



Propuesta estratégica para el crecimiento y consolidación de la empresa textil Cloratos

Autores:

Jhan Javier Barrios Cervantes

Jesús Alberto Lozano Escorcía

**Trabajo de grado como prerrequisito para la obtención de grado de
Tecnólogo en Logística Empresarial**

Director(a):

Kelly Bermúdez

Codirector(a):

Leidy Mora

Facultad de Ingeniería

Programa de Tecnología Logística Empresarial

Barranquilla

2022



Propuesta estratégica para el crecimiento y consolidación de la empresa Textil Cloratos

Autores:

Jhan Javier Barrios Cervantes

Jesús Alberto Lozano Escorcía

Director(a):

Kelly Bermúdez

Codirector(a):

Leidy Mora

Facultad de Ingeniería

Programa de Tecnología Logística Empresarial

Barranquilla

2022

ÍNDICE

RESUMEN	7
ABSTRACT.....	8
INTRODUCCION	9
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
OBJETIVOS	11
JUSTIFICACION	12
MARCOS DE REFERENCIA.....	13
MARCO TEORICO.....	13
MARCO CONCEPTUAL	18
METODOLOGIA.....	21
Diseño	21
Materiales y métodos	22
Procedimiento	15
RESULTADOS.....	16
DISCUSION (ANALISIS DE RESULTADOS).....	36
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	40
REFERENCIAS.....	42

LISTADO DE TABLAS

Tabla #1: análisis DOFA	27
Tabla#2 resultados entrevista a operarios	27
Tabla #3 encuesta operarios	28
tabla#4 estrategia F.O	33
Tabla #5: estrategia F.A.....	33
Tabla #6: estrategia D.O	33
Tabla #7: estrategia D.A	34

LISTADO DE FIGURAS

Figura #1: el trébol de fidelización de clientes	19
Figura #2: organización de la empresa.....	23
Figura#3: Procesos administrativos que apoyan el proceso de fabricación de Jeans dentro de la empresa.	25
Figura #4 grafica entrevista	26
Figura #5 grafica encuesta operario	27

Anexos

Figura # 6 pagina web cloratos.....	44
Figura # 7: perfil de Instagram cloratos.....	45
Figura # 8: productos fabricados dentro de la empresa.....	46
Figura # 9: operarios de producción.....	46

RESUMEN

Este trabajo de grado presenta el diseño de una propuesta estratégica diseñada para la empresa textil Cloratos, actualmente dedicada a la confección de prendas tipo jeans para hombre y mujer.

De acuerdo a cada una de las necesidades de la empresa y con miras a mejorar el desempeño organizacional, hemos realizado un diagnóstico inicial con el fin de desarrollar una propuesta sólida para identificar cabalmente las acciones a realizar en el corto y largo plazo para incrementar la competitividad teniendo en cuenta las capacidades de la empresa.

Palabras Clave: Competitividad, desempeño, DOFA

.

ABSTRACT

This degree project presents the design of a strategic proposal designed for the textile company Cloratos, currently dedicated to the manufacture of specialized garments for men and women, such as sportswear, jeans and skirts.

According to each of the needs of the company and with a view to improving organizational performance, we have made an initial diagnosis in order to develop a solid proposal to fully identify the actions to be taken in the short and long term to increase competitiveness taking into account the capabilities of the company.

Keywords: Competitiveness, performance, DOFA

INTRODUCCION

En Colombia gran porcentaje de la población tienen el deseo y anhelo de crear su propia empresa, ya que cada hora se registran alrededor de 38 empresas en la cámara de comercio y cerca de un 80% de estas empresas no logran pasar los 5 años cuando ya han desaparecido en el mercado (molina castillo,2012).

Con esto se puede inferir que son muchos los factores que causan que una empresa entre en deterioro en su totalidad o fracase, puesto que hay falta de gestión por parte del área administrativa. Toda empresa debe realizar una adecuada planeación estratégica que le permita adaptarse a los diferentes cambios que se dan con el pasar de los años para tener una óptima competitividad en el mercado.

La empresa Textil Cloratos localizada en la Ciudad de Barranquilla, Soledad/Atlántico, apunta hacia el crecimiento estratégico, confiando en el presente proyecto de grado, como medio para encontrar aquellas falencias que pueden incidir en la productividad y lucro obtenido a corto, mediano y largo plazo. Actualmente la empresa se dedica a la fabricación de prendas de vestir para damas y caballeros, y se encuentra legalmente constituida sin embargo, los últimos años se han visto afectados por circunstancias como la pandemia del COVID-19 , generando dificultades en aspectos financieros, recuperación de cartera, pago a proveedores, contacto con los clientes lo cual debe ser analizado en profundidad para buscar estrategias que permitan mitigar el impacto recibido y velar por el crecimiento y mejoramiento de los procesos internos.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La empresa textil “Cloratos” dedicada a la creación y distribución de ropa, cuenta con tienda física ubicada en Soledad Atlántico, la cual ofrece la facilidad de distribuir productos por medio del canal de ventas online al por mayor y al por menor.

Esta compañía obra en la acción de manera organizada con toda la maquinaria y personal capacitado para que los productos sean 100% confiables y sean satisfactorios para el cliente.

Por otro lado, en la parte administrativa de la empresa se han presentado fallas y desaciertos constantes en los últimos años, en aspectos financieros con problemas de cartera y pagos, y otros de carácter administrativos como programación y distribución de funciones que en ciertos momentos no se hace al tiempo estimado. También es importante organizar la empresa en el cumplimiento de objetivos y estrategias clave, para direccionar el recurso humano con responsabilidades y compromisos conjuntos para que cada área crezca y así mismo toda la entidad. Es así que se requiere el diseño de una misión y visión clara, objetivos y una propuesta sólida que indique de forma organizada fortalezas, debilidades y estrategias de organización para que puedan tener claro el panorama y tomar decisiones asertivas que contribuyan en el mejoramiento continuo.

Teniendo en cuenta lo anterior se define la siguiente pregunta problema para proyecto de grado propuesto:

¿La presente propuesta estratégica presenta estrategias dirigidas al crecimiento y consolidación de la empresa textil Cloratos?

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una propuesta estratégica para el crecimiento y la consolidación de la empresa textil Cloratos localizada en el municipio de Soledad.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

-Desarrollar una investigación bibliográfica que contenga fundamentos teóricos para la construcción de una misión, visión, principios y valores, política, análisis DOFA y dimensiones estratégicas como estrategias que contribuyan en el crecimiento y consolidación de negocios en el mercado.

-Realizar un análisis DOFA que permita identificar falencias y oportunidades de mejora dentro del panorama actual de la empresa.

-Diseñar un portafolio de servicios para ofrecer los productos disponibles a nuevos clientes generando otras oportunidades de ingreso.

- Desarrollar una propuesta consolidada que defina estrategias para el aumento de participación de la empresa en el mercado regional y mejoras en la consolidación de objetivos y metas de direccionamiento gerencial.

JUSTIFICACION

La realización del proyecto se hace basado en satisfacer las necesidades de los clientes teniendo en cuenta la propuesta estratégica y todos los análisis que se han realizado.

dichos ejercicios ayudan a reconocer con claridad el tipo de ventaja competitiva que se tiene en el mercado, también a permitir mejorar la visibilidad de nuestro entorno y el estado a nivel de las industrias a la cual se pertenece.

MARCOS DE REFERENCIA

MARCO TEORICO

Principios del proceso administrativo en el sector empresarial

Los principios del proceso administrativo realizado por Henry Fayol. En el año 1916, ya que trabajò como gerente 50 años como gerente de una compañía minera, Fayol presentò su libro «Administración Industrial y General».

Fayol demostraba que un proceso administrativo tiene abundante propiedades y peculiaridades en la funcionalidad de la organización que lo desarrolle, hacemos mención a las más frecuentes:

- Debe de plasmar todas las metas que se persiguen conseguir con él.
- Deben estar informados de todos los procesos aquellos trabajadores que vayan a formar parte del proceso.
- La realizan con la finalidad de la construcción de una hoja de ruta para optimizar altamente todas las ocupaciones que incluye el proceso administrativo.

A continuación, se define la evolución de la administración en la edad antigua y media, como base a la necesidad de organización de los procesos desde distintos ámbitos:

Administración en la edad antigua.

Esta nace ya que siempre se ha tenido la necesidad de coordinar ocupaciones, tomar decisiones y ejecutarlas del mismo modo. En los primordiales territorios que se entregó el principio de la gestión ha sido:

Egipto, es un país con un sistema administrativo extenso con una economía planificada y un régimen central con un enorme poder en la fuerza y la compulsión.

En Grecia, se encuentra un jefe supremo este llamado Pericles dejó declarado que es la necesidad de una selección de personal correcto e hizo un estudio sobre la democracia griega.

En China el filósofo Confucio proporcionó una secuencia de normas para la gestión pública.

Roma, tuvo lapso del imperio romano, estos generaron transformaciones administrativas, la cual se orientó por la centralización.

Administración en la edad media

Había una delegación gubernamental, con esta se distinguió las maneras administrativas que habían existido. Generaron una importante evolución en las ideas administrativas y se consolidaron instituciones como el templo católico que llamó mucho la atención para los estudios de la administración, gracias a su peculiar forma de organización y de manejo. En estos tiempos la administración obtiene un enorme fomento cuando emergen en Italia, los fundamentos de la contabilidad actualizada y las transacciones comerciales.

Dimensiones para la consolidación de una propuesta estratégica de crecimiento y consolidación dentro del mercado.

Dimensión financiera: Aumentar la colaboración de mercado a lo largo del departamento del atlántico, generando un aumento de las ventas anuales a un 20% por medio del

incremento de la fuerza de ventas; y conseguir que la productividad neta anual de la compañía (cloratos) sea del 15% de sus ingresos, esto como la administración de proveedores para poder hacer minimizar ciertos precios, estudio de la viabilidad de gestos de mantenimiento del parque automotor o renovar alguno de ellos, reducir los costos de cobranzas y reestructuración de gastos altos.

Dimensión cliente: Desarrollar una estrategia de mercadeo para captar y retener compradores, integrando la comunicación activa sobre inversiones y creaciones de estas prendas que son realizadas por la compañía (cloratos) para la tranquilidad de los usuarios, se propone con el fin de una más grande satisfacción del comprador, generar recordatorios de los descuentos y promociones que se realizan por compras en cantidad.

Dimensión procesos: realizar alteraciones en infraestructura, conjuntos e ingenio que se realice manualmente que posibilite a la compañía tener un portafolio de servicios variados; principal propuesta sea generada en la compañía (cloratos)

Dimensión crecimiento: Diseñar una estrategia de beneficios y capacitaciones para el personal de la compañía (cloratos), que le posibilite sentirse honrado y respetado ante toda circunstancia y así pueda brindar un maravilloso servicio al comprador, esto se vea reflejado en la satisfacción de la clientela para recomendarnos en el mercado y conseguir mejor formación de servicios.

Análisis DOFA dentro de los procesos gerenciales.

En el análisis DOFA se demuestran todas las características que se presenta en una empresa como:

Fortalezas: Debido las capacidades especiales que tiene la empresa, le da una ventaja sobre sus competidores Recursos controlados, capacidades y oportunidades propias, actividades desarrolladas activamente

Oportunidades: son los factores que generan respuesta positiva o favorables que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Debilidades: son factores que generan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que padece, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

Amenazas: son situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

Misión: (Thomas L. nm b & J. David, 2013) la misión de una organización es el propósito o razón de existir, dentro de ella se encuentran aspectos como; el alcance de sus operaciones, los mercados que sirve, descripción de los clientes y tecnologías que utiliza, a su vez incluye dentro de ella los valores y la filosofía que tiene en cuenta en la realización de su actividad empresarial. De acuerdo con (Koontz & Weihrich, 2012) tienen un punto de vista parecido donde la misión busca describir el propósito que da sentido a su propia existencia, señalando como se ha logrado, a través de qué medios, para satisfacer a quien, y a quién beneficia el llevar a cabo esa actividad.

Visión: (Serna Gómez, 2003, pág. 161) : Es un conjunto general de ideas, algunas de ellas abstractas, que forman un marco para lo que la empresa quiere y espera ver en el futuro. Una visión indica un camino que permite a la alta dirección establecer un curso para el desarrollo futuro deseado de la organización.

Principios: (octubre 1, 2021 por lourdesmedina): Un principio es un conjunto universal de parámetros que se supone que guían todas nuestras acciones. También se conocen principios como normas de carácter general en campos y disciplinas, como aquellas que pueden regir un Estado: servir a la sociedad, servir a los intereses comunes, velar por la efectividad de los derechos y obligaciones consagrados en la Constitución.

Valores: (27/febrebero/2020 en estrategia empresarial por ana trenza): trata de establecer las prioridades, principios, límites y criterios éticos y morales que van a regir el día a día en el trabajo

Política empresarial: (<https://www.euroinnova.co/blog/>): La definición de política empresarial, también conocida como política organizacional, se refiere a un conjunto de reglas bien estructuradas y reflexivas que guían la toma de decisiones de una empresa y se esfuerzan por lograr resultados razonables.

En otras palabras, es un conjunto de reglas implementadas como un protocolo o procedimiento por la dirección de la organización y sus empleados. Todas las decisiones, ya sean objetivas o subjetivas, deben ser coherentes con la política de la empresa.

MARCO CONCEPTUAL

El presente marco conceptual define bases esenciales para el entendimiento de la temática que se ha propuesto de diseño de una propuesta estratégica para el crecimiento y la consolidación de la empresa textil cloratos:

Sector Textil: un sector industrial de la economía que se ocupa de la producción de fibras naturales y sintéticas, hilados, telas, así como prendas de vestir y productos relacionados.

La fabricación de textiles implica el proceso de fabricación de textiles y es una industria importante. Se basa en la conversión de fibras en hilo y la conversión de hilo en telas. Luego se tiñen o se imprimen para hacer tela. Se utilizan diferentes tipos de fibras para hacer hilo, hay muchos procesos variables en las etapas de hilado y formación de telas, y la complejidad de los procesos de acabado y teñido se utilizan para fabricar diferentes productos. De hecho, muchas industrias textiles todavía usan métodos manuales para lograr el mismo efecto. Calderón, R, (Leyva, Miranda y País, 2017).

Propuesta estratégica: esta propuesta busca impulsar a la empresa de manera favorable y posesionarla en la industria.

Estudio de recursos, capacidades y técnicas de trabajo: Son todas las necesidades en términos de mano de obra, equipos, dinero y actividades de ejecución del proyecto,

emprendimiento o empresa legalmente constituida. Es la combinación de las operaciones, incluye el análisis de tiempos de procesos, cuya planificación busca costos de producción menores. Este estudio en primera instancia reduce el número de operaciones debido a que logra combinar alguna de estas y además se eliminan tareas innecesarias. Al aplicar un estudio de los recursos, se introducen varias optimizaciones y mejoras que consiguen controlar las actividades que afectan directamente la producción de una forma adecuada, con la finalidad de obtener un proceso efectivo que arroje excelentes resultados.

Al desarrollar las distintas etapas de esta propuesta, se lleva un orden específico que ayuda a tener de forma más detallada la información y de este modo tomar mejores decisiones al momento de realizar un método mejorado

Análisis de mercado

Un análisis de mercado es un instrumento que debe permitir al empresario validar la viabilidad comercial de su plan, así como llevar a cabo varios otros fines.

Estudio de competitividad: Es un análisis más robusto que una propuesta diseñada para el proceso productivo teniendo en cuenta el comportamiento de la competencia (empresas que operan y generan lucro con el mismo producto).

Estrategias: Los “principios de la estrategia militar” del american heritage dictionary define que la estrategia como “la ciencia y el arte militar aplicados a la planeación y condición general de operaciones de combate a gran escala” cuando se trata de estrategia de mando y control, la estrategia es un curso de acción o conjunto que es alternativo, en el que se realiza para observar la dirección, el uso general de los recursos y esfuerzos que se realizan para lograr los objetivos con las condiciones que favorecen los procesos.

Fidelización del cliente: Con el pasar del tiempo se ha visto afectadas las empresas en diferentes sectores teniendo en cuenta la fidelidad de los clientes, en el sector textil el mercado es cada vez más complicado y cada empresa realiza innumerables mecanismos para mantenerse , teniendo en cuenta que la globalización constantemente presenta cambios y es cada día más exigente. A continuación se describe el trébol de fidelización del cliente:

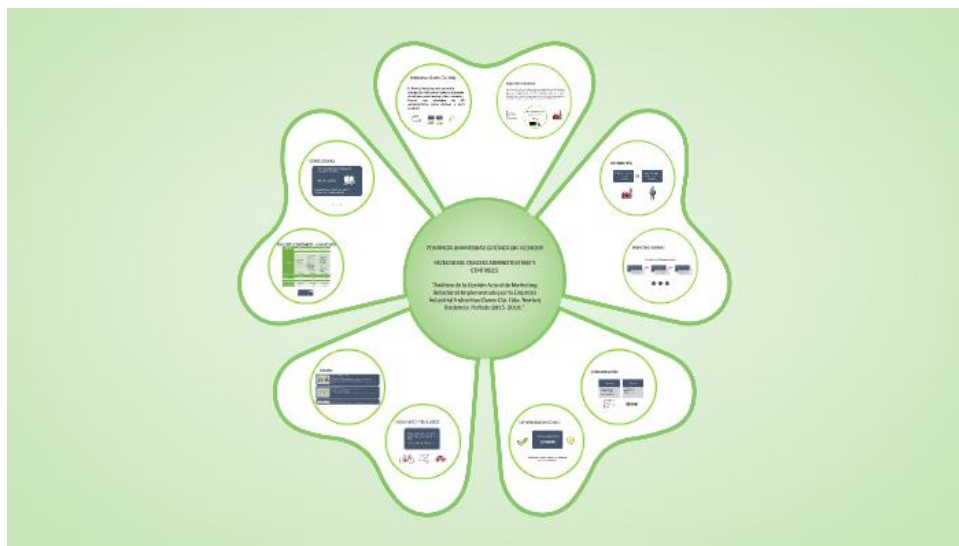


Figura #1: el trébol de fidelización de clientes

Los modelos de Fidelización de Clientes realizados por Juan Carlos Alcaide en su libro

Fidelización de Clientes (ESIC, 2010), se centran en los siguientes aspectos:

primeramente, Alcaide gestiona un modelo gráfico Para determinar la mejora y los procedimientos para mejorar la comunicación con el cliente en el que se denomina el Trébol de la Fidelización, desplegando y generando las siguientes ideas: - una cultura empresarial es un aspecto clave para lograr la Fidelización. Esta cultura debe estar orientada a la calidad, a la

competencia y, muy especialmente a la satisfacción y deleite del cliente como factor de competitividad y rentabilidad duradera. La cultura se concreta en misión, visión, valores, credo.

MARCO LEGAL

Ley 590 del 2000 Explica las disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa

Artículo 1° de la Ley 590 de 2000 Estimula la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas,

Art 2. Ley 590 del 2000 Explica el alcance de las pequeñas y grandes empresas en términos de cantidad de personas.

Diario Oficial 44078 de julio 12 de 2000 Ley 905 de 2004 modifica la Ley 590 de 2000 sobre impulso del progreso de la pequeña y mediana empresa colombiana

METODOLOGIA

Diseño

Eata es una propuesta analitica que para llevar a cabo la investigación se iniciará con la opinión de cada trabajador, como herramienta en la cual a través de su fundador nos brindara un enfoque general del desarrollo que ha tenido la empresa y como está conformada actualmente. Posteriormente se llevarán a cabo las opiniones o respuestas dirigidas de los trabajadores de la empresa quienes nos dirán como ven la empresa de forma interna como externa para dar un mejor desempeño en ella. Teniendo en cuenta lo anterior, se define una metodología de trabajo descriptiva mediante el uso de encuestas y analítica puesto que la información disponible servirá de base en el diseño de estrategias de mejoramiento

Materiales y métodos

- Entrevistas
- Observación
- Trabajo de campo

Procedimiento metodológico

- **Programación de visitas en la empresa cloratos:** se visitó la empresa cloratos para ver las condiciones que se encuentra.
- **Identificar y justificar el proceso productivo de la empresa cloratos:** se realizó encuestas a los trabajadores de la empresa cloratos.
- **Realizar encuestas a operarios de la empresa cloratos para tener un mayor conocimiento de las necesidades que se están presentando:** Las encuestas aplicadas fueron a los trabajadores y a la parte administrativa.

- **Analizar las encuestas para determinar con exactitud fallas en la empresa:** al comprender y determinar todas las fallas se realiza la propuesta para el mejoramiento.
- **Aplicar análisis DOFA:** se determina las amenazas y debilidades que tuvo la empresa, el cual realizamos una propuesta estratégica para fortalecer esos detalles que tiene generando una oportunidad de mejoramiento en el sector empresarial y el mercado.
- **Crear portafolio de servicios:** se realizó dicho portafolio para mostrar evidencias del avance y constancia de que es viable nuestra propuesta.
- **Diseñar estrategias:** la estrategia se realizó con el fin de mejorar las falencias de la empresa cloratos y hacer que esta crezca en el sector empresarial.

RESULTADOS

En búsqueda del cumplimiento de los tres objetivos específicos del presente proyecto, se muestra el presente apartado de resultados dirigido también a la entrega de una propuesta que contenga bases estratégicas a entregar en el área administrativa de la empresa Textil Cloratos.

El cumplimiento del objetivo 1 que consiste en desarrollar una investigación bibliográfica que contenga fundamentos teóricos para la construcción de una misión, visión, análisis DOFA y dimensiones estratégicas como estrategias que contribuyan en el crecimiento y consolidación de negocios en el mercado, se fundamenta dentro del marco teórico en la página 13.

La aplicación de esta propuesta se basa inicialmente en el conocimiento del proceso productivo, ya que esta implica una gran importancia, para entender el funcionamiento de la empresa Cloratos. A continuación, una breve descripción de operación de la empresa Textil Cloratos:

Descripción operativa de la empresa Textil Cloratos:

La fabricación de prendas tipo jeans es un proceso de gran importancia para la empresa (cloratos). Esta empresa cuenta con lineamientos estratégicos que consisten en lograr que el nivel de satisfacción de sus clientes sea el mayor, y esto es posible entregando a sus clientes la mejor calidad en sus productos en el momento que se requiere.

La empresa organiza su recurso humano de la siguiente manera:

.

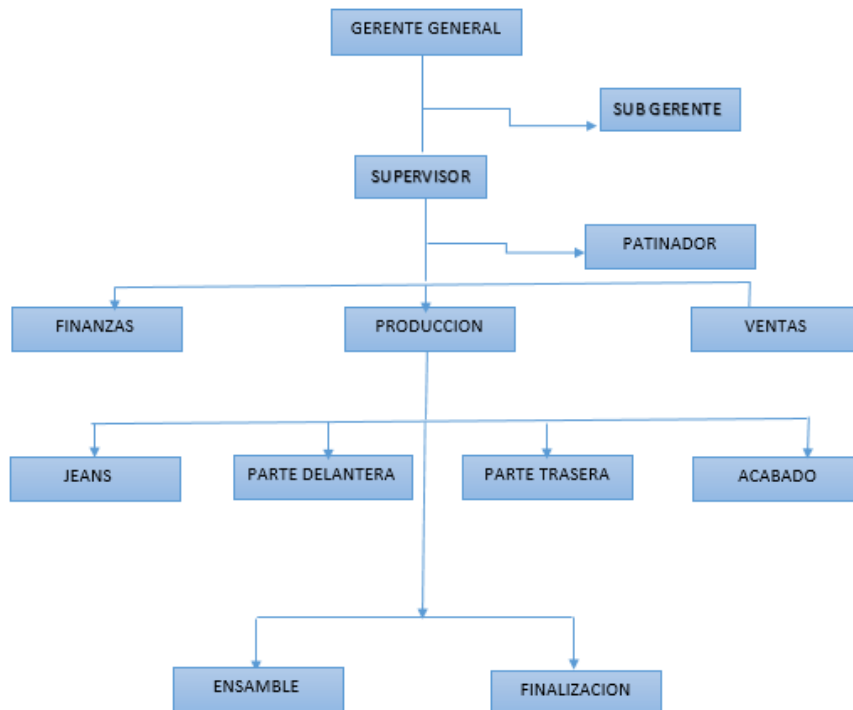


Figura #2: organización de la empresa

Fuente: Elaboración Propia

Una falla durante la fabricación podría dañar su excelente imagen. Al ser los shorts y jeans uno de los productos que se realizan en mayor cantidad, es necesario que su proceso de producción sea óptimo, por lo tanto, este fue el proceso por el cual la empresa evidenció mayor interés, y el que podría mostrar mayores cambios positivos hacia la organización. Para tener un sintetizado conocimiento de la fabricación de jeans se realiza la siguiente caracterización de procesos

Fabricación de Jeans en el área de producción de la empresa Textil Cloratos

El proceso inicia cuando el lote previamente almacenado, es transportado a la zona de producción para ser confeccionado.

En primera instancia se prepara la relojera para el bolsillo delantero derecho y luego de esto se une a la vista, esta última se recubre al forro del bolsillo y se procede a unirlo a la parte delantera derecha del jeans, posteriormente, se respuntea la boca, se cuadra la bolsa y se cose para cerrarla; para el caso del bolsillo delantero izquierdo se recubre la vista al forro y esto se une a la parte delantera izquierda e igualmente se respuntea la boca, se cuadra la bolsa y se cose para cerrarla. Después, se sobrehílan ambas partes delanteras, se agrega el zipper (corredera) y se realiza la jota, la unión y la colita. Para la parte trasera de los jeans se une la cotilla en la máquina de codo tres costuras, y enseguida se hace el tiro trasero. Luego, se hace el dobladillo del bolsillo trasero en la máquina dos agujas, se realiza el adorno del bolsillo y se une a la parte trasera del jean.

Parte delantera :

Se prepara la parte delantera del pantalón teniendo en cuenta el diseño a realizar, este se elabora en máquina industriales siguiendo las especificaciones para cumplir con la calidad que el consumidor exige y luego el operario encargado de realizar la parte delantera realiza el procedimiento el cual es Se prepara la relojera, se monta a la vista, se monta el par de vistas en el forro del bolsillo, se monta el forro del bolsillo en la parte delantera, se cierra la bolsa, se respuntea la bolsa, se hace el cuadro de bolsa, se respuntea la boca del bolsillo, se sobrehíla la parte delantera del tiro, se monta el zipper, se hace la jota, la unión y la colita.

Parte trasera:

se prepara la parte trasera del pantalón ajustando el molde a cortar en las máquinas industriales luego se encoda la cotilla y la parte trasera, luego se unen los dos tiros traseros, se preparan los bolsillos traseros, y se pegan

Ensamble:

Se une la parte delantera con la parte trasera con mucho cuidado porque esta es una operación fundamental para el producto final, ensamblando en codo a los lados, se cierra la entrepierna, se hace el dobladillo, se hacen y se cortan los pasadores, se montan con la pretina en el pantalón, se realiza la punta y los atraques.

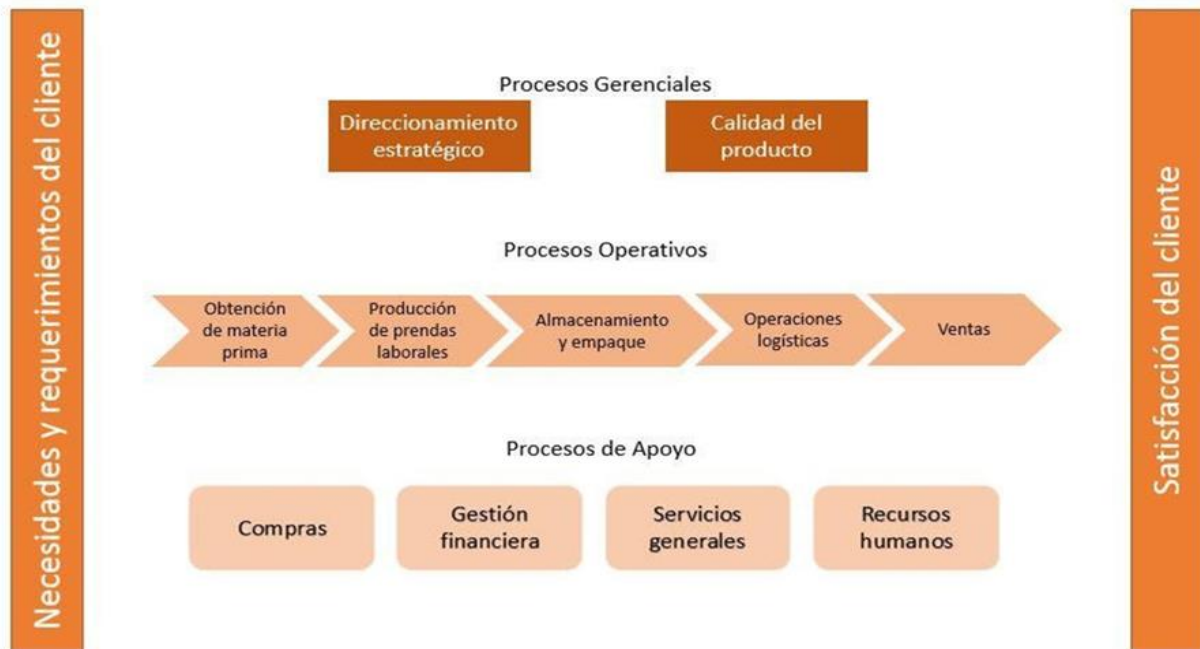
Acabados:

Podemos evidenciar que en el proceso de acabado se inspecciona y se pule la prenda ya que este es un proceso fundamental para cumplir los criterios de calidad, esto se elabora dentro de la planta y bajo la supervisión de los altos cargos.

Terminación:

Se prepara el pantalón para ser distribuido teniendo en cuenta las exigencias del cliente, el operario encargado debe realizar el procedimiento indicado el cual se hace ojal, se pegan los botones, se inspecciona y se empacan.

Los proceso de fabricación de los jeans (boca campana, rigido, coter, faldas short) se realizan con el mismo procedimiento, se diferencia el procedimiento teniendo en cuenta el molde a realizar.



Figura#3: Procesos administrativos que apoyan el proceso de fabricación de Jeans dentro de la empresa.

Teniendo en cuenta las falencias descritas en el diagrama se procede en el diseño de la matriz

DOFA:

Análisis DOFA de la empresa (cloratos) en base a la dimensión financiera, cliente, proceso, crecimiento.

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Competencia de precios • Innovación tecnológica. • Mal manejo del departamento de venta ya que no tiene el orden adecuado • Altos costos de distribución y venta 	<ul style="list-style-type: none"> • tecnología internet de comunicación y sistema • Aplicación ofertas en el mercado • Interior del país • Bajas tarifas • Mejoras en el sistema financiero.

FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Calidad • Consolidación de clientes • cumplimiento • lealtad y satisfacción de los clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • alta competencia en el mercado • pérdida de clientes virtuales • Medios de transporte • Escases de materias primas

Tabla #1: análisis dofa

Entrevistas realizadas en la empresa:

Resultado de la encuesta aplicada a los operarios de la empresa

el objetivo principal de la encuesta realizada a los trabajadores, es indagar y conocer las necesidades, estructura y organización de la empresa cloratos

Etiquetas de fila	Suma de N° DE OPERARIO
Entre 1 y 2 años	8
Mas de 2 años	5
Menos de un año	5
Total general	18

Tabla#2 resultados entrevista a operarios

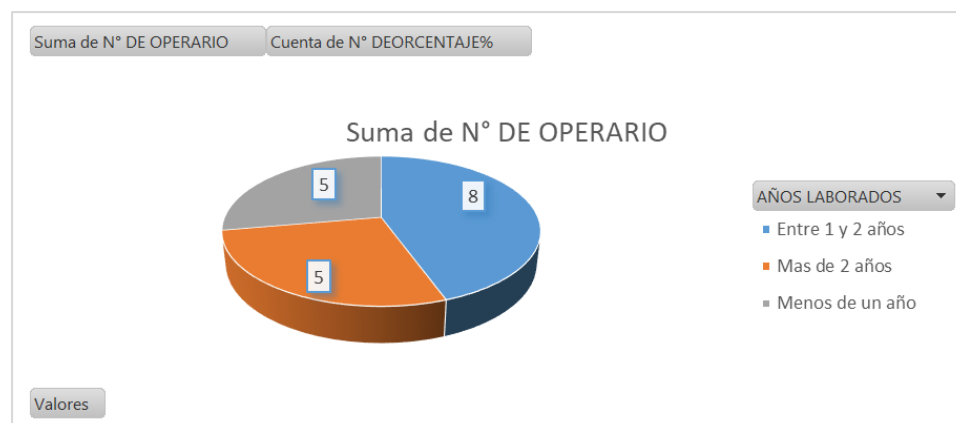


Figura #4 grafica entrevista

A la encuesta realizada sobre si los operarios cuentan con las herramienta necesarias para realizar el trabajo (maquinas, remachadora, tijeras, agujas, ojales etc.) Se obtuvieron los siguientes datos con una respuesta positiva del 100%, y que cada una de estas máquinas suministradas por la empresa a los operarios se encuentran en muy buen estado para desarrollar sus actividades

respuesta	N° DE OPERARIO	N° DEORCENTAJE%
si	18	100%
no	0	0%

Tabla #3 encuesta operarios

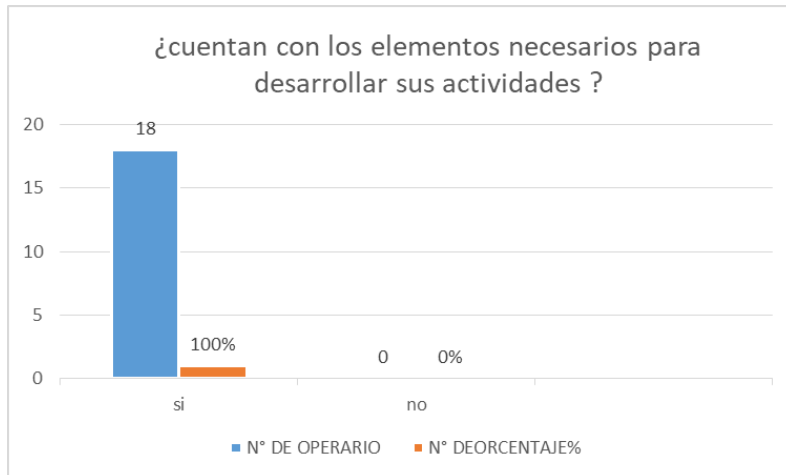


Figura #5 grafica encuesta operario

Ya aplicada la herramienta DOFA y luego de un estudio de campo mediante entrevista a gerencia se entrega el diseño estratégico de la misión, visión, principios y valores, política de la empresa:

Misión:

Cloratos es una organización orientada a empresas manufactureras y de servicio del Atlántico, que se encarga de la fabricación de prendas sin determinación de genero para brindar productos con calidad e innovación, transmitiendo confianza y satisfacción a los clientes y de este modo asegurando su presencia en el mercado global.

Visión:

Cloratos para el 2024 será una empresa líder en el sector departamental, regional y nacional, altamente reconocida por su calidad y satisfacción al cliente, con políticas de crecimiento continuo, brindando mayores capacidades de producción y por ende, incrementando el número de preferencias, repercutiendo así de forma exitosa en el mercado.

Principios y Valores:

La empresa Cloratos ejerce los siguientes valores.

respeto: valoramos y respetamos a cada una de las personas desde nuestra empresa que ejercen diferentes funciones, es por ello que cumplimos con nuestras normas y política de la empresa , velando por el buen ambiente laboral.

calidad: buscamos establecer la calidad de nuestros trabajadores que desarrollan productos de acuerdo a las exigencias del mercado.

innovación: cloratos es una empresa que esta abierta a diferentes cambios en búsqueda de las mejoras continuas, competitiva a partir de la investigación, análisis y creatividad para la empresa.

Trabajo en equipo: ponemos nuestra confianza en nuestro equipo talentoso para alcanzar todos los objetivos.

Objetivos estratégicos: Para poder formular los objetivos que se diseñan en una empresa, es sumamente necesario tener claramente la misión y visión de la empresa y haber realizado anteriormente un análisis interno y externo de esta misma, los objetivos bien establecidos son cuantificable y establecen una fecha de límite para su ejecución y estos a su vez funcionan como punto de referencia para analizar el rendimiento de la empresa, pero se necesitan objetivos a corto, mediano y largo plazo.

Estos son las metas la cual por la cual la empresa debe llegar ,deben ser reconocidos por todos y cada uno de los operarios y trabajadores de la empresa para que así tengan presente y conozcan hacia dónde va el crecimiento de la empresa , los objetivos estratégicos esta relacionado con la competitividad de la empresa ,visualizar como se encuentra el mercado actual ,incrementar la participación y mejorar cada día mas en la competencia teniendo como objetivo el crecimiento de los clientes , estos objetivos deben ser formulados de tal manera que sean :

1. Medibles y alcanzables
2. Conocer fundamentalmente los logros, beneficios y resultados
3. Ayuden al crecimiento de la misión de la empresa
4. Muestren lo que se espera obtener como resultado de la empresa

Política empresarial:

Cloratos enfocados a la industria textil, cuenta con una gama de productos para dama como lo son jean, faldas, short, consiente de su potencial por la mejora continua y desempeño

- Garantizar los niveles de satisfacción de los clientes a través de un excelente servicio brindado a los clientes integro y profesional que acompañe las tendencias que se encuentren en el mercado.
- La mejora continua la organización para poder proporcionar soluciones que se ajusten a cada necesidad que presenten los clientes.

A continuación, se entrega el diseño del portafolio de servicios dirigido por la empresa como medio para captación de futuros clientes y oportunidades de negocio:

- Como podemos observar la empresa cloratos le brinda calidad de productos como estos:

Portafolio de servicio :

Estrategia:

La estrategia de cloratos en cuanto se refiere a producción (jeans, shorts)es hacer que el cliente se sienta totalmente identificado con nuestra marca, por eso siempre buscamos diseños atractivos he innovadores que se adapte como tal al cliente

Estrategia de distribución

Los productos fabricados inicialmente tendrán una estrategia de venta directa es decir, se comercializaran por medio de redes sociales .Instagram ,Facebook y pagina web y en nuestra tienda ubicada en soledad , especialmente en instaran ya que cuenta con mas de 44 mil seguidores y este es utilizado como especie de un catálogo online, podemos concluir que esto nos facilita tener un contacto directo con el cliente.

Estrategia de precio

Costo(X)

+ margen de ganancia (Y)

Precio de venta (X+Y)

La siguiente tabla nos muestra el portafolio de producto con precios de venta

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	P'RECIO UNITARIOP
Jean rígido	\$ 60,000
Falda short	\$ 50,000
cotero	\$ 50,000
Jean campana	\$ 70,000

Forma de pago

Mediante la etapa los pagos se realizaran mediante una cuenta bancaria si es adquirido el producto de manera virtual , si el cliente se dirige a el almacén lo podrá realizar en efectivo

Estrategia de comunicación

La estrategia de cloratos se basa en mantener una constante comunicación con su mercado mediante la pagina web y sus diferentes redes sociales , pues estos portales nos brindan la facilidad de llegar a toda clase de clientes desde diferentes lugares.

ESTRATEGIAS DE SERVICIO

Estrategia de preventa:

- Campaña de expectativa
- Contenido y material audiovisual en las plataformas y portal web.
- Captar la atención del cliente.
- Responder preguntas rápidamente vía Direct (Instagram), Messenger (Facebook), WhatsApp o correo electrónico.
- Presentar ventajas y cualidades de los productos.

Estrategia de venta:

- Influir en la compra del cliente.
- Tomar pedido.
- Alistar el pedido.
- Enviar el pedido.
- Informar sobre el estado del envío al cliente.
- Confirmar recibido.
- Preguntarle al cliente su nivel de satisfacción del producto.

Estrategia postventa:

- Acompañamiento, preguntarle al cliente si se cumplieron expectativas.
- Enviar información sobre promociones, nuevas colecciones a la base de datos.
- Encuestas de satisfacción al cliente.
- Retroalimentar dicha información.

DISCUSION (ANALISIS DE RESULTADOS)

CRUCE ESTRATÉGICO FO FA DO DA DE LA EMPRESA CLORATOS

(Koontz & Weihrich, 2012) nos definen el propósito de cada una de las estrategias:

- La estrategia DA: busca minimizar debilidades y amenazas.
- La estrategia DO: intenta minimizar las debilidades y maximizar las oportunidades.

- La estrategia FA: utiliza las fortalezas de la organización para ocuparse de las amenazas en el ambiente.

- La estrategia FO: que capitaliza las fortalezas de una compañía para aprovechar las oportunidades.

Teniendo en cuenta la información suministrada por Koontz & Weihrich buscamos realizar estrategias.

Estrategia F.O

FORTALEZA	OPORTUNIDAD	FORMULACION ESTRATEGICA
Calidad	tecnología internet de comunicación y sistema	Desarrollar una estrategia de crecimiento a través de las diferentes plataformas digitales
Consolidación de clientes	Interior del país	Ingresar en nuevas zonas del interior del país y ofrecer nuestro producto
cumplimiento	Aplicación ofertas en el mercado	Aprovechar los TLC que continúan en vigencia para adquirir materia primas y continuar el excelente cumplimiento a nuestros clientes
Capacidad de endeudamiento	Mejoras en el sistema financiero	Diversificar el portafolio crediticio de la empresa, por medio de la cotización y evaluación de tasas con nuevos bancos.

TABLA#4 estrategia F.O

Estrategia F.A

FORTALEZA	AMENAZA	FORMULACION ESTRATEGICA
Lealtad y satisfacción de los clientes	Alta competencia en el mercado	Crear producto de excelente calidad ,ofrecidos a un precio asequible y adaptado a los clientes

Consolidación de clientes	pérdida de clientes virtuales	Crear en los clientes con un sentido de pertenencia hacia los productos elaborados por la empresa cloratos, con marketing publicitario en las redes sociales
---------------------------	-------------------------------	--

Tabla #5: estrategia F.A

Estrategia D.O

DEBIIDAD	OPORTUNIDAD	FORMULACION ESTRATEGICA
Competencia de precios	Bajas tarifas	Buscar nuevos proveedores fuera del país que nos permitan reducir los costos de fabricación de las prendas aprovechando así las bajas tarifas
Mal manejo del departamento de venta ya que no tiene el orden adecuado	tecnología internet de comunicación y sistema	Integrar a sistema todos los procesos de la empresa a través de nuevas tecnologías de la información
Innovación tecnológica.	Mejoras en el sistema financiero	Aprovechar las diferentes tasas de los bancos ,capitalizando la empresa para la adquisición de nuevas máquinas con nuevas tecnologías e innovación

Tabla #6: estrategia D.O

Estrategia D.A

DEBIIDAD	AMENAZA	FORMULACION ESTRATEGICA
Competencia de precios	Poca materia prima	Ampliar o extender más la red de proveedores
Altos costos de distribución y venta	Medios de transporte	Analizar y evaluar las diferentes empresas transportadoras buscando nuevas alianzas para disminuir los costos.
Innovación tecnológica.	pérdida de clientes virtuales	Aprovechar las herramientas tecnológicas y adaptarlas a la empresa para poder llegar a toda clase de clientes por medio de la

		virtualidad y así poder generar más clientes y más ventas
--	--	---

Tabla #7: estrategia D.A

Dimensión financiera:

Estrategia: teniendo en cuenta la poca materia prima se ha decidido buscar distintos proveedores y verificar los precios que nos están brindando, con esto llegar a ver cual es el precio mas asequible o mas económico para poder mantener el precio de la prenda o si podemos subirle un poco, teniendo propuesto dentro de unos años la empresa pueda generar mayor rentabilidad y ganancia en el mercado.

fidelización de cliente:

Estrategia 1: hacer campañas de promoción en distintos espacios teniendo un precio asequible y reconociendo la calidad de las prendas.

Estrategia 2: cuando el cliente llega a realizar una compra, pedirle sus datos como correo electrónico, teléfono, fecha de nacimiento para enviarle un bono de descuento en la fecha de su cumpleaños o también las promociones que se brindan en la empresa.

Estrategia de fortalecimiento para el modelo de negocio:

Proceso: se podría realizar la estrategia obteniendo nuevos proveedores ya que si consigo la mercancía mas barata, la podría vender al mismo precio que la estoy brindando pero generando una ganancia mas alta.

Estrategia de crecimiento:

Estrategia 1: la empresa se dedica a la fabricación de cheros y jeans , para crecer como empresa podríamos comenzar a implementar otras prendas de vestir como blusas, sueter, pantis y con el fin de innovar y crecer en el mercado.

Estrategia 2: podríamos asociarnos con una empresa de accesorios, como una joyería con el fin de que el cliente llegue y se lleve todo el vestuario completo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se sugiere a la empresa cloratos analizar la matriz dofa , detallándola una por una, esto se hace internamente y externamente. Esto se hará gradualmente para comenzar a implementar estrategias sugeridas en diferentes regiones para lograr el crecimiento de las prendas y la empresa, la gerencia debe realizar un plan de trabajo o un plan de acción para tener inicio en la aplicación de mejora textil cloratos.

Se invita a la compañía cloratos, a su personal administrativo y de gerencia para que organicen un mecanismo de aplicación para la propuesta estratégica como consolidación y crecimiento debido a todo lo investigado y realizado para la conclusión de generar mejoras al futuro en periodos cortos, mediano y largo plazo.

Se recomienda analizar con más alternativas de financiación y analizar la tasa de interés ofertadas por los bancos ya que estas afectan por sus altas tasas mayores gastos financieros, el cual se podría llegar a comparar cual le conviene más y podría ayudar al crecimiento de cloratos.

Se debe dar mucha importancia al deber de llevar una contabilidad con todas las cualidades necesarias para poder satisfacer los objetivos específicos siendo comparable, comprensible y útil al momento que se quiera realizar un requerimiento de la información financiera de cloratos.

Se recomienda a cloratos realizar semanalmente una lectura a sus trabajadores de la misión y visión de la empresa para que sean consciente de lo que se está realizando y hacia donde quiere llegar esta empresa, manteniendo disciplina, constancia y empeño a la hora de realizar cada proceso de cualquier prenda, creando así un sentido de pertenencia a cada uno.

REFERENCIAS

Vásquez, Leydi. (02 dic del 2013). Historia del proceso administrativo. Recuperado de:
<https://es.slideshare.net/leydimaribelvillalobosvasquez/diapos-admisnitracion-final-28817382>

Barthelmess Vargas, C. (2009). La planeación estratégica en las organizaciones. Argentina: El Cid Editor.

Bosón, E., Cortijo, V., & Flores, F. (2009). Análisis de estados financieros . Pearson Educación .

Caldera Mejía, R. (2004). Planeación Estratégica de Recursos Humanos: Conceptos y Teoría. (J. C. Coll, Ed.)

Ceballos, V. (1 de Enero de 2013). El empleo.com. Recuperado el 18 de Marzo de 2014, de El

empleo.com: http://www.empleo.com/colombia/mundo_empresarial/fomentar-valorescorporativos-es-esencial-para-la-empresa-----/13004314

Colombia, Congreso de la República (2000, 12 de julio), “Ley 590 del 2000 Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa”, Diario Oficial 44078 de julio 12 de 2000, Bogotá.

Colombia, Congreso de la República (2004, 02 de agosto), “Ley 905 de 2004 Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones”, Diario Oficial 45628 de agosto 2 de 2004, Bogotá.

Daft, R. I. (2000). Teoría y diseño organizacional. México: Thomson Editores.

David, F. (2008). Concepto de Administración Estratégica. México: Pearson.

David, F. R. (1997). Conceptos de la Administración Estratégica. México: Prentice Hall.

Decreto reglamentario 2650 de 1993. (s.f.).

Fred R., D. (2013). Conceptos de administración estratégica. México: Pearson Educación .

Goodstein, L. D. (2008). Planeación estratégica. Bogotá D.C: McGraw-Hill.

Hernández Sampieri, R. (2006). Metodología de la investigación. MCGRAW-HILL

INTERAMERICANA EDITORES.

Koontz, H., & Weihrich, H. (2012). Administración una perspectiva global. México: Mc GrawHill.

Mejía C., C. A. (01 de 04 de 2004). Planning. Recuperado el 18 de 03 de 2014, de Planning:

<http://www.planning.co/bd/archivos/Abril2004.pdf>

Méndez Álvarez, C. (2007). Metodología, diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. Mexico D.F: Noriega Editores.

Méndez Beltrán, J. A. (2012). Fijación de precios desde una perspectiva financiera. Gestión y sociedad , 181-196.

138

Mintzberg, H., Quinn, J. B., & Voyer, J. (1997). El proceso estratégico: conceptos, contextos y casos. Pearson Educación.

Molina Castillo, J. (13 de Noviembre de 2012). www.larepublica.co. Recuperado el 2014 de Octubre de 2014, de http://www.larepublica.co/empresas/m%C3%A1s-de-34-empresas-se-registran-cada-hora-en-c%C3%A1maras-de-comercio_25239

Marco teorico:

<https://1library.co/article/las-empresas-o-industrias-textiles-bases-te%C3%B3ricas.yd2xg5jq>

Anexos

Portafolio de servicios:

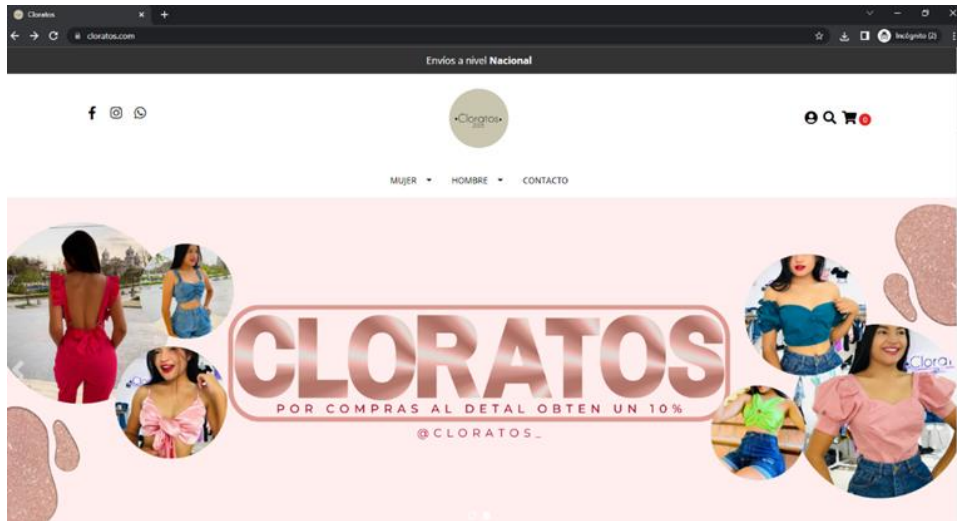


Figura #6: pagina web cloratos

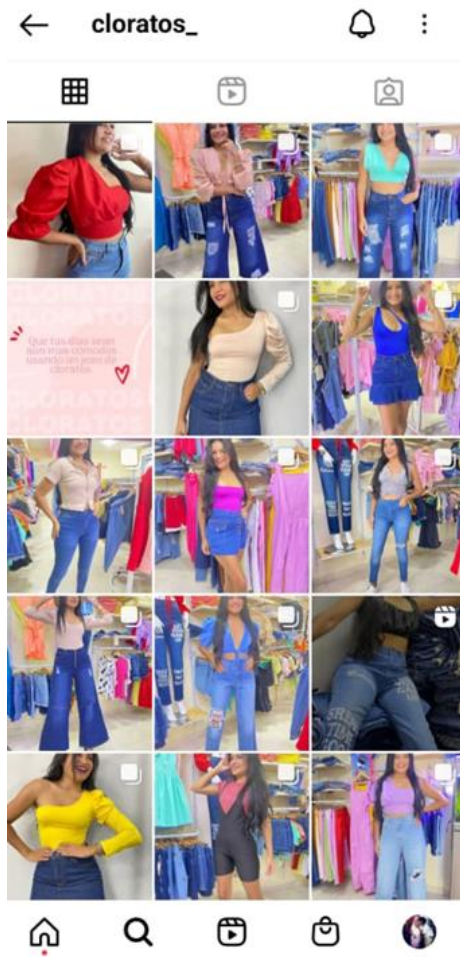


Figura #7 : perfil de Instagram cloratos_

Productos fabricados dentro de la empresa



Figura #8 productos fabricados dentro de la empresa



Figura #9 :operarios de producción