciones como:

- Pegar,
- Hacer ojales
- Hacer encauchados
- Puntadas decorativas

4.3.5.5 MÁQUINAS ESTAMPADORAS TRANSFER

Son maquinas marca MAQUISAN de una industria nacional en la cual se realiza el estampado transfer sublimático, garantizando la calidad y la duración de la prenda, esta máquina ocupa un espacio para realizar el trabajo de 6mts² y este trabajo lo realiza en 40 segundos, se usa por periodos de tiempo según la demanda del producto, trabaja con luz trifásica a 220wts y el papel utilizado es especial para transfer de calibre 70 (Ver anexo 18)

4.3.5.6 MAQUINAS DE ESTAMPADO PLASTISOL

Son unas maquinas que ocupan un área de trabajo de 1m² y 3mx2m su función es de ser termo – fijador, es decir como una plancha de vapor, que fija la pintura a la prenda.

También se utiliza para planchar el producto terminado, cuando se le quiere dar una mejor presentación final. Se usa por periodo de tiempo a la demanda.

Este estampado en plastisol es FOTOSCREEN el cual se estampa manualmente, esparciendo la tinta sobre la tela con una rasqueta.

4.3.5.7 COMPUTADOR GATEWAY, SONY VAIO, ACER, COMPAC CON IMPRESORAS A COLOR.

Este equipo es utilizado por un operario para elaborar diseños, por ejemplo escudos, logos, letreros, nombres o cualquier clase de publicidad para luego ser impresos y estampados en la prenda.

4.3.5.8 PLOTTERS DE SUBLIMACIÓN

Son dos (2) Plotters marca EPSON, encargados de realizar la impresión de sublimación para poliéster o algodón.

Cada uno de ellos se maneja virtualmente desde los equipos (portátiles) mencionados, con un software especializado.

4.3.5.9 MÁQUINA BORDADORA INDUSTRIAL

Es una máquina bordadora sistematizada marca Brother, con su correspondiente software de diseño de bordado, manejado desde un computador dedicado especialmente para ello, desde el cual se dan las instrucciones de las respectivas imágenes a bordar.

Además, se cuenta con cortadoras eléctricas, máquinas fijadoras de broches, mesas de corte, maquinaria y equipo de oficina

4.3 ÁREA FINANCIERA

La empresa “DEPORTIVOS Y MÁS” no tiene una organización administrativa definida; sólo cuenta con un programa de costos los cuales ayudan a determinar los precios de los productos que se ofrecen en venta.

Además no posee un sistema de seguridad industrial con el fin de evitar riesgos a los invitados y clientes de la empresa. Tampoco cuenta con la respectiva señalización por secciones en la planta de procesos.

En la actualidad la empresa cuenta con 7 empleados confeccionistas, quienes laboran con una jornada diaria de ocho horas y reciben un salario mensual por el trabajo realizado, es decir el pago es a destajo.

5. ESTRATEGIA DE MEJORAMIENTO POR ÁREAS DE LA EMPRESA

5.1 DEFINICIÓN

Una vez realizado el diagnóstico de la empresa “Deportivos y más”, se hace necesario organizar la parte administrativa, implementar un modelo guía para registrar la parte contable, y un sistema de señalización para la planta de proceso, ampliar el mercadeo para lograr que esta empresa continúe con su buen desempeño y desarrollo en el municipio de Málaga, en Santander y a nivel Nacional.

5.2 OBJETIVOS

- Organizar la parte administrativa de la empresa que permita ofrecer un buen servicio al cliente.
- Mejorar el sistema de mercadeo de la empresa, mediante el diseño de un empaque, catálogos, volantes, buzón de sugerencias y portafolio de servicios y factores que incidan en la venta del producto.

- Reorganizar la planta de procesos para brindar mayor calidad, a menor costo en el menor tiempo posible.
- Elaborar e implementar un sistema de señalización con el fin de evitar accidentes en la empresa ya sea por empleados, clientes y por ende responsabilidad de la empresa.
- Capacitar al personal para obtener un excelente servicio al cliente para que puedan satisfacer las necesidades en el momento oportuno.
- Elaborar un modelo guía del sistema contable a la empresa, para que los propietarios puedan registrar e identificar costos y de esta manera inicien su contabilidad, que les permita en cualquier momento ver la rentabilidad y producción de la empresa; diaria, mensual o anual.

6. ACCIONES DESARROLLADAS PARA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS POR ÁREAS

6.1 ÁREA GENERAL DE LA EMPRESA

Es necesario que en toda empresa exista en una forma clara y definida, su misión, organigrama, manual de funciones y reglamento interno de trabajo, que son el punto de partida del desarrollo empresarial y se da a conocer a todos los miembros de la organización para que con base en ellos se busque el crecimiento y se cumplan las metas trazadas a corto, mediano y largo plazo.

PROBLEMA

Falta de documentos escritos donde establezca la proyección y crecimiento de la empresa, indicando un plan de cargos para desarrollar las actividades.

JUSTIFICACIÓN

Debido al crecimiento de la empresa se debe establecer claramente las actividades con el fin de tener una proyección y crecimiento para beneficio tanto de ella, como de la región.

OBJETIVO

Desarrollar un sistema que le permita a su administradora, empleados y clientes identificar su proyección y su manera de desarrollar las actividades en pro de un excelente desarrollo y crecimiento.

SOLUCIÓN

Implementar una visión, misión, organigrama, manual de funciones y reglamento interno de la empresa para facilitar la ejecución de actividades y aprovechar el tiempo y los elementos disponibles, sin llegar al despilfarro de ellos.

DESARROLLO

Se procedió al diseño y redacción de lo antes mencionado en compañía de la propietaria para luego dar lugar a su aprobación, quedando de la siguiente manera:

6.1.1 LOGOTIPO



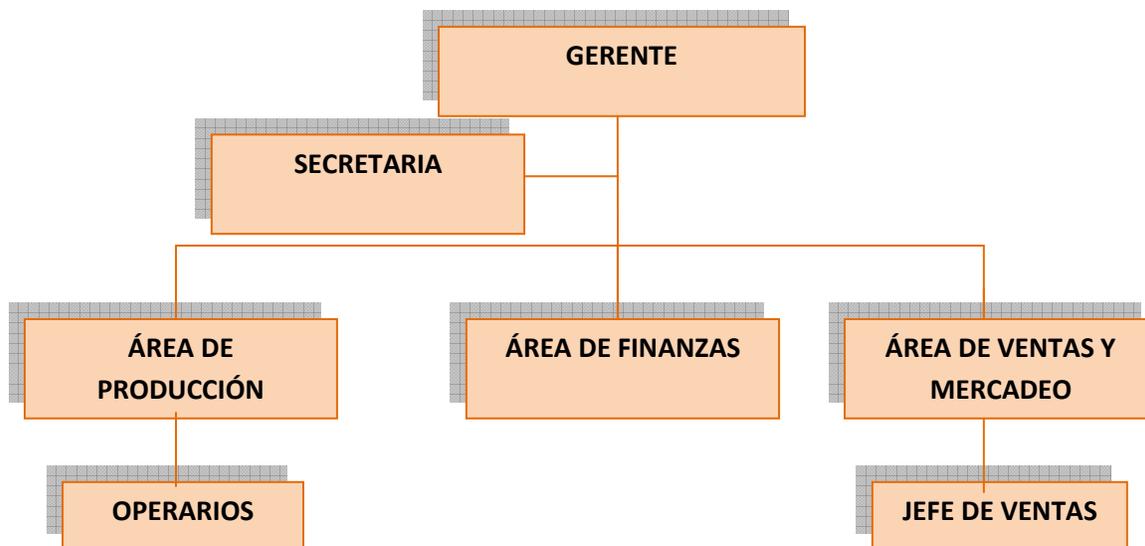
6.1.2. MISIÓN

“Esta es una empresa que tiene como propósito satisfacer las necesidades deportivas y culturales a través de la fabricación y comercialización de ropa deportiva con calidad y buen servicio, de igual forma promover el progreso y desarrollo regional.

6.1.3 VISIÓN

“Deportivos y más” es una microempresa “que trabaja para ser reconocida por la inmejorable calidad y diseño de sus prendas, artículos e implementos deportivos, buscando un mayor posicionamiento y rentabilidad en los mercados, generando satisfacción total en sus clientes.

6.1.4 ORGANIGRAMA PROPUESTO



6.1.5 MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

6.1.5.1 GERENTE

Será el mismo director ejecutivo nombrado por la asamblea de socios y por ende el representante legal de la empresa.

FUNCIONES

- Realizar las operaciones y celebrar los contratos necesarios
- Ordenar los gastos, pagos, y firmar cheques junto con el tesorero
- Ser el ejecutor de las decisiones tomadas por los propietarios
- Convocar a reuniones ordinarias y extraordinarias de la empresa
- Representar legalmente la empresa
- Presentar anualmente el balance general y demás estados financieros a los propietarios
- Análisis de los clientes y necesidades
- Análisis de la competencia.

6.1.5.3 SECRETARIA

Es la persona encargada de:

- Atender oportunamente llamadas telefónicas
- Atender pedidos y despachos de los clientes
- Realizar envíos de pedidos
- Transcribir notas mecanográficas
- Y demás funciones que el gerente designe

6.1.5.4 JEFE DE VENTAS

Es la persona encargada de realizar las ventas de los productos terminados de la empresa.

Funciones:

- Recibir y atender oportunamente los pedidos
- Ejecutar las ventas del producto
- Buscar y actualizar los mercados

6.1.5.5 OPERARIOS

Son las personas encargadas de ejecutar todos los procesos necesarios para la elaboración de los productos.

Funciones:

- Trazar
- Cortar
- Confeccionar
- Ensamblar
- Estampar
- Bordar
- Revisar
- Planchar
- Empacar

6.1.6 REGLAMENTO INTERNO

El reglamento que la empresa “DEPORTIVOS Y MÁS”. Es el siguiente:

- El horario de trabajo comprenderá 8 horas diarias, iniciando a las 8:00am. Y terminando a las 6:00 pm. Durante seis (6) días de la semana con 2 turnos diarios.
- La empresa convendrá con el trabajador (operario) lo relativo al salario que se dará por remuneración a la tarea desarrollada
- Todo trabajador deberá aportar utensilios necesarios para la seguridad y protección
- Los trabajadores deben tener disponibilidad para recibir y aceptar ordenes, e instrucciones, respeto y subordinación a los superiores, buenas relaciones con los compañeros de trabajo
- Manejo y responsabilidad con las maquinas e implementos

EVALUACION Y CONTROL

Una mayor eficiencia y productividad en los procesos administrativos y operativos, fortalecimiento en la calidad, mayor satisfacción de los clientes

6.2 AREA DE MERCADEO, PUBLICIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE

En esta área es importante establecer estrategias dado que de esto depende el mercado y ventas de los productos confeccionados, el posicionamiento en el mercado, el good will de la empresa y por ende la rentabilidad de la misma.

Por lo anterior se trabajó con los siguientes aspectos.

PROBLEMA

En el área del mercadeo se hace necesario el diseño del empaque, mayor publicidad a través de volantes, variedad de modelos, y el área de servicio al cliente, la falta de capacitación del personal en cuanto al aprendizaje y crecimiento de la cultura y la calidad y el mejoramiento continuo.

JUSTIFICACIÓN

Era necesario dentro de la empresa por su prestigio ser identificada claramente por los clientes en todos sus niveles, además de su progreso en el producto, durante el traslado y a la vez sirve como medio de publicidad.

Por ser el cliente la base fundamental de toda empresa, se le debe prestar mayor atención por parte de todos los integrantes de la compañía.

OBJETIVO

Optimizar la comercialización de las prendas diseñadas y de los productos deportivos de venta y capacitar a los empleados y demás personal de la fabrica en servicio al cliente y gerencia del servicio para saber cómo se debe atender al cliente como activo principal de la empresa y generar así compromiso y creación de valores corporativos en la empresa como creando innovación, mejoramiento continuo, contribuyendo a la competitividad de la empresa.

SOLUCIÓN

Se diseñó el empaque, bolsas ecológicas útiles y reutilizables personalizadas(en bioplástico) para reducir un negativo impacto ambiental y las tarjetas de

presentación de la empresa, para que el cliente pueda ubicar fácilmente el punto de fábrica donde se encuentran dichos productos.





Dar una capacitación a los empleados de la empresa para que identifiquen claramente un beneficio que conlleva a atender bien el cliente y satisfacer las necesidades.

DESARROLLO

Teniendo en cuenta la implementación de nuevas estrategias de mejoramiento y obteniendo información de la empresa, se diseñó un empaque de acuerdo a las características de “empresa deportiva” y así mismo dar información concreta de esta es decir diseñar la etiqueta.

La publicidad es un medio importante para incrementar las ventas en la empresa “Deportivos y más” por lo que recomendamos que se elaboren volantes los cuales fueron sugeridos por los autores de este trabajo por los siguientes medios:

- a través de volantes, a cada cliente los cuales fueron diseñados para ser impresos en papel de baja densidad en fondo celeste, donde se detalla el fondo de la empresa, los servicios que ofrece, la dirección y el teléfono.

Además, se propone implementar un portafolio de servicios que será diseñado en un material plastificado; en el cual el cliente pueda identificar plenamente la misión, visión y productos ofrecidos por la empresa.

Sabemos que a un producto le tiene que apoyar un gran servicio es por esto que se le debe dedicar el mayor esfuerzo a satisfacer a los clientes, cumpliendo no solo en la calidad, sino en dar un buen servicio a los mismos tratar cada día de mejorar para acortar los plazos de entrega, para ello se dispone de las instalaciones adecuadas en un emplazamiento ideal para evitar pérdidas de tiempo, por lo anterior se desarrolló el día 11 de Marzo una capacitación y proyección de un video sobre el tema de servicio al cliente, a todos los empleados de la empresa participaron 7 personas (ver anexo #) y posteriormente se adelantó otra conferencia sobre la seguridad industrial y salud ocupacional orientada por el señor Jairo Peña Pabón, con post grado en Salud Ocupacional, con excelentes herramientas para aplicación en la empresa.

Volviendo al tema, “servicio” es también buscar para nuestros clientes la mejor marca en telas y diseñar las mejores prendas para cubrir necesidades.

Todos los trabajadores de “DEPORTIVOS Y MÁS” saben lo importante que es para el cliente, el servicio de atención, por eso trabajan responsablemente en la elaboración de todos y cada uno de los productos confeccionados en la empresa.

La tarea es mejorar la calidad del servicio que brindamos para crear clientes satisfechos y leales a la empresa

Cualquier reclamo, novedad o consulta relacionada con el producto se puede realizar en el punto de venta o al correo electrónico, y el buzón de sugerencias ubicado en el punto de venta de la fábrica.

EVALUACIÓN Y CONTROL

Como resultado un personal consiente del beneficio que tiene la atención al cliente, comprometidos con el logro de los objetivos propuestos desarrollando su creatividad e innovación y trabajando día a día por el engrandecimiento de la

empresa de la cual hacen parte, es decir ejercen un engrandecimiento, de la empresa a la cual hacen parte, es decir ejercen un engrandecimiento en su personalidad.

En lo que se refiere al área de mercadeo dejamos a criterio de la propietaria para que decida cuando lo va a implantar.

6.3 ÁREA DE PRODUCCIÓN

En el área de producción es necesario implementar estrategias dado que de ahí depende la calidad del producto y la satisfacción del cliente.

6.3.1 mejoramiento en la distribución de la planta física

PROBLEMA

Falta una distribución adecuada en la planta de proceso, determinar un sitio especial, para la oficina y dar una mejor presentación e imagen, delimitando el área de vistiere, para dar comodidad al cliente en la prueba de la prenda.

SOLUCIÓN

Realizar una mejor distribución de la planta física y de esta manera aprovechar al máximo el tiempo sin despilfarros del mismo.

OBJETIVO

Optimizar la eficiencia y la productividad de los procesos operativos y productivos para de esta manera aprovechar al máximo el tiempo, en transporte de materia prima, para una entrega rápida de los productos terminados además de dar mejor imagen a la empresa.

JUSTIFICACIÓN

Por tratarse de una empresa de producción reconocida en la región se hace necesario organizar los procesos, además de una mejor presentación de la empresa.

DESARROLLO

Se desarrollo el día 29 y 30 de Octubre del 2009 contando con la colaboración de la propietaria de la empresa. Lo que se realizó fue la reubicación de acuerdo al plano que se propuso, quedando los estantes de la materia prima, ubicados horizontalmente, de tal manera que el almacén fuera sección aparte de la producción, pasados 8 días, el personal que allí labora, no pudo adaptarse al cambio, por lo anterior se hizo una nueva distribución, para ello se reubicó la materia prima junto a las paredes de la planta de producción, se trasladó el despacho de la oficina a un cuarto de la parte izquierda de la planta de producción, destinado exclusivamente para efectuar actividades comerciales y de administración.

Se hizo la ubicación del vistiere en el área izquierda del almacén que permite a los clientes mayor rapidez en la prueba de las prendas, el cual tuvo un costo de \$150.000, cancelada por la empresa.

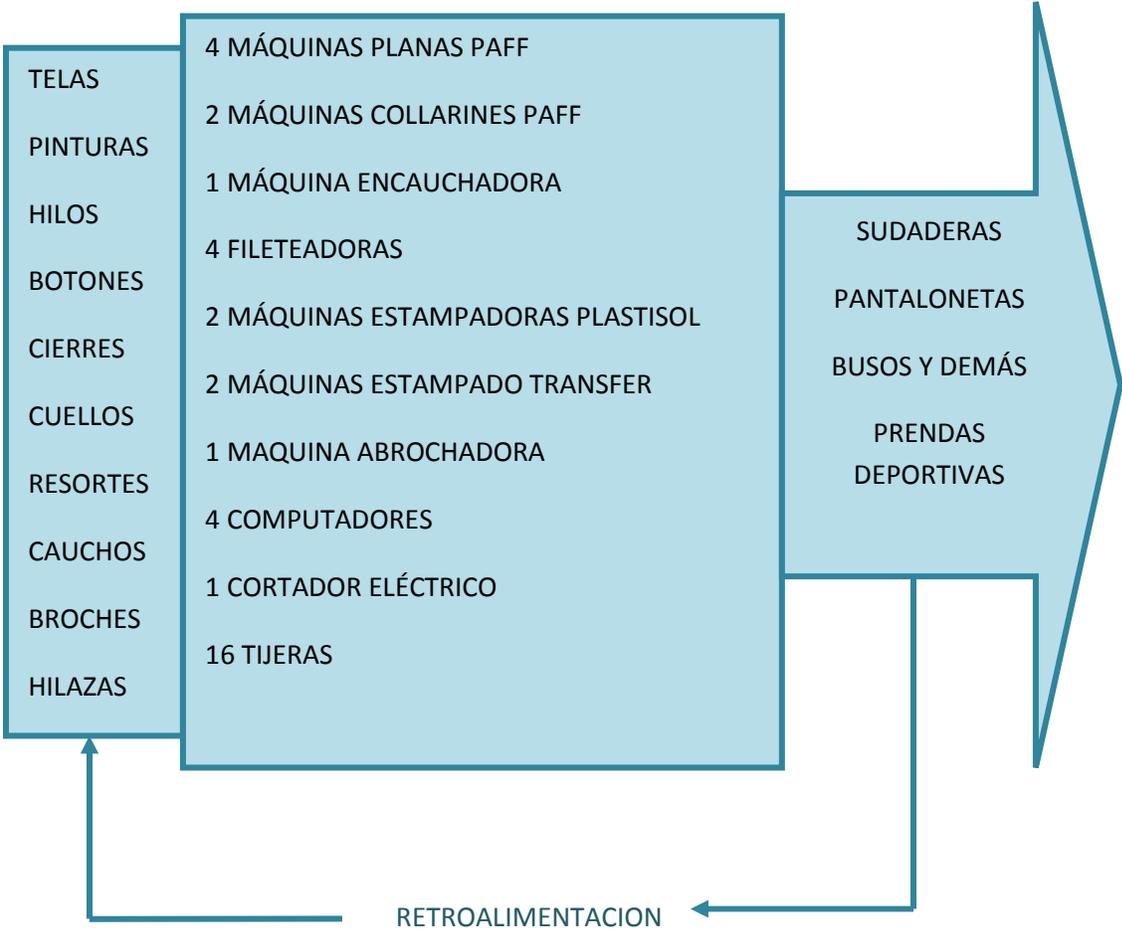
Además se realizó la ubicación de las maquinas de producción para que los empleados pudieran tener mayor iluminación y menor despilfarro del tiempo.

El 15 de noviembre del 2009 se implementó el sistema de señalización, el cual consta de diez (10) avisos de color rojo, demarcado y con el logotipo de la empresa y con el nombre de las secciones del proceso de producción, indicando como está distribuida la planta (la materia prima, sección de cortado, cocido, estampado, bodega, planchado, y productos terminados); en un material de acrílico con una dimensión de 12x30cms, el costo de cada unidad fue de \$8000, ascendiendo a la suma de \$80000, el cual fue obsequio de las autoras del proyecto, con el fin de dar mejor presentación de la planta física, evitar accidentes, tener un orden e identificar rápidamente los procesos de producción.

Para dar una mayor motivación a los empleados, se hizo la instalación de 4 fluorescentes colgantes en la planta de producción, brindando comodidad y en pro de la salud de cada uno de los colaboradores.

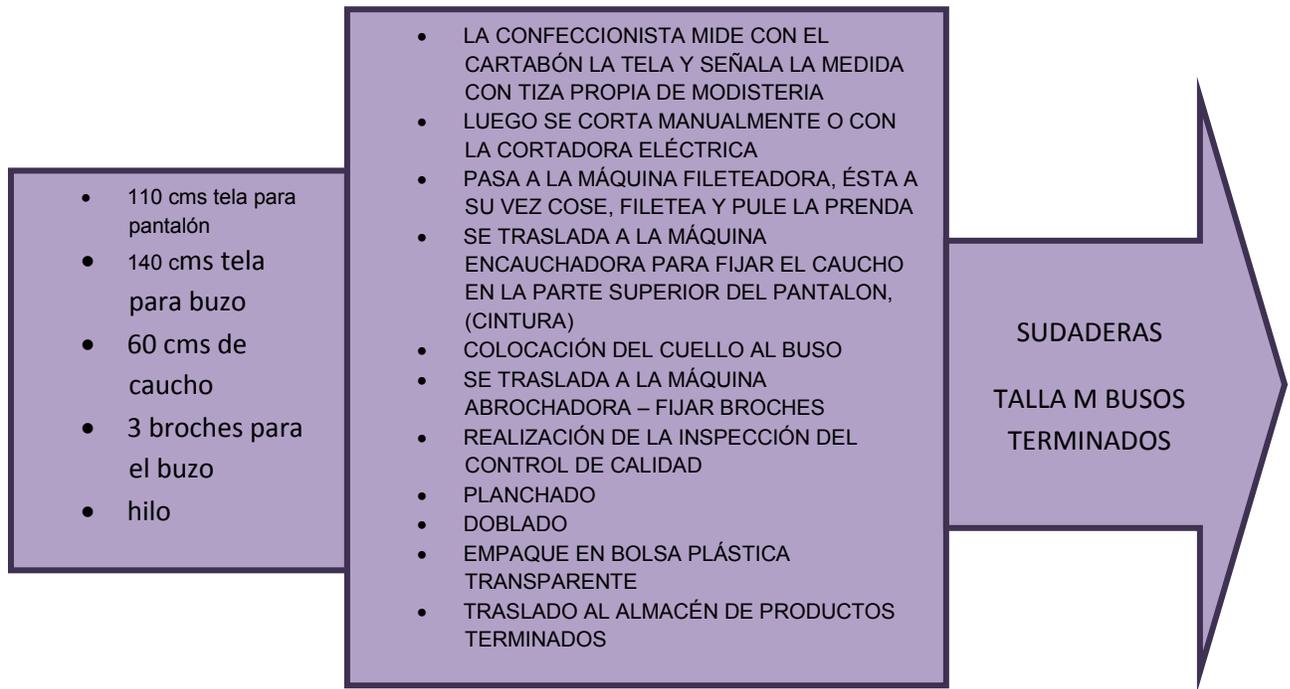
Seguidamente se elaboraron los procesos de producción que se llevarán a cabo para la confección de la ropa deportiva, lo cual permite describir e informar como se realiza el proceso de producción, para que tanto los empleados como cualquier cliente identifiquen su proceso.

SISTEMA GLOBAL PARA LA PRODUCCION EN DEPORTIVOS Y MÁS

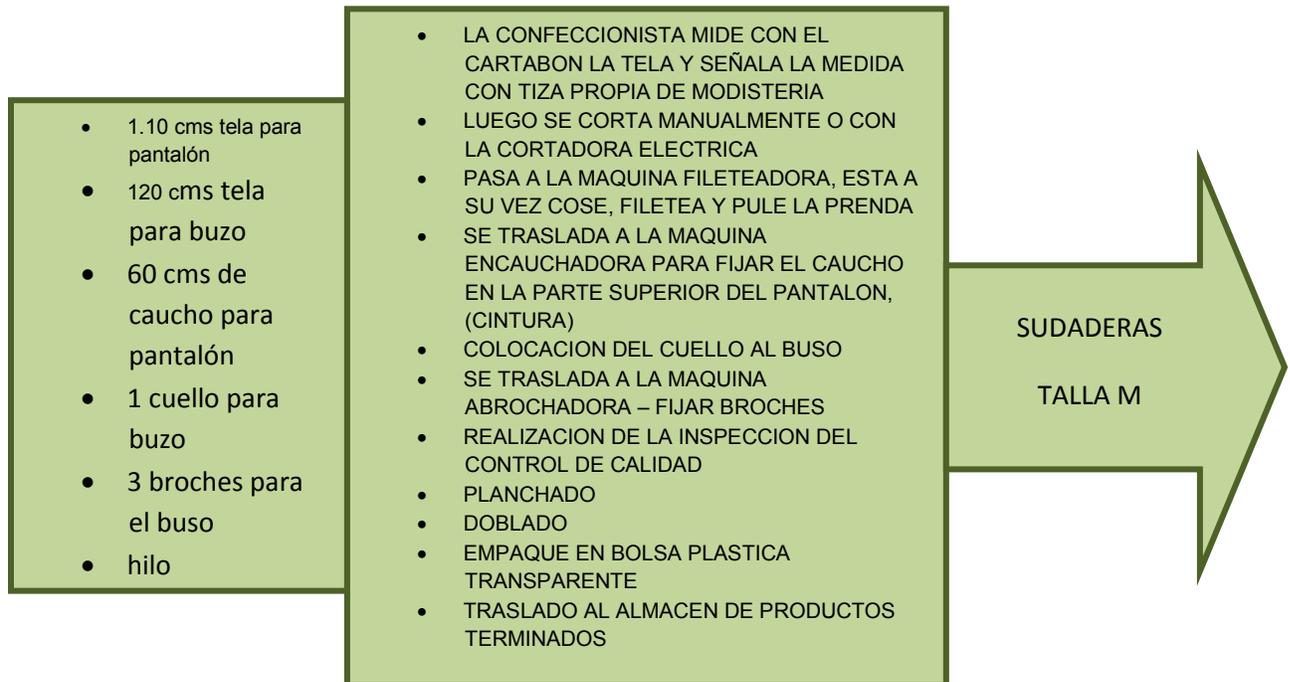


LOS RECORTES GRANDES SE UTILIZAN EN COMBINACION DE OTRAS PRENDAS

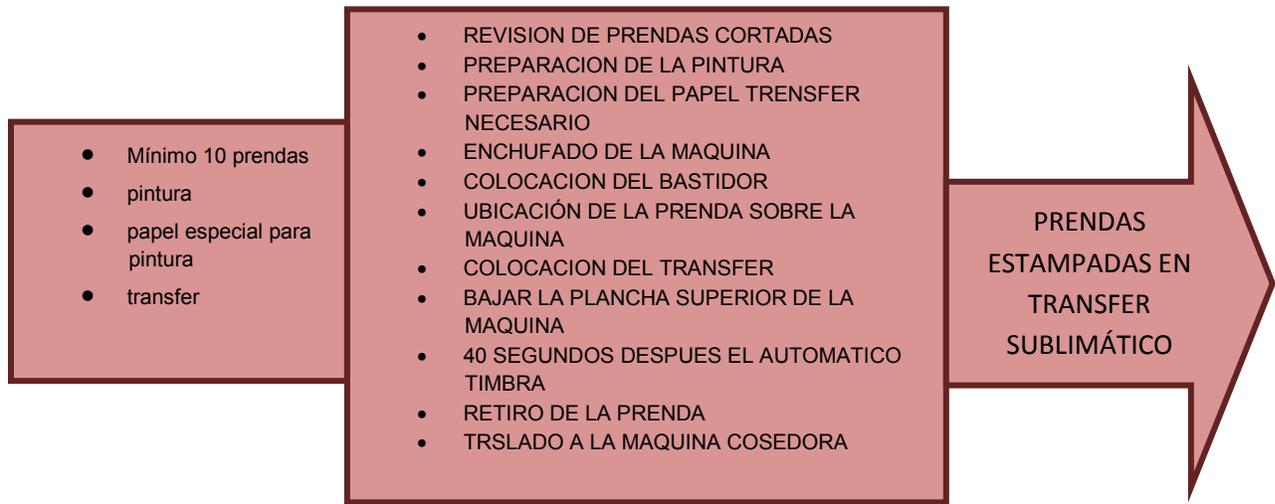
PROCESO DE PRODUCCION PARA UNA SUDADERA TALLA M



PROCESO DE PRODUCCIÓN PARA UNA SUDADERA CORRIENTE TALLA M



PROCESO DE PRODUCCIÓN PARA UN ESTAMPADO DE CAMISETA EN TRANSFER SUBLIMÁTICO

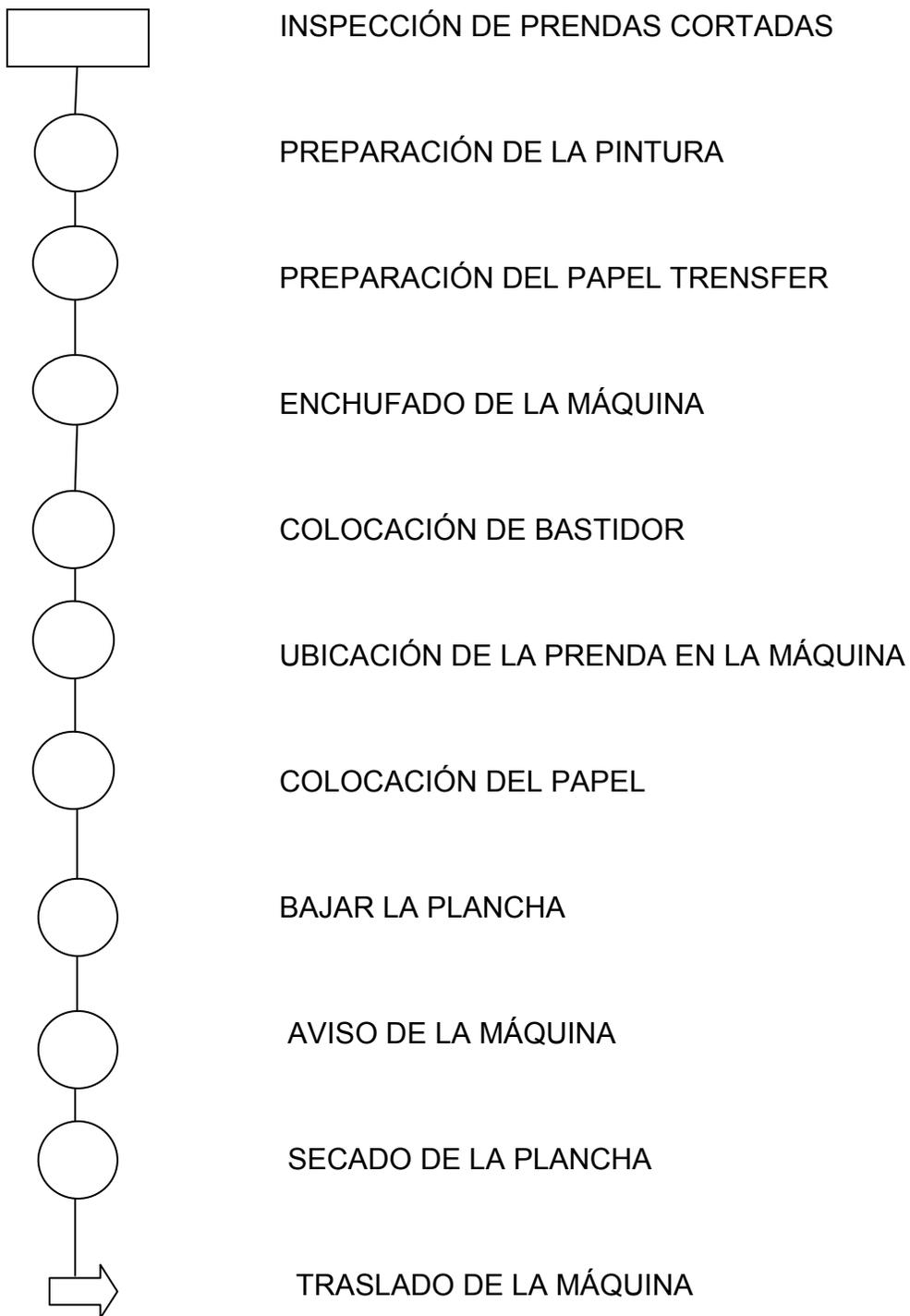


Para ver con más exactitud como se realiza el proceso y flujo de producción y de tiempo empleado para la confección de las prendas antes mencionadas, se elaboró una hoja de tiempo por proceso y de esta manera poder asignar tareas a cada uno de los empleados, basados en esta, poder establecer estándares e indicadores y de esta forma evaluar a cada uno de los operarios.

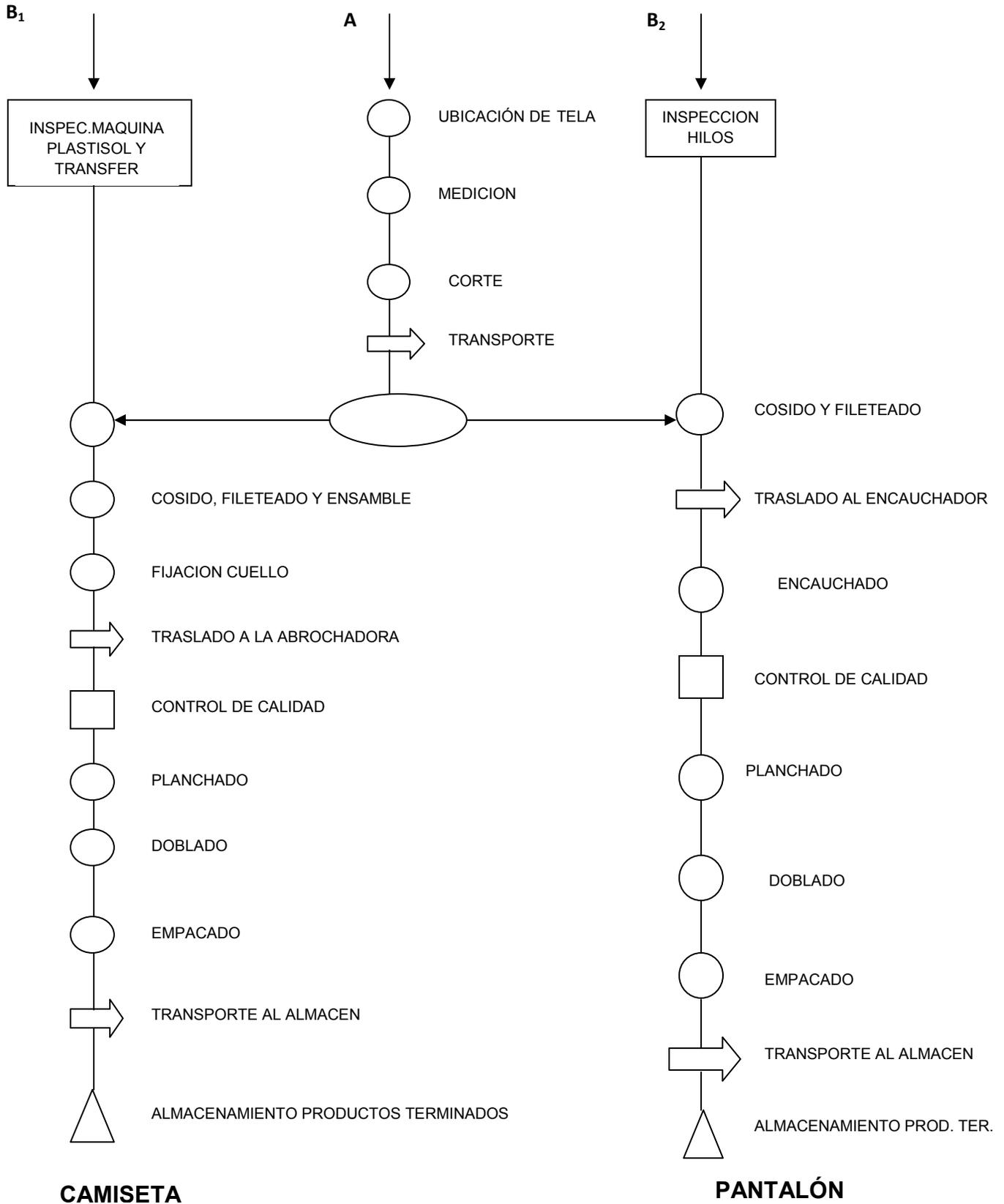
HOJA DE TIEMPO

| ACTIVIDAD | o | o | □ | ⇒ | △ | T (') |
|--------------------------|---|---|---|---|---|----------|
| 1. MEDIR LA TELA | | | | | | 6 |
| 2. CORTE DE LA TELA | | | | | | 10 |
| 3. TRASLADO MAQUINA A | | | | | | 4 |
| 4. COCIDO Y FILETIADO | | | | | | 35 |
| 5. TRASLADO ENCAUCHADORA | | | | | | 1 |
| 6. ENCAUCHADO | | | | | | 3 |
| 7. ENCUELLAR | | | | | | 4 |
| 8. TRASLADO ABROCHADORA | | | | | | 1 |
| 9. FIJACION BROCHES DE | | | | | | 5 |
| 10.INSPECCION CALIDAD DE | | | | | | 5 |
| 11.PLANCHADO | | | | | | 8 |
| 12.DOBLADO | | | | | | 4 |
| 13.EMPACADO | | | | | | 3 |
| 14.TRASLADO ALMACEN A | | | | | | 2 |
| 15.ALMACENAMIENTO | | | | | | 3 |
| TOTAL TIEMPO | | | | | | 1.34 |

FLUJO DE PROCESO DE PRODUCCIÓN PARA ESTAMPADO



FLUJO GENERAL PARA LA FABRICACIÓN DE ROPA DEPORTIVA



EVALUACIÓN Y CONTROL

Optimizar eficiencia de los procesos productivos, logrando una mayor calidad en las prendas fabricadas y satisfacción de los clientes.

6.4. ÁREA FINANCIERA

Por carencia de la información por parte de la empresa los cuadros que aparecen a continuación se dejan en blanco de tal manera que puedan ser diligenciados con su propietaria.

En la actualidad llevan registros manuales de las entradas y salidas del movimiento de la empresa y por ser esta de larga trayectoria y proyección les proponemos adquirir un programa contable que les permita realizar sus transacciones comerciales, con más rapidez y en forma precisa, en el mercado actual oscila entre \$400.000 y \$1'0000.000, dependiendo en la firma en la que se adquiera y las características del programa y el movimiento de la empresa, según cotizaciones realizadas.

6.4.1 COSTOS DEL PROYECTO

CALCULO DE INVERSION DE ESTA EMPRESA

Son todos los activos fijos, requeridos para la producción, como son: costos de maquinaria, edificios, vehículos y demás activos para el funcionamiento de la empresa.

| CONCEPTO | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|--|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Máquina plana | 4 | 1200000 | 4800000 |
| Máquina fileteadora | 4 | 2400000 | 9600000 |
| Máquina collarín | 2 | 2500000 | 5000000 |
| Máquina encauchadora | 1 | 4000000 | 4000000 |
| Máquina semi-industrial | 1 | 1200000 | 1200000 |
| Máquina bordadora industrial | 1 | 16000000 | 16000000 |
| Máquina dos agujas | 1 | 5000000 | 5000000 |
| Máquina bordadora semi-industrial | 1 | 4000000 | 4000000 |
| Plotters de impresión | 2 | 29000000 | 58000000 |
| Plancha estampadora 90x70 | 1 | 4000000 | 4000000 |
| Plancha estampadora 50x40 | 1 | 1800000 | 1800000 |
| Cortadora eléctrica | 1 | 200000 | 200000 |
| Tijeras | 12 | 40000 | 480000 |
| Computadores | 3 | 3000000 | 9000000 |
| Abrochadora | 2 | 90000 | 180000 |
| Mesa de corte | 4 | 400000 | 1600000 |
| Estantería | 12 | 60000 | 720000 |
| Vitrinas | 4 | 500000 | 2000000 |
| Muebles y equipo de oficina | 1 | 3000000 | 3000000 |
| | | | 130580000 |

COSTOS DE LA PROPUESTA PRESENTADA A LA EMPRESA “DEPORTIVOS Y MÁS”

| CONCEPTO | FECHA | CANT. | V/UNIT. | V/TOTAL |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|------------------------|
| AREA ADMINISTRATIVA | | | | |
| ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA (Visión, misión, manual de funciones y reglamento interno). | Marzo de 2010 | 2 de c/u | \$10.000 | \$100.000 |
| ÁREA DE MERCADEO | | | | |
| EMPAQUES PLASTICOS ECOLÓGICOS REUTILIZABLES | | 500 | \$1.700 | \$850.000 |
| VOLANTES 6CM X 8CM TARJETAS DE PRESENTACIÓN | | 5.000 10.000 | \$50 \$50 | \$250.000 \$500.000 |
| PORTAFOLIOS DE SERVICIOS | | 4 | \$100.000 | \$400.000 |
| CAPACITACION AL PERSONAL(2 charlas de servicio al cliente y salud ocupacional) | Marzo 2009 | 2 | \$150.000 | \$300.000 |
| ÁREA DE PRODUCCIÓN | | | | |
| ORGANIZACIÓN DE LA PLANTA FISICA | | 2 | \$60.000 | \$120.000 |
| AVISOS DE SEÑALIZACION 12 X 30CM | | 8 | \$10.000 | \$80.000 |
| ÁREA CONTABLE | | | | |
| PROGRAMA CONTABLE “WORLD OFFICE” | Marzo 4 de 2010 | 1 | \$754.000 | \$754.000 |
| TOTAL | | | | \$3'354.000 |

7.1 PROPUESTAS EJECUTADAS

| CONCEPTO | CANT. | V/UNIT. | V/TOTAL |
|---|----------|-----------------------|------------------------|
| ÁREA ADMINISTRATIVA | | | |
| Organización administrativa. Organigrama de la Empresa Misión, Visión, Manual de Funciones, Reglamento Interno | 2 de c/u | \$10.000 | \$100.000 |
| ÁREA DE MERCADEO | | | |
| Empaques plásticos ecológicos reutilizables. | 100 | \$1.700 | \$170.000 |
| Tarjetas de presentación personalizadas. | 1.000 | \$50 | \$50.000 |
| Volantes publicitarios ecológicos. | 1.000 | \$50 | \$50.000 |
| Logotipo de la empresa. | 1 | \$70.000 | \$70.000 |
| Capacitación personal. | 2 | \$150.000 | \$300.000 |
| AREA DE PRODUCCIÓN | | | |
| Organización de la planta física. Reubicación de maquinaria y equipo. Ubicación del vestiere. | 2 1 | \$60.000 \$150.000 | \$120.000 \$150.000 |
| Avisos de señalización. | 10 | \$8.000 | \$80.000 |
| TOTAL | | | \$1'090.000 |

CONCLUSIONES

- “Deportivos y más” es una organización dedicada al diseño y fabricación de ropa deportiva satisfaciendo las necesidades de los entes recreativos y en general de toda la comunidad de la provincia de García Rovira y Norte y Gutiérrez en Boyacá. Su principal política es ofrecer un buen servicio al cliente, con alta calidad en los productos elaborados, lo que le permite obtener una excelente imagen, clientela y posicionamiento en el mercado.
- En el área de mercadeo se desarrolló el diseño del empaque, para la entrega de los productos terminados y demás implementos deportivos que se comercializan, dando una mejor presentación al producto, incrementando la publicidad, ingresos y responsabilidad.
- Esta empresa cuenta con un sistema de producción medianamente adecuado a las exigencias, con una planta física que se puede acondicionar para optimización en la producción, además cuenta con maquinaria y tecnología avanzada, lo cual permite satisfacer los mercados de la región.

En esta área se realizó una reingeniería de la planta física, logrando beneficios como la reducción del despilfarro en el tiempo de la producción, mayor eficiencia en la entrega del producto terminado, comodidad, presentación e imagen, disminución de riesgos y accidentes del personal de la empresa.

- Se hizo la capacitación de los empleados, sobre la atención y servicio al cliente, obteniendo como resultado mayor motivación, sentido de pertenencia de los empleados para con la empresa teniendo en cuenta que el cliente es el activo principal y que además el empleado es imagen de la empresa, adicional se dictó otra conferencia sobre seguridad industrial y salud ocupacional con lo que espera se disminuyan riesgos y accidentes.

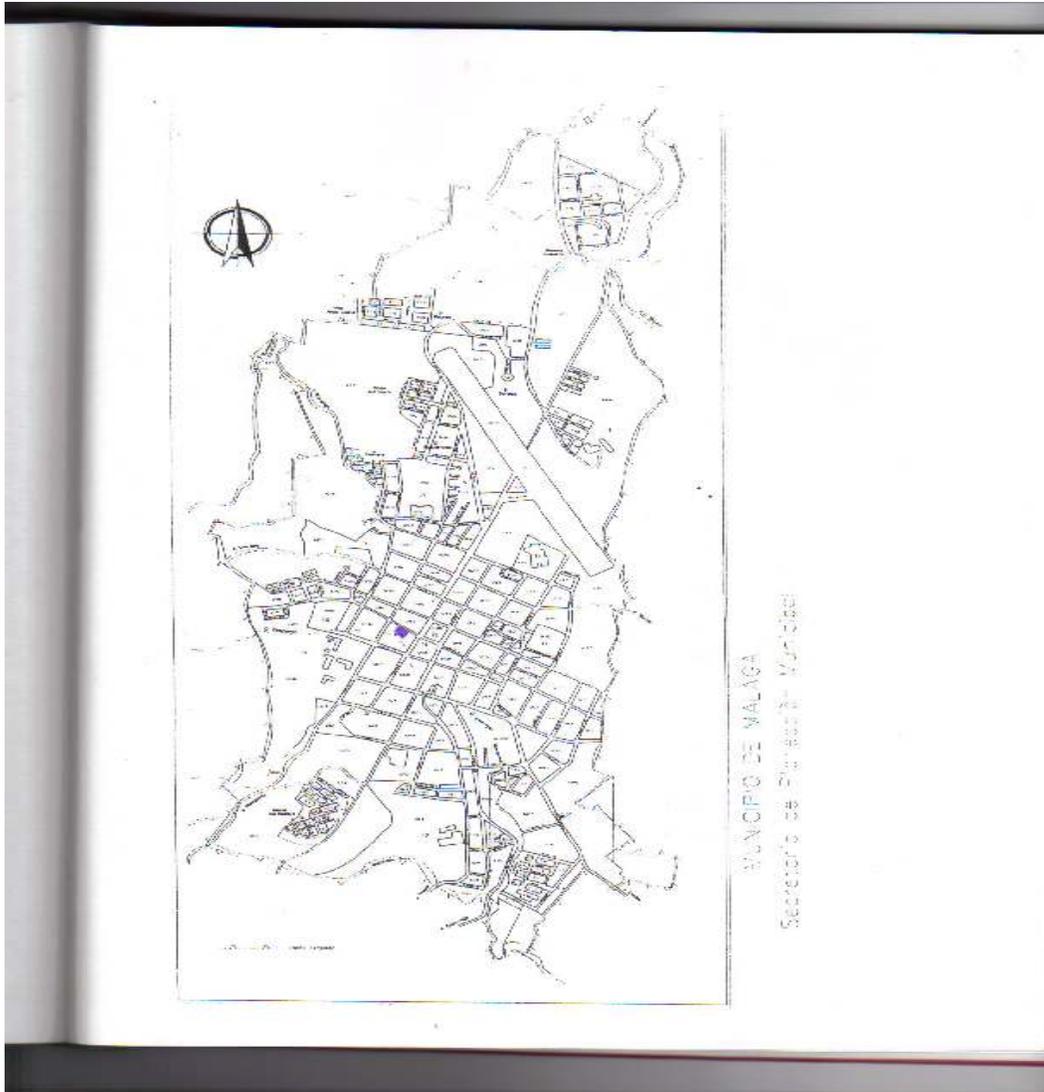
RECOMENDACIONES

- Implementar el diseño y ordenar la producción de los empaques para los productos terminados a mediano plazo, ya que este le permite la protección a las prendas de los factores externos, que lo pueden afectar, además le da una mejor presentación y mediante este se pueden atraer más clientes.
- Implementar un sistema contable bien estructurado, llevando sistemas de inventarios de materias primas, productos en proceso y terminados, con la finalidad de conocer en cualquier momento el estado de la empresa, que le permita ver la producción diaria, mensual y anual; crecimiento y rentabilidad.
- Proyectar mercadeo a nivel nacional e internacional con la calidad y buen servicio que los caracteriza, elaborando una página web que le brinde a la empresa la posibilidad de mostrarse a otros mercados.
- Para mejorar la comercialización de los productos fabricados en “deportivos y más” e implementar políticas de ventas, entre los que podemos mencionar los descuentos, promociones, rifas, obsequios y realizar un estudio de la

distribución del producto en puntos estratégicos y ofrecer en todos los almacenes existentes.

- Además de los productos que ofrece le recomendamos a largo plazo y con el objetivo de que la empresa crezca y sea competitiva a nivel regional y porque no decir a nivel de Santander y Colombia implante otras líneas, como son la línea de pijamas, ropa de bebé y ropa interior, manteniendo un stock de productos terminados para que el cliente los visualice y adquiera en el mismo momento que venga a solicitarlo.

ANEXOS



No. 4685902



CAMARA
DE COMERCIO DE BUCARAMANGA

CERTIFICADO DE MATRICULA MERCANTIL DE:
BARAJAS ZABALA ELSA MARINA

EL SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA, CON FUNDAMENTO
EN LAS MATRICULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL.

EN JUNIO DE ESTE AÑO SE ELEGIRA JUNTA DIRECTIVA DE LA CAMARA DE COMERCIO.
LAS INSCRIPCIONES DE CANDIDATOS DEBEN HACERSE EN LA PRIMERA QUINCENA
DE MAYO. PARA INFORMACION DETALLADA, DIRIGIRSE A LA SEDE PRINCIPAL
O COMUNICARSE AL SIGUIENTE TELEFONO: 6334064.

C E R T I F I C A

NOMBRE:
BARAJAS ZABALA ELSA MARINA
CEDULA DE CIUDADANIA: 28124705
NIT: 28124705-9 BUCARAMANGA
DIRECCION COMERCIAL: CL 13 NO 9-53
DOMICILIO: MALAGA TEL: 3112162134
EMAIL:

C E R T I F I C A
MATRICULA: 05-000148979-01 DEL 2008/04/22

C E R T I F I C A
ACTIVIDAD COMERCIAL:
COMERCIALIZACION DE ROPA Y ARTICULOS DEPORTIVOS

C E R T I F I C A
MATRICULA ESTABLECIMIENTO: 148981 DEL 2008/04/22
BARAJAS ZABALA ELSA MARINA
CL 13 NO 9-53

MALAGA

C E R T I F I C A
PROCEDENCIA DE LOS ANTERIORES DATOS: QUE LA INFORMACION ANTERIOR HA SIDO TOMADA
DIRECTAMENTE DE LOS FORMULARIOS DE MATRICULA DILIGENCIADOS POR EL COMERCIANTE

EXPEDIDO EN BUCARAMANGA, A 2008/04/23 11:14:12

LOS ACTOS DE REGISTRO AQUI CERTIFICADOS QUEDAN EN FIRME CINCO DIAS HABILES
DESPUES DE LA FECHA DE INSCRIPCION, SIEMPRE QUE, DENTRO DE DICHO TERMINO, NO
SEAN OBJETO DE LOS RECURSOS DE REPOSICION ANTE ESTA ENTIDAD, Y / O
DE APELACION ANTE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO.

EL SECRETARIO,
NO CAUSA IMPUESTO DE TIMBRE

2034083

| | | | | | |
|---|---|---|---|--|-----------------------------|
|  | | Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal | | 001 | |
| 1. Número de identificación Tributaria (NIT) | | | 2. Consejo: <input type="text" value="0"/> <input type="text" value="1"/> | | |
|  | | | 4. Número de formulario | | |
| 5. Número de identificación Tributaria (NIT) | | | 6. DEX | | |
| 2 8 1 2 4 7 0 5 | | | 4 | | |
| IDENTIFICACION | | | | | |
| 24. Tipo de contribuyente: Persona natural o su Z | | 25. Tipo de documento: Cédula de ciudadanía | | 26. Número de identificación: 2 8 1 2 4 7 0 5 | |
| 27. Fecha expedición: 1989 04 21 | | 28. País: COLOMBIA | | 29. Departamento: Sanander | |
| 30. Ciudad/Municipio: Enciso | | 31. Primer apellido: ZABALA | | 32. Segundo apellido: ELSA | |
| 33. Primer nombre: MARINA | | 34. Fecha social: | | 35. Fecha comercial: | |
| DIRECCION | | | | | |
| 36. País: COLOMBIA | | 37. Departamento: Sanander | | 38. Ciudad/Municipio: Málaga | |
| 39. Dirección: C/L 13 9 53 | | | | | |
| 40. Apeñador: | | 41. Teléfono: 3 1 1 2 1 6 2 1 3 4 | | 42. Número 2: | |
| Actividad económica | | | | | |
| Actividad principal | | Actividad secundaria | | Otras actividades | |
| 43. Código: 5 2 3 3 | 44. Fecha inicio actividad: 2008 04 22 | 45. Código: | 46. Fecha inicio actividad: | 47. Código: 1 2 | 48. Fecha inicio actividad: |
| Responsabilidades | | | | | |
| 49. Código: 1 2 | | | | | |
| 12- Ventas régimen simplificado | | | | | |
| Métodos de cobro | | | Exportaciones | | |
| 50. Código: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 | | | 51. País: <input type="checkbox"/> 52. Tipo: <input type="checkbox"/> | | |
| 53. Método: <input type="checkbox"/> | | | 54. Método: <input type="checkbox"/> | | |
| 55. Método: <input type="checkbox"/> | | | 56. Método: <input type="checkbox"/> | | |
| Para uso exclusivo de la DIAN | | | | | |
| 57. Fecha: <input type="checkbox"/> | | 58. Fecha: <input checked="" type="checkbox"/> | | 59. Fecha: 2008 04 23 | |
| La información contenida en el formulario es responsabilidad de quien lo suscribe y es consecuencia de haberse comprometido a la realidad por lo anterior, cualquier falsedad en sus datos será sancionada de acuerdo al artículo 15 del Decreto 2760 del 21 de Agosto de 2004. | | | De acuerdo de las verificaciones que la DIAN realice. Firma del Funcionario adscrito: | | |
| Fecha del actúante: | | | Fecha: | | |
| Funcionario: | | | Funcionario: NANCY HERNANDEZ | | |
| Cargo: | | | Cargo: FUNCIONARIO CC BUCARAMANGA | | |

ORDEN DE COMPRA

Bogotá D.C., Marzo 04 de 2010

Señor (a)
ELSA MARINA BARAJAS ZABALA
MALAGA

Distinguido (a) señor (a):

En nombre de nuestra empresa le agradecemos el haberse puesto en contacto con nosotros y manifestar su interés en los productos y servicios que ofrecemos.

Mediante esta cotización y/o orden de compra usted conocerá el valor de nuestro software contable y financiero World Office de acuerdo con los requerimientos manifestados a nuestros asesores de ventas. Lo invitamos a consultar la información detallada acerca de los aspectos complementarios que comprende esta cotización haciendo donde encontrará información sobre:

| | | |
|---------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|
| Demostración rápida | Información sobre nuestra empresa | Pasos para adquirir World Office |
| Información sobre el soporte | Información básica de World Office | |
| Información sobre las actualizaciones | Opciones integradas de World Office | |
| Requerimientos de equipo | Ficha técnica de World Office | |
| Referencias de clientes | Desarrollos especiales | |

A continuación detallamos el valor de nuestro software según el número de equipos requerido por su empresa, también detallamos las opciones de contado y crédito con sus respectivos programas de pago para esta última opción. Además lo invitamos a ingresar a nuestra página y observar toda la información relacionada con World Office.

| Descripción | Costo | Ventajas de pagar por Internet: |
|------------------------------------|-------------------|---|
| 1 Equipo Servidor | \$ 850.000 | - Confiabilidad, agilidad y seguridad en el pago - Pagos en línea y en tiempo real 7/24 - Sin desplazarse a oficinas bancarias - Desde cualquier lugar del mundo |
| 0 Licencias Adicionales | \$ 0 | |
| IVA | \$ 104.000 | |
| Total World Office Standard | \$ 754.000 | |

Comprar Ahora
pagosonline.net

Queremos que usted se sienta respaldado, por esto siempre estamos atentos a escucharle. Permítanos atenderle a través de nuestra línea gratuita nacional 018000 110 850 o a través de nuestro correo electrónico o si lo prefiere comuníquese directamente con la oficina de World Office en su ciudad en los teléfonos que aparecen en el membrete.

Atentamente,
MARTHA RODRIGUEZ
MOVIL: 300 563 42 47
E-MAIL: contactenos@worldoffice.com.co
EJECUTIVO DE CUENTA
SOFTWARE WORLD OFFICE
Derechos de Autor: Registrados ante el Ministerio de Desarrollo e Interior en el libro 13 Tomo 7 partida 090.

Elsa Marina Barajas Z.
Aceptada
(Firma y Sello del Cliente)

MISIÓN

“Es una empresa que tiene como propósito satisfacer las necesidades deportivas y culturales a través de la fabricación y comercialización de ropa y artículos deportivos con calidad, eficiencia y buen servicio, contribuyendo al progreso y desarrollo regional.

VISIÓN

“Deportivos y más” es una microempresa que trabaja para ser reconocida por la inmejorable calidad y diseño de sus prendas, artículos e implementos deportivos, buscando un mayor posicionamiento y rentabilidad en los mercados, generando satisfacción total en sus clientes.

LOGOTIPO

LOGO DE LA EMPRESA



VOLANTES

UNIFORMES

ROPA DEPORTIVA

ARTÍCULOS DEPORTIVOS



ESTAMPADOS

EN PLASTISOL

Y TRANSFER

CALLE 13 # 9-53 TEL. 3112162134

MÁLAGA SANTANDER

¡LOS ESPERAMOS!



DEPORTIVOS Y MAS...

Todo en accesorios y repa deportiva

Calle 13 No, 9-53 Málaga Santander
Celular 311-2162134

Artículos deportivos

**Deportivos y
más**



Sudaderas –
camisetas –
uniformes.
Estampados
transfer y plastisol

Calle 13 # 9-53 tel.
3112162134 Málaga-
Santander

Artículos deportivos

**Deportivos y
más**

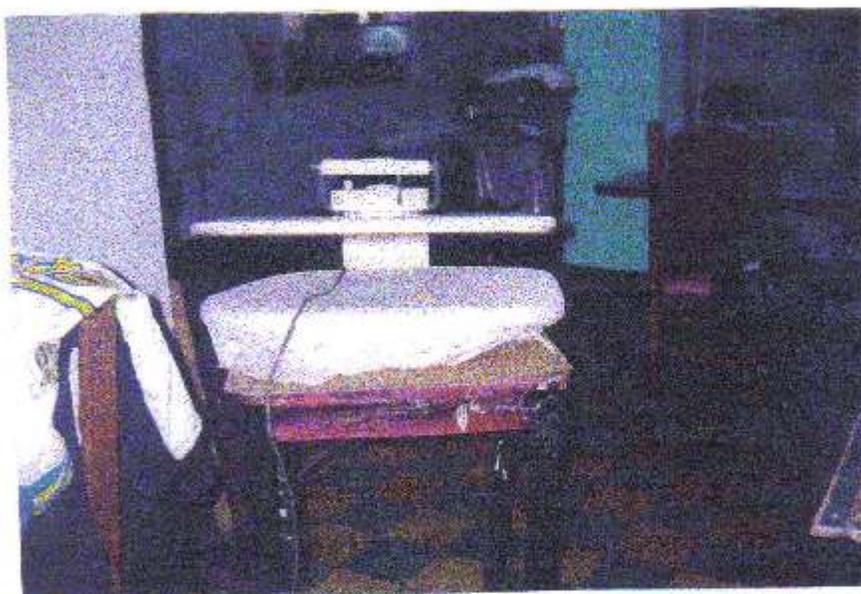


Sudaderas –
camisetas –
uniformes.
Estampados
transfer y plastisol

Calle 13 # 9-53 tel.
3112162134 Málaga-
Santander

Anexo 14

Maquina estampadora



**ASISTENCIA A CONFERENCIA DICTADA POR ESTUDIANTES DE LA
UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD SEDE MALAGA
SOBRE SERVICIO AL CLIENTE**

| NOMBRE | CEDULA | FIRMA |
|-----------------------|----------|-----------------------|
| NUBIA COGOLLO SANCHEZ | 63395701 | Nubia Cogollo Sanchez |
| HELENA TARAZONA | 63394610 | Helena Tarazona |
| MARIA EUGENIA OVIEDO | 63392070 | Maria Eugenia Oviedo |
| EDWIN SANDOVAL | 13927886 | Edwin Sandoval |
| DARIO MORENO VARGAS | 13922476 | Dario Moreno Vargas |
| ELSA MARINA BARAJAS | 28124705 | Elsa Marina Barajas E |
| YOLANDA CASTELLANOS | 63393265 | Yolanda Castellanos |

**ASISTENCIA A CONFERENCIA DICTADA POR EL LICENCIADO EN
SALUD OCUPACIONAL Y SEGURIDAD INDUSTRIAL SR. JAIRO PEÑA
PABON**

| NOMBRE | CEDULA | FIRMA |
|-----------------------|----------|-----------------------|
| NUBIA COGOLLO SANCHEZ | 63395701 | Nubia Cogollo Sanchez |
| HELENA TARAZONA | 63394610 | Helena Tarazona |
| MARIA EUGENIA OVIEDO | 63392070 | Maria Eugenia Oviedo |
| EDWIN SANDOVAL | 13927886 | Edwin Sandoval |
| DARIO MORENO VARGAS | 13922476 | Dario Moreno Vargas |
| ELSA MARINA BARAJAS | 28124705 | Elsa Marina Barajas E |
| YOLANDA CASTELLANOS | 63393265 | Yolanda Castellanos |



Málaga, Marzo de 2010

Señores
DEPORTIVOS Y MAS
Málaga S.S.

COTIZACION.

Por medio de la presente pongo a consideración la presente cotización para suministro de portafolios, volantes y tarjetas así:

| CANTIDAD | DETALLE | VR. UNIT | VR. TOTAL |
|----------|--------------------------|-----------------------|-------------------------|
| 2 | Portafolios de Servicios | \$5.000 ⁰⁰ | \$ 10.000 ⁰⁰ |
| 500 | Volantes | \$ 100 ⁰⁰ | \$ 50.000 ⁰⁰ |
| 500 | Tarjetas personales | \$ 200 ⁰⁰ | \$100.000 ⁰⁰ |

Total: \$ 160.000⁰⁰

Se manejaran las Imágenes Institucionales de acuerdo al diseño.

Cordialmente,


NESTOR MORENO VARGAS
CC. 13.922.795 de Málaga

Parágrafo 3. En caso de empate, se aplicarán en su orden, los siguientes criterios hasta lograr el desempate:

- a) El estudiante que presente mayor promedio académico concurrido.
- b) El estudiante que haya cursado el mayor número de créditos de programa académico.
- c) El estudiante que haya obtenido el mayor puntaje en el Examen de Estado. Para programas de posgrado se tendrá en cuenta el promedio del programa de grado.

Parágrafo 4. El Consejo de Escuela, una vez verificados los requisitos, asignará los incentivos a los estudiantes que así lo merezcan y comunicará a Rectoría para efectos de la expedición de la resolución correspondiente.

Parágrafo 5. Siguiendo el artículo 106 del Decreto de la Universidad se exonera el pago del 15% del valor de la matrícula al estudiante de cada programa académico a nivel nacional que haya obtenido o segundo mayor promedio del semestre académico y del 50% a quien haya obtenido el tercer mejor promedio.

Parágrafo 6. La exoneración de pago de matrícula no incluye el costo de los materiales educativos ni de más derechos e intereses a proceso formativo.

Artículo 60. Grado de Honor: La UNAD a través de los Consejos de Escuela, otorgará grado de honor a los estudiantes que hayan cursado exitosamente todos sus académicos del plan de estudios con promedio ponderado acumulado igual o superior a cuatro puntos (4.0) para programas de pregrado y cuatro puntos (4.0) para programas de posgrado. Esta distinción se consignará en el Acta de grado.

CAPÍTULO IX DE LA ELABORACIÓN, PRESENTACIÓN Y EVALUACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS DE TRABAJOS DE GRADO

Artículo 61. Definición de Trabajo de Grado. Se considera como la producción intelectual del estudiante, la cual resulta de un ejercicio académico orientado por un director de proyecto, con el fin de integrar y aplicar los conocimientos y competencias desarrollados en el transcurso de un programa formativo a nivel de licenciatura, grado o posgrado. El trabajo de grado es requisito para obtener el título en el programa académico correspondiente y en cualquiera de sus modalidades. Como resultado de este ejercicio se genera un documento escrito, sometido a evaluación y sustentación.

Artículo 62. Alternativas de trabajo de grado. La universidad ofrece las siguientes alternativas de trabajo de grado:

- a) **Proyecto aplicado:** a través de esta alternativa de grado se busca la transferencia de conocimientos y desarrollo tecnológico en la solución de problemas presentes la comunidad, en un determinado campo del medioambiente o de práctica social. Las modalidades de proyectos aplicados son: Proyecto de Desarrollo Empresarial, Proyecto de Desarrollo Tecnológico, Proyecto de Desarrollo Social Comunitario.
El Proyecto Aplicado es de carácter obligatorio para todo estudiante matriculado en cualquier programa de formación tecnológica que ofrezca la UNAD y es uno de los requisitos para optar al título de tecnólogo.

- a) **Proyecto de Investigación:** es un proceso académico que genera nuevos conocimientos mediante la aplicación de la metodología científica o las metodologías propias de cada disciplina reconocidas por la comunidad académica. Los estudiantes que realizan el Proyecto de Investigación pueden ser incorporados en oficinas de estudiantes o proyectos académicos que se desarrollan en una línea de investigación. Igualmente los trabajos de investigación deberán inscribirse en una de las líneas de investigación del Programa o Escuela correspondiente, o en cualquier otra línea de investigación profesional.
- b) **Experiencia profesional dirigida:** consiste en el desarrollo profesional programado y asesorado por la universidad y un establecimiento, organización o institución en terreno institucional, con el fin de que el estudiante, desde un cargo o mediante funciones asignadas, tenga la oportunidad de tener en práctica y demostrar las competencias en que ha sido formado, aplicadas sistemáticamente a la solución de un problema específico del establecimiento, entidad o empresa.
- c) **Monografía:** es una investigación de carácter bibliográfico a la cual se le puede adicionar otras actividades en caso de que se le requiera, que a partir de una indagación crítica del estado del arte, sistematiza soluciones o enfoques para abordar problemas de entorno o áreas temáticas de frontera en el currículo de un programa formal. Los trabajos desarrollados deberán inscribirse en una de las líneas de investigación del Programa o Escuela correspondiente, o en cualquier otra línea de investigación profesional.
- d) **Créditos de progreso en el nivel de Especialización:** al estudiante de un programa de formación profesional tendrá la opción de cursar y aprobar diez (10) créditos académicos de un programa de posgrado de la UNAC, en el campo disciplinar o profesional del programa de grado cursado, sin que esto se da la calidad de estudiante en Posgrado; sin embargo, ésta se serán reconocidos una vez se matricule en el programa posgradual, previo al cumplimiento de los requisitos establecidos para el mismo.
- e) **Curso de profundización:** el estudiante de un programa de formación profesional tendrá la opción de cursar y aprobar un curso de profundización de alto nivel con la aspiración de diez (10) créditos académicos, ofertado de manera ocasional por la respectiva Escuela, como alternativa de trabajo de grado y cuyo objeto de conocimiento se centrará en los campos o áreas de formación disciplinaria o profesional específica. Este curso podrá adquirirse en cualquier momento.

Parágrafo 1. Los estudiantes de los programas de formación profesional podrán optar por cualquiera de esas alternativas propuestas.

Parágrafo 2. Los estudiantes de formación posgradual a nivel de Especialización podrán optar por las alternativas de Proyecto de Investigación, Monografía y Experiencia Profesional Dirigida.

Parágrafo 3. El estudiante podrá inscribirse o registrar la solicitud de trabajo de grado, cuando haya cursado un o varios o 50% de los créditos académicos del programa respectivo.

Artículo 63. Etapas alternativas de grado. Los diferentes formatos de trabajo de grado involucran las siguientes etapas:

- a) Presentación, análisis y aprobación de la propuesta.
- b) Desarrollo del trabajo.
- c) Evaluación del trabajo.
- d) Sustentación, para el caso de las alternativas Proyecto Aplicado, Proyecto de Investigación y Monografía.

Artículo 64. Reconocimientos al trabajo de grado. El trabajo de grado puede ser valorado como Meritorio o Laureado. Para esto, el jurado o el tutor del trabajo de grado recomendará, a valoración Meritoria o Laureada del trabajo de grado al Comité Seno en el día de la Investigación Formativa y esta, en un plazo no mayor a treinta (30) días calendario desde la notificación por parte de Jurado o tutor, amén de el Consejo respectivo que será formalizado por el Consejo de Escuela respectivo.

Parágrafo 1. La mención de Meritorio o Laureado no aplica para las alternativas de créditos de posgrado y curso de actualización.

Parágrafo 2. El Consejo Académico reglamentará las condiciones o requisitos que deberán cumplir el trabajo para el reconocimiento de Meritorio o Laureado.

Artículo 65. Propiedad Intelectual. El trabajo de grado es propiedad intelectual de la institución, a cual podrá publicar en forma parcial o total la obra, haciendo constar los créditos correspondientes de autoría.

Parágrafo 1. En caso de trabajos de grado realizados en convenio Interinstitucional, se definirán previamente las condiciones entre las instituciones participantes.

Parágrafo 2. Los aspectos relacionados con la propiedad intelectual de los resultados originales obtenidos por el estudiante en su trabajo de grado, deben sujeta a la normativa vigente.

Parágrafo 3. En los demás acuerdos relacionados con la propiedad intelectual de los trabajos de grado, se referirá o establecerá en el reglamento de propiedad intelectual de la Universidad.

Artículo 66. Exoneración del trabajo de grado. Sin exonerar el requisito del trabajo de grado al estudiante que por su resultado en las pruebas de ECÁES se otorga puntaje de diez (10) puntos o mejores puntajes en todas las instituciones de educación superior que participan en el evento a nivel nacional, y se le exoneró del valor de la matrícula correspondiente a diez (10) créditos académicos en uno de los programas de posgrado que ofrece la institución.

Artículo 67. Reglamentación. El Consejo Académico en el Reglamento Académico de la Universidad establecerá las condiciones de análisis, presentación, aprobación y demás aspectos inherentes al proceso de trabajo de grado.

CAPÍTULO X DE LOS DERECHOS Y DEBERES

Artículo 68. Derechos. Sin perjuicio de lo establecido en los siguientes:







18



19





20











