

INFORME FINAL PRACTICA EMPRESARIAL
MISCELANEA D´TODITO.COM; EN MUNICIPIO DE
VILLAGARZÓN- PUTUMAYO.

YALMID ANDRÉS ALVEAR LUNA
CODIGO: 1.127.074.228

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
VILLAGARZÓN-PUTUMAYO

2019

INFORME FINAL PRACTICA EMPREARIAL
MISCELANEA D TODITO.COM; EN MUNICIPIO DE
VILLAGARZÓN- PUTUMAYO.

YALMID ANDRES ALVEAR LUNA
CODIGO: 1.127.074.228

Informe presentado como requisito final para optar al título
de Administración de Empresas.

Supervisor de Práctica
SAMUEL DUARTE FIGUEROA

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
VILLAGARZÓN-PUTUMAYO

2019

Contenido

1.1	. Reseña histórica de la empresa	3
1.2	Aspectos corporativos	4
1.2.1	Misión	4
1.2.2	Visión	4
1.2.3	Valores	4
1.2.4	Quienes somos	5
1.2.5	Descripción de la estructura organizacional	6
1.3	Diagnóstico.....	7
1.3.1	Diagnostico externo EFE	11
1.4	Descripción del área de trabajo	13
1.5	Funciones asignadas al estudiante en práctica	14
1.6	Estructuración de la propuesta de mejoramiento:	15
1.6.1	Título.	15
1.6.2	Objetivos generales.	15
1.6.3	Específicos.	15
2	Desarrollo propuesto de mejoramiento	18
2.1	Introducción	18
2.2	Justificación	19
2.1	Marco conceptual	20
2.2	Análisis situacional (DOFA)	23
2.3	Factores que requieren un cambio de imagen corporativa y fortalecer la estructura organizacional de la empresa.	25
2.3.1	Logo	25
2.3.2	Eslogan:	25
2.4	Propuesta de mejoramiento	26
2.4.1	Logo y slogan	26
2.8	Whatsapp business	34
2.9.2	CRONOGRAMA DE ESTRATEGIAS	36
2.10	IMPLEMENTACION matriz BSC	38
	Conclusiones.....	39

Recomendaciones.....	41
Alcance	43
Bibliografía.....	44

Índice de figuras

figura 1 Organigrama D'TODITO.COM	6
figura 2 matriz DOFA	23
figura 3 logo empresa	25
figura 4 Organigrama	26
figura 5 logo 1	27
figura 6 logo 2	27
figura 7 logo de la empresa	28
figura 8 banner d'todito.com	29
figura 9 Organigrama D'TODITO.COM	29
figura 10 Mapa de procesos D'TODITO.COM	30
figura 11 página web.....	32
figura 12portafoli	34
figura 13 Whatsapp business.....	35

índice de tabla

Tabla 1 Valores de calificación MEFI	9
Tabla 2 Matriz de evaluación de factores internos(EFI)	10
Tabla 3 Valores MEFE	12
Tabla 4 matriz de evaluación de factores internos(EFI)	12
Tabla 5 cronograma de Gantt. Fuente propia julio 2019	17
Tabla 6 cronograma de actividades	36
Tabla 7 cronograma de estrategia	37
Tabla 8 matriz BSC.....	38

Abstract

The following draft business practice as a modality of work of grade contains the development of the proposal of the plan of improvement of the corporate image MISCELLANEOUS D'TODITO.COM, o forward visibility, strength and potential compared to its competitors allowing you to achieve greater recognition and remembrance in the minds of customers, through strategies for optimization of communicative processes of the company through an improvement plan based on ICTS and organizational structuring to meet the needs of the same.

This is a proposal that was born out of the need to complement the image and identity of the company in mention, strengthening those factors that required a change of corporate image and the strengthening of the organizational estructuré in addition to the creation of policies in support of the reason for the Company, logo, slogan, the organizational chart, map of processes and strategies focused on the growth of the company that will allow the recognition from your image.

This project is a prototype that the professional business administration that can forge in the modality for business and commerce, projecting not only the entrepreneurial spirit but also the knowledge acquired at each lecture over the academic process, leading projects that contribute to the development of the entrepreneur today. On the basis of the needs to achieve a better positioning in the market, was carried out the identification of the current variables of royalty, prestige and positioning of the miscellaneous D'TODITO.COM.

Introducción

El desarrollo del presente informe que se ha determinado para la realización de la práctica empresarial, que se está llevando a cabo en la miscelánea D'TODITO.COM, Se enfoca en realizar una propuesta referente a un plan de mejora de la imagen e identidad corporativa, por ser esta la estructura que se ha obtenido mediante la aplicación de un análisis situacional en el cual, se desarrollará lo que es susceptible, como es la de mejorar la imagen como una propuesta acorde a las necesidades que presenta la empresa actualmente.

El informe para tal efecto contiene los siguientes puntos, los cuales estructuran el documento en su totalidad, puesto que en los siguientes puntos se analizan las características actuales de los medios de difusión de la empresa y la plataforma estratégica como factores fundamentales en el proceso de crecimiento, reconocimiento y consolidación empresarial, en el que se tiene en cuenta la identificación de la empresa donde se presenta, junto con sus características organizacionales, exponiendo la misión, visión, descripción de actividades y reseña histórica, el logotipo, el organigrama y el diagnóstico, en el cual se plantea la situación organizacional y se realiza el respectivo análisis de la EFI y la EFE, además de la recopilación de información establecida para el informe, donde se presentará la estructuración de la matriz DOFA, el diseño del plan de mejoramiento y estructuración de las estrategias específicas para aplicar los correctivos a las falencias encontradas. El plan de mejoramiento, en el cual se plantean las

estrategias, el presupuesto y los objetivos los cuales complementan el informe ya que en ellos se visualiza paso a paso el cumplimiento y el desarrollo de la propuesta planteada.

Para realizar este informe con éxito se parte de la colaboración de un supervisor designado por la Universidad de Pamplona, además se implementará ayuda bibliográfica de libros especializados en mejoramiento de imagen corporativa y medios electrónicos que suministrarán la información necesaria para el cumplimiento del desarrollo de la propuesta.

Mediante las labores realizadas en la empresa D^ˆTODITO.COM como asistente administrativo se permite obtener experiencia profesional, lo cual se plasma en este informe puesto que mediante la práctica profesional, se busca aplicar los conocimientos adquiridos en la Universidad, con el propósito de ser un profesional idóneo en la Administración de Empresas, capaz de desenvolverse en los diferentes ámbitos que le competen, con un alto criterio como es la solución de dificultades y la ejecución de estrategias acertadas que contribuyan a que la empresa se solidifique y se mantenga en el mercado.

1 Informe Practica Empresarial

Miscelánea D´Todito.com; en municipio De Villagarzón-Putumayo.

1.1. Reseña histórica de la empresa

D´TODITO.COM es una empresa que desde su creación ha pensado en hacer más fácil la vida a sus clientes, ofreciendo una excelente atención con una variedad de productos de calidad.

Nació el 26 de marzo de 2009, en Villagarzón - Putumayo por Wilson Vargas Polania, procedente de Garzón (Huila); quien había incursionado en otros negocios. Dadas las condiciones del mercado estuvo en la búsqueda de nuevas oportunidades, sin embargo, como buen emprendedor y visionario decidió apostar al sector de las papelerías y misceláneas como una oportunidad de negocio.

D´TODITO.COM nace bajo el concepto de comercialización y venta de artículos de oficina, tecnología, escolar, deportivo, hogar y servicios bancarios, teniendo como objetivo principal ofrecer un servicio personalizado, profesional y ético hacia sus clientes, así como surtir de las mejores marcas y productos de prestigio, con alta calidad y precios competitivos.

Hoy en día y con más de 10 años de experiencia D´TODITO.COM continúa teniendo su espíritu innovador, de apertura al cambio y a la pasión de seguir llevando artículos novedosos y únicos en la ciudad, lo cual lo ha caracterizado.

La empresa dispone de un equipo de trabajo dinámico, con sentido de pertenencia y buen servicio al cliente. Actualmente se consolida como empresa líder a nivel local, comprometida a seguir creciendo a nivel regional.

1.2 Aspectos corporativos

1.2.1 Misión

Somos una miscelánea integral dedicada a la comercialización de todo tipo de productos de calidad, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes con soluciones innovadoras.

1.2.2 Visión

D`TODITO.COM al año 2025 se consolidará como una miscelánea líder en la comercialización de productos de oficina y de más, cautivando la lealtad y preferencia de los clientes, con excelente calidad, atención y servicio.

1.2.3 Valores

Lealtad: La Empresa generará condiciones de ambiente adecuado bajo normas de confianza, armonía y apoyo para alcanzar los objetivos de la organización.

Compromiso: Un talento humano comprometido a brindar un servicio de calidad que se vea reflejado en la responsabilidad y entrega oportuna de nuestros productos.

Respeto: La empresa brinda un trato integral que refleja la importancia y valor que les asignamos a nuestros empleados.

Honestidad: orientado tanto para los miembros de la empresa entre sí, como con los clientes. Se promueve la verdad como una herramienta elemental para generar confianza y la credibilidad.

Comunicación: Es crear una buena línea de comunicación con los empleados, conociendo cada uno de nuestros productos, para brindarles a nuestros clientes un producto acorde a sus necesidades y que cumpla sus expectativas.

Servicio: Satisfacer las necesidades del cliente, garantizando una solución efectiva y oportuna mediante la integración de procesos, recursos y talento humano.

1.2.4 Quienes somos

Somos una empresa Villagarzonense fundada en el año 2009, reconocida por comercializar las marcas más importantes en el mundo del papel y demás productos.

Nos esforzamos por dar una atención totalmente personalizada, además contamos capacidad y el personal para cubrir todo tipo de trabajos, como anillados, empastados y otros...

La profesionalidad y la calidad en todo lo que hacemos es nuestra mejor firma.

“todo en un solo lugar”

1.2.5 Descripción de la estructura organizacional

En D`todito.com encontramos que su crecimiento empresarial se ha generado a partir de un direccionamiento vertical ideado por su Gerente, lo cual permite trabajar de forma jerárquica.

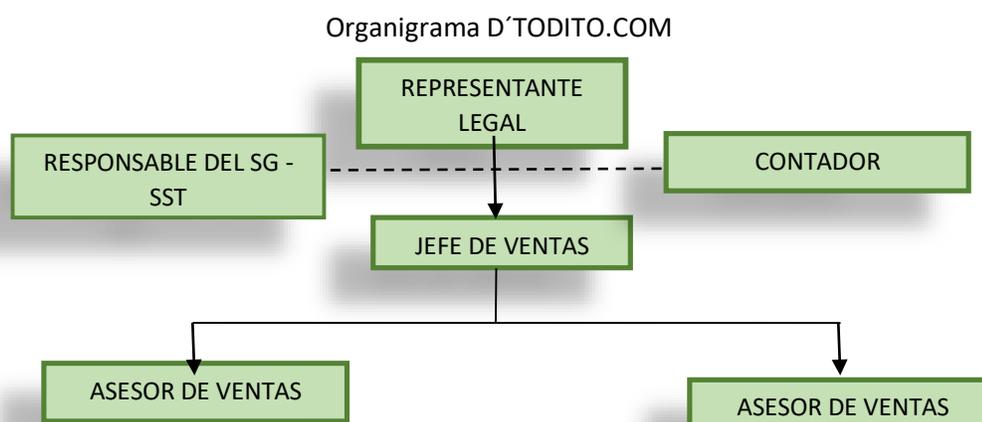


figura 1 Organigrama D`TODITO.COM

- ✓ **Representante Legal:** Se encarga de planificar, organizar, dirigir y controlar la miscelánea D`TODITO.COM, dando cumplimiento a la normatividad que se requiere.
- ✓ **Contador:** Reportar al administrador los estados financieros, asesorar en los aspectos legales y fiscales, al igual que dirigir la gestión de auxiliar contable.
- ✓ **Responsable Sg-Sst:** Desarrollar el Programa de Salud Ocupacional en la empresa y cumplir con las responsabilidades del empleador como son los aportes para el Seguro Social y Riesgos Laborales (A.R.L.), así mismo establece cronograma de actividades con el propósito de coordinar al el empleador y los trabajadores en la solución de los problemas relativos a la salud ocupacional.

- ✓ **Jefe de Ventas:** vigila que la asesoría brindada realmente sea útil, observando que productos hace falta para realizar el pedido a proveedores, de igual forma capacita a los asesores con productos nuevos y novedosos.
- ✓ **Asesor de ventas:** Son las personas encargadas de brindar asesorías a los clientes y recibir pedidos que ingresan a D´TODITO.COM.

1.3 Diagnóstico

D´TODITO.COM es una micro-empresa representada por el gerente y propietario Wilson Vargas, quien se encarga de ejercer las funciones administrativas. El principal objetivo es la capacidad de mantenerse en el mercado siendo cada vez más sólida y sustentable, con el propósito de mantener fortalecida su filosofía de emprendimiento.

Para ello fue necesario, según la perspectiva de la gerencia, adoptar medidas o políticas que se consideren necesarias para el crecimiento, la liquidez, el funcionamiento y la estabilidad.

Políticas corporativas

- ✓ Política de transparencia: D´TODITO.COM promueve entre los empleados, clientes, proveedores las conductas éticas, para mejorar los controles internos, dando transparencia al reporte financiero y demás información de la empresa, previniendo el deterioro de la reputación.

- ✓ Política de gestión de tecnología: La Gestión de Tecnología habilita a la empresa para que disponga de la información requerida y se adapte oportunamente a los cambios generados por el entorno, sus procesos y operando bajo un modelo con las mejores prácticas de mercado como una forma de apalancar la sostenibilidad y el crecimiento del negocio.
- ✓ Política financiera: Gestión Financiera atendiendo a criterios de ética, transparencia, responsabilidad frente al riesgo y rigurosidad financiera, dentro del marco legal y estatutario en línea con sus objetivos estratégicos. Para soportar las decisiones de inversión, obtención de recursos, reparto de excedentes financieros y manejo de liquidez, con el fin de maximizar el valor de la empresa y garantizar su sostenibilidad.
- ✓ Política de control interno: Se gestiona el control interno para facilitar la sostenibilidad y el logro de los objetivos empresariales, generando confianza. Para tal fin, el control interno se evalúa, se adapta y se mejora permanentemente en correspondencia con las necesidades empresariales, los requerimientos normativos.
- ✓ Política de seguridad y salud en el trabajo: Para el desarrollo de sus actividades, gestiona la seguridad y salud en el trabajo y prevención de los riesgos laborales de su personal. Promueve la cultura del autocuidado, el trabajo en ambientes seguros y saludables, la mejora continua y el desempeño eficiente.
- ✓ Política para promover la participación efectiva y el compromiso del personal: Incentivar la integración y participación activa de nuestro personal para que, con

entusiasmo y responsabilidad, se comprometan con la misión institucional, potenciando su desarrollo personal y profesional.

- ✓ Política de calidad: Busca la mejora continua, enfocada a la satisfacción de los clientes teniendo en cuenta factores socio-económicos y aspectos medioambientales.
- ✓ Política ambiental: Cumplirá con los compromisos adquiridos en su Política Ambiental, participando y/o buscando constantemente proyectos asociados a su actividad económica, que permitan desarrollar y/o potenciar sus actividades desde el punto de vista del cuidado y respeto por el medio ambiente.

Diagnostico Interno MEFI

Para la matriz MEFI (Matriz de Evaluación de Factores Internos) se utilizan los factores críticos relacionados con las Fuerzas (fortalezas) y debilidades detectadas, se le asigna un valor ponderado de acuerdo a su importancia y se asigna un puntaje según la siguiente tabla:

Tabla 1 Valores de calificación MEFI

Los Valores de la calificación son los siguientes	
1	Mayor Debilidad
2	Menor Debilidad
3	Menor Fuerza
4	Mayor Fuerza

Se consideran fuerzas aquellos recursos que son considerados valiosos y le permiten a la empresa tener la capacidad competitiva que posee ciertos atributos, como son, las

habilidades del personal que le permite a la organización lograr sus metas y mantener fortalecidas sus áreas funcionales.

En cuanto a las debilidades se considera como un factor que vulnera el crecimiento interno de la organización, puesto que esta es la forma deficiente de utilizar los recursos en las diversas actividades productivas que realiza la empresa.

Tabla 2 Matriz de evaluación de factores internos(EFI)

Factores Determinantes de Éxito	Peso Relativo	Calificación (1,2,3 ó 4)	Peso Ponderado
Fuerzas			
Ubicación de la miscelánea.	0,14	4	0,56
Equipo de trabajo diverso.	0,1	3	0,3
Marcas reconocidas en los productos.	0,07	3	0,21
La entrega eficiente a clientes.	0,09	4	0,36
Responsabilidad social.	0,05	3	0,15
Líquides disponible.	0,07	3	0,21
Debilidades			
Demora en rotación de inventario.	0,1	1	0,1
No comercializa a través de internet.	0,1	1	0,1
Flexibilidad de la estructura organizacional.	0,06	2	0,12
Pérdida de clientes.	0,04	2	0,08
Sobre carga laboral.	0,09	1	0,09
Publicidad.	0,09	2	0,18
Suma	1		2,46

Aunque la empresa tiene fuerzas que pueden contrarrestar las debilidades, se encuentra en un punto medio, lo cual hace referencia a la necesidad que tiene la empresa de actualizarse, capacitar a sus empleados, y genera sentido de pertenencia con el personal vinculado, por ende es necesario que se adapten a los cambios que se pretende realizar en la empresa en cuanto a la implementación de estrategias que contribuyan al crecimiento de la misma, con el propósito de minimizar las debilidades y amenazas.

Para D'TODITO.COM las ventas online es una estrategia que le permite el crecimiento y a su vez el mejoramiento de su imagen que se da a partir del reconocimiento, puesto que explora nuevos mercados, sin embargo se tiene en cuenta que la mayor fortaleza es la ubicación de la miscelánea la cual le permite atraer con facilidad a sus clientes, así mismo las debilidades de mayor peso son la falta de comercialización de los productos a través de internet, esto significa que la empresa se resiste al cambio y como las ventas han bajado porque ha ido disminuyendo la presencia en la región de empresas de hidrocarburos lo cual conlleva a la pérdida de estos clientes, esto indica que para mejorar sus ventas tiene que implementar alternativas que le ayuden a dar apertura a nuevos mercados.

1.3.1 **Diagnostico externo EFE**

La matriz de evaluación de factores externos nos permite analizar las oportunidades y amenazas, para poder compararnos con la competencia y conocer nuestro nivel competitivo dentro del mercado.

La matriz EFE nos permite tener el primer acercamiento de la empresa y para ello se realiza unos pasos de gran importancia.

- Realizar un listado de las variables externas de oportunidades con que cuenta la empresa y todos los factores que pueden afectarla es decir amenazas.
- Asignar unos valores a cada variable que cuenta la matriz, teniendo como 0,0 el peso menos relevante y 1 como el de mayor relevancia; el total de todas las variables nos debe sumar 1
- Pasamos a darle una calificación, donde la calificación se divide en 4 valores.

Tabla 3 Valores MEFE

Los Valores de las calificaciones son los siguientes	
1	Amenaza menor
2	Amenaza mayor
3	Oportunidad menor
4	Oportunidad mayor

Las oportunidades son aquellas fuerzas de carácter externo las cuales se convierten en elementos potenciales o de mejoría, puesto que es un factor de alta relevancia porque permite aplicar estrategias acordes a las necesidades que tiene la empresa en el ambiente externo para llegar a hacer más competitiva y tener ventajas sobre la competencia.

Mientras las amenazas se suman a aquellos factores externos que no son controlables por la organización, pero que de alguna forma se convierten en aspectos negativos y dificultades que no permiten el crecimiento de la empresa, de tal forma que si no se emprende con acciones de carácter estratégico la empresa puede llegar a fracasar.

Oportunidades.

Tabla 4 matriz de evaluación de factores internos(EFI)

Factores Determinantes de Éxito	Peso Relativo	Calificación (1,2,3 ó 4)	Peso Ponderado
Oportunidades			
alianzas con empresas privadas del sector	0,18	4	0,72
posicionamiento de la marca D`TODITO.COM	0,12	4	0,48
posibilidades de apalancamiento por empresas financieras	0,07	3	0,21
Ganar cliente ofreciendo un servicio de calidad	0,08	3	0,24
crecimiento de la población en el sector	0,05	3	0,15
alto número de estudiantes	0,08	3	0,24

Amenazas			
competencia desleal	0,08	1	0,08
Ingreso de nuevos competidores al sector	0,1	2	0,2
Impuestos	0,04	2	0,08
Desempleo	0,07	2	0,14
los costos elevados en los proveedores	0,03	1	0,03
Pérdida de clientes	0,1	2	0,2
Suma	1		2,77

De acuerdo al diagnóstico externo, uno de los factores de mayor peso son las alianzas con las empresas privadas del sector, lo cual le ha permitido obtener un aumento de ventas, mayor reconocimiento local, así mismo posee una amenaza que es el aumento de precios por parte de los proveedores, lo cual indica que la empresa tiene la necesidad de solventar la oferta de sus proveedores.

EFE 2,77 Esto indica que la empresa cuenta con oportunidades considerables, pero existe un nivel representativo de amenazas, que en algún momento si no se toman acciones estratégicas, puede ser un limitante para continuar vigente en el mercado, ya que la competencia cada vez está más fortalecida y los proveedores aumentan los costos por considerarse los únicos que le distribuyen a la empresa, lo cual indica que la organización se debe enfocar en mejorar su imagen y buscar una variedad de modalidades de ventas que le permita ganarse el reconocimiento de una forma expansiva de tal manera que sea el atractivo para muchas empresas y proveedores.

1.4 Descripción del área de trabajo

La miscelánea d'todito.com es una micro-empresa que se encuentra dividida en 4 áreas, administrativa y financiera, mercadeo y recursos humanos, el área donde el pasante

Andrés Alvear se encuentra vinculado y asignado, es el área administrativa y financiera, donde direcciona el señor Wilson Vargas y Norbey Villota se da análisis del estado y el manejo de la empresa, implementando estrategias innovadoras puesto que en los últimos años se ha incrementado la competitividad.

D´todito.com es una empresa sólida, con un ambiente de trabajo muy armonioso, generando así un mayor vínculo entre los empleados, conformando así la familia D´TODITO.com, acorde con las condiciones de trabajo es una empresa que se preocupa por el bienestar de todos y cada uno que la conforma, sin importar la dependencia o área.

1.5 Funciones asignadas al estudiante en práctica

De acuerdo a las responsabilidades que el pasante tiene con la empresa, es de cumplir con un horario diario en las instalaciones de la empresa D´TODITO.COM, ser muy responsable con la manipulación de datos tanto de clientes como de proveedores. Las responsabilidades como asistente administrativo es realizar diariamente el reporte diario de caja, el cual se genera en las operaciones diarias de ventas, el ingreso diario de productos al sistema contable y software con que cuenta la empresa para el uso de las ventas, el cual le permitirá al cajero no tener dificultad en la hora de registrar un producto y generar facturas de ventas.

Como asistente administrativo dentro de las funciones asignadas es tener presente las fechas de pago de IVA, reportes de hipo consumo, servicios públicos, pagos de pila con

respecto a salud y pensión de los empleados, generar comprobantes de pago de los diferentes créditos que se les realiza a las diferentes empresas que se les presta el suministro de papelería, generar comprobantes de egreso con respecto al pago de facturas de proveedores, realizar reportes mensuales del estado de resultados de la empresa y conciliaciones bancarias el cual los avalara el señor Norbey Villota, contador de la empresa.

1.6 Estructuración de la propuesta de mejoramiento:

1.6.1 Título.

Plan de mejoramiento de la imagen corporativa de la miscelánea D TODITO.COM en Villagarzón putumayo.

1.6.2 Objetivos generales.

Diseñar Plan de mejoramiento de la imagen corporativa de la miscelánea D TODITO.COM en Villagarzón putumayo.

1.6.3 Específicos.

- Realizar un análisis situacional de la miscelánea que le permita identificar las áreas susceptibles a mejorar.
- Identificar los factores que requieren un cambio de imagen corporativa y fortalecer la estructura organizacional de la empresa.
- Definir un cronograma de estrategias y actividades acorde con las directrices de la gerencia.
- Evaluar las estrategias con la matriz BSC

1.6.4 **Justificación**

D'TODITO.COM es una microempresa, que ha estado en estos 10 años dentro de la comunidad Villagarzonense; sin embargo a pesar de que ya son varias generaciones de la ciudad que han crecido siendo consumidores de esta microempresa su crecimiento y pleno desarrollo empresarial no ha sido acorde a sus potencialidades, o más bien ha dejado de lado muchas herramientas que le hubieran permitido posicionarse en nuevos mercados, desarrollar una estructura organizacional acorde a su presente, la inclusión de software actualizado a sus procesos financieros y tener una mayor cercanía con sus clientes. La realización de este plan de mejoramiento se da como respuesta a unas necesidades que han sido identificadas. Para tal fin se ha utilizado como herramienta un diagnóstico conformado por una matriz EFE Y EFI de las funciones de la empresa, con lo cual se estableció que en todas las áreas es conveniente realizar propuestas de mejoramiento que contribuyan a lograr avances significativos; sin embargo, en lo relacionado con el área de mercadeo habrá mayor enfoque, debido a que esto permitirá a la empresa no solo ser conocida a nivel local sino también a nivel regional y nacional.

3.5 CRONOGRAMA DE GANTT.

FECHAS(MESES)																
ACTIVIDADES	ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
INICIO DE PRACTICAS E INDUCCION DEL CONOCIMIENTO DE LA EMPRESA Y ASIGNACION DE CARGO																
RECOPIACION DE LA INFORMACION																
DESARROLLO DEL DIAGNOSTICO DE LA EMPRESA.																
CREACION DE LA PROPUESTA A IMPLEMENTAR																
ENVIO DE PRIMER INFORME																
CORREO RECIBIDO CON CORRECCION																
CORRECCION DE TRABAJO																
INFORMACION POR PARTE DE LA EMPRESA CON RELACION A LA PROPUESTA PLANTEADA																
DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS DE LA PROPUESTA																
AVANCES DEL SEGUNDO INFORME																
DESARROLLO DE LA ESTRUCTURA DEL SEGUNDO INFORME																
ENVIO DEL SEGUNDO INFORME																
CORREO RECIBIDO CON CORRECCION																
CORRECCION DE TRABAJO																
DESARROLLO DEL TERCER INFORME.																
ESTRUCTURA DEL TRABAJO																
ENTRGA DE TRABAJO DE PRACTICAS																

Tabla 5 cronograma de Gantt. Fuente propia julio 2019

2 Desarrollo propuesto de mejoramiento

2.1 Introducción

Hoy en día, el aumento de la competencia, ha hecho que se tome la importancia de proyectar una imagen corporativa sólida, se ha convertido en un elemento muy importante que están utilizando muchas empresas e independiente de su tamaño. La identidad es un aspecto que se debe distinguir y caracterizar en función de la imagen que se quiere dar a conocer como empresa hacia los diferentes públicos que lo rodean.

La imagen corporativa es un medio por el cual las empresas se comunican puesto que es la forma de exponer su cultura así es como se hace más fuerte el compromiso de forjar esa idea que unifique las actividades de la empresa y que le permita transmitir un mensaje completo a nivel competitivo.

Es así como el mundo empresarial actual se ve sujeto a planear nuevas estrategias que conllevan a las organizaciones a sumergirse en sí mismas, para desarrollar su propia identidad, diferente y única.

La presente propuesta se realiza con el fin de establecer para el mejoramiento de la imagen corporativa de D todito.com, empresa que hasta el momento no cuenta con una imagen completa y carece de elementos fundamentales como: logo, eslogan, organigrama estructurado, mapa de procesos, sitio web e implementación de redes sociales. Esta situación se presenta en la empresa debido a la falta de consideración y conciencia de crear un valor que complemente su organización, afectando así la manera en que la empresa se proyecta

Teniendo en cuenta la importancia de estos elementos para que la empresa pueda proyectarse de manera eficiente y dar a conocer lo que hace y sus objetivos a corto, mediano y largo plazo, se hace necesaria una intervención para analizar el estado actual de su imagen corporativa y así crear y complementar este concepto fortaleciendo su identidad.

Basados en el diagnóstico situacional como es la DOFA, se pudo conocer gran parte de las falencias de la imagen de D todito.com y de lo que actualmente la compone, pues se deben cumplir con aspectos representativos de la empresa, en donde la identidad sea primordial. Debido a la ausencia de elementos esenciales en la imagen, se pudo deducir que esta carece de fuerza y recordación.

Con base en este diagnóstico y en los resultados se inició el proceso de identificar factores que requieren un cambio de imagen corporativa y fortalecer la estructura organizacional, asumiendo como objetivo principal el fortalecimiento y consolidación de la imagen.

2.2 Justificación

Toda empresa que tenga interés de crecer, se preocupa por la imagen que refleja y quiere mantenerla en el tiempo. La imagen es útil por cuanto, a través de ella, se alcanzan metas, objetivos y permite la sostenibilidad de la organización.

En la actualidad es frecuente que las empresas hablen de su imagen corporativa, aunque muchas no saben cómo medirla correctamente. Una imagen es el conjunto de creencias, ideas e impresiones que las personas reciben de una organización. La imagen empresarial está estrechamente relacionada con la identidad, es decir, con los principios, las metas, las

normas, los valores, el slogan, los logotipos. Para el logro a corto plazo y la permanencia de una buena imagen empresarial, se requiere la implementación de un marketing para promover los propósitos de la empresa.

Es necesario implementar y evaluar permanentemente la presente propuesta porque la competencia con otras empresas es fuerte, y sólo se compite con calidad, donde el principal aliado es el público el cual recuerda y se identifica con lo que es más llamativo. Por esta razón la aplicación de las estrategias descritas en el documento le permitirá crecer a la empresa, además de ganarse el reconocimiento del público, lo cual lo conllevará a la apertura de nuevos mercados, con la identificación de factores que requieren un cambio de imagen corporativa y fortalecer la estructura organizacional, lo cual es de vital importancia porque se empieza con la construcción de una identidad definida que contribuirá a el crecimiento y alcance de los objetivos de forma más coherente y asertiva.

2.1 Marco conceptual

IMAGEN CORPORATIVA : “se puede definir una evocación o representación mental que conforma cada individuo, formada por un cumulo de atributos referentes a la compañía.” (Mejia, 2015)

PLANIFICACIÓN: “el proceso de establecer metas y elegir medios para alcanzar dicha meta.” (Mejia, 2015)

LA CULTURA CORPORATIVA: “Es la construcción social de la identidad de una organización que hacen sus miembros a partir de las presunciones básicas

y valores compartidos en torno a su ideología corporativa, su orientación estratégica y la dinámica cultural interna.” (Alonzo, s.f.)

PLAN ESTRATÉGICO PARA UNA IMAGEN CORPORATIVA: “El plan estratégico es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo.” (Alonzo, s.f.)

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: “corresponde a los diferentes patrones de diseño para organizar una empresa, con el fin de cumplir las metas propuestas y lograr el objetivo deseado. Es la distribución formal de los empleados dentro de una empresa” (Dávila L, 2001, pág. 115)

ORGANIGRAMA: “es una representación gráfica de una organización, revela la división de funciones, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y responsabilidad.” (Guevara, 2001, pág. 189)

IDENTIDAD CORPORATIVA: “Es una superación de la acción de comunicar que se basaba en los elementos gráficos tradicionales: logos y símbolos marcarios.” (Costa, 2001, pág. 20)

LA CULTURA: “corporativa es el estilo de conducta que da personalidad a la empresa y que constituye una forma relacional entre sus empleados mismos y de ellos con los clientes, los accionistas, los líderes de opinión, asociaciones de consumidores, usuarios, medios de comunicación.” (Costa, 2001, pág. 23)

LOS ESPACIOS: “propios de la empresa, o en los que ella está representada, son espacios de acción, pero hoy son también elementos importantes de la percepción y experiencia de la identidad corporativa de la imagen en los públicos.” (Costa, 2001, pág. 25)

LOGOTIPO: “Él logo puede incorporarse, como un trabajo posterior de diseño, a la papelería, el transporte y en carteles que indiquen la presencia de la empresa o identifiquen sus locales comerciales. También se puede utilizar en la publicidad de prensa, en muchos casos en blanco y negro. Por lo tanto es importante tener en cuenta una amplia gama de posibles aplicaciones en las fases iniciales de la creación de la imagen, para asegurar una eficacia permanentemente en una variedad de medios informativos diferentes.” (PAEZ, 2001)

AREAS FUNCIONALES: son las que “dentro de una empresa son las que en conjunto logran alcanzar sus objetivos por medio de eficiencia y eficacia de sus procesos, división de tareas por especialización y son especialmente importantes porque su costo y retorno pueden medirse por sector, asegurando que cada una está cumpliendo las expectativas en complemento con las otras. (Moya, 2017)

MATRIZ DOFA		Fortalezas	Debilidades
		1) Ubicación de la miscelánea	1) demora en rotación de inventario.
		2) Equipo de trabajo diverso	2) No comercializa a través de internet
		3) Marcas reconocidas en los productos	3) Flexibilidad de la estructura organizacional
		4) La entrega eficiente a clientes	4) Pérdida de clientes.
		5) responsabilidad social	5) publicidad
Oportunidades	ESTRATEGIA- FO	ESTRATEGIA-DO	
1) Alianzas con empresas privadas del sector	1) Capacitación del personal con respecto a la atención al cliente y sobre el funcionamiento de nuevos productos. F-2.F-4.O-2.	1) Diseño de página web y ventas on line. D-1.D-2.O-1.O-2.O-5.	
2) Posicionamiento de la marca D`TODITO.COM			
3) Posibilidades de apalancamiento por empresas financieras			
4) Ganar cliente ofreciendo un servicio de calidad			
5) Crecimiento de la población en el sector			
2) Presentación del portafolio a la empresa privada y estatal como: a colegios, icbf, cooperativas y tiendas de barrio. F-3.F-4.O-2.O-5	2) Establecer una estructura organizacional sólida y generar ofertas en fechas y ocasiones especiales, promoviendo la fidelidad del cliente. F-3.F-4.O-2. O-4.		
Amenazas	ESTRATEGIA- FA	ESTRATEGIA-DA	
1) Competencia informal de productos de papelería	1) Participación y fortalecimiento en eventos educativos y culturales; como son carnavales, ferias y eventos de formación con la comunidad F-5.A-1.A-2.A-3	1) rediseño de la imagen corporativa de la empresa y de su estructura.D-3.A-1.A-3.	
2) Ingreso de nuevos competidores al sector			
3) Pérdida de clientes			
4) Aumento de precio por parte de los proveedores	2) selección de los proveedores, de acuerdo al costo, calidad y cumplimiento. F-3.A-4	2) motivación a los clientes por compras de los productos y servicios a través de promociones.D-5.A-3.	

figura 2 matriz DOFA

2.2 Análisis situacional (DOFA)

Es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa, y de esta manera se obtiene un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

Luego de haber realizado el primer análisis DOFA, se aconseja realizar sucesivos análisis de forma periódica teniendo como referencia el primero, con el propósito de conocer si estamos cumpliendo con los objetivos planteados en nuestra formulación estratégica. Esto es aconsejable dado que las condiciones externas e internas son dinámicas y algunos factores cambian con el paso del tiempo, mientras que otros sufren modificaciones mínimas.

La frecuencia de estos análisis de actualización dependerá del tipo de objeto de estudio del cual se trate y en qué contexto lo estamos analizando.

FORTALEZAS

Se han utilizado los atributos distintivos de la empresa que proveen de una ventaja competitiva sostenible, por ende, las fortalezas son recursos que posee la empresa que puede ser o estar empleados para crear valor, por eso fue necesario que la empresa conociera cuáles son sus fortalezas con el propósito de seguir proyectándose.

DEBILIDADES

Son todos aquellos obstáculos y limitaciones que disminuyen el crecimiento de la empresa.

OPORTUNIDADES

Son aquellos factores que resultan positivos y favorables, explotables que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa y que permite obtener ventajas competitivas. Aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando las fortalezas.

AMENAZAS

Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

2.3 Factores que requieren un cambio de imagen corporativa y fortalecer la estructura organizacional de la empresa.

2.3.1 Logo

Se requiere el cambio del logo, porque con el que cuenta actualmente no se identifica la empresa, porque el diseño no es el apropiado, ya que combina un panel publicitario y por lo tanto no resalta lo que quiere mostrar la empresa, además no muestra estética en su diseño y los colores no reflejan atracción en el momento en que se lo observa, por lo cual carece de sentido y se convierte en poco expresivo.



figura 3 logo empresa

2.3.2 Eslogan:

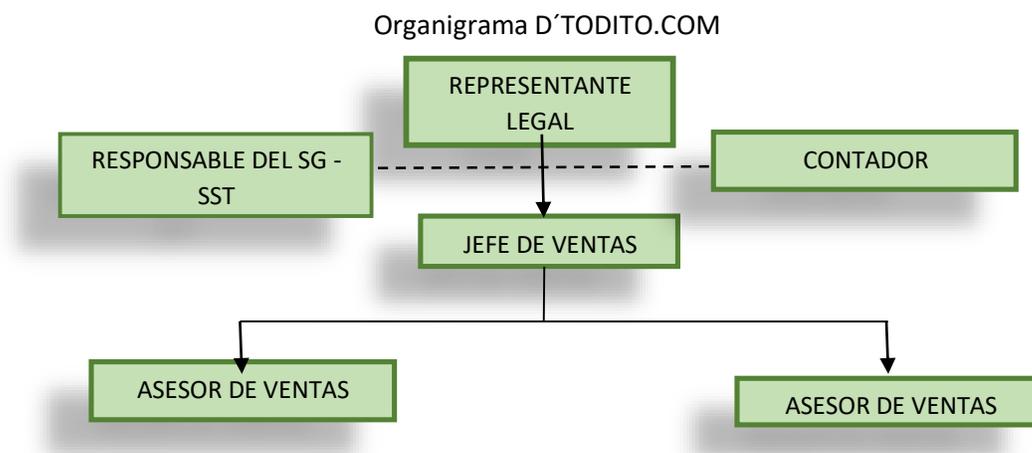
Actualmente el eslogan que cuenta la empresa no se está dando el uso necesario, a pesar de que es original y llega a hacerse efectivo para ganar prestigio y credibilidad, sin embargo, el eslogan no está representado en medios físicos ni magnéticos, por lo tanto, se desconoce de la existencia de este.

“TODO EN UN SOLO LUGAR”

2.3.3 Organigrama

Es necesario estructurar el organigrama, para que transmita una información que sea fácil de comprender y también sencilla de comprender y a su vez cumpla con las características que va a requerir la empresa en un futuro, donde se incluya todas las actividades que la misma pretenda realizar, por medio de una adecuada estructura que permita gestionar sus funciones de forma ordenada para conseguir lograr sus metas, por ello se debe elaborar un esquema que represente un presente actualizado y del mismo modo se enfoque en el futuro dejando claro cómo será la proyección de la empresa.

figura 4 Organigrama



2.4 Propuesta de mejoramiento

2.4.1 Logo y slogan

Se ha asociado el logo con el eslogan con el propósito de resaltar que en la MISCELANEA D'TODITO.COM encuentra el cliente todo lo que busca con el propósito de suplir sus necesidades, haciendo su vida mucho más fácil en el momento de comprar algún artículo.

La marca que se ha propuesto la gerencia para mejorar la imagen corporativa se compone de:

Nombre o fenotipo: Constituido por la parte de la marca que se puede pronunciar. Es la identidad verbal de la marca, en la empresa el fenotipo es representado por un punto y la letra C que de la misma forma se utiliza la letra T, se utilizan estas dos letras porque son más representativas.

El punto y la letra C de .COM y la letra T de todito



figura 5 logo 1

Logotipo: Es la representación gráfica del nombre, la grafía propia con la que éste se escribe. Forma parte de la identidad visual de la marca.

El logotipo está compuesto por un mouse y el cable del mouse que representa la letra D porque la empresa oferta a sus clientes productos tecnológicos.



figura 6 logo 2

Grafismos: Son aquellos dibujos, colores o representaciones no pronunciables. Completa la identidad visual de la marca

Los colores que se han empleado son los siguientes:

En el fondo es el color blanco con destellos de luz, la luminosidad o brillantez se utiliza para la armonización del color y la captación del público, se escoge el color blanco porque es muy llamativo a la vista y lo que se quiere es que el cliente se fije de los detalles y estos tengan facilidad de recordar la marca.

El color verde relaciona el crecimiento, la tranquilidad, la estabilidad, la resistencia, la frescura y las finanzas y eso es lo que realmente se quiere que transmita la imagen corporativa de la empresa hacia sus clientes y su competencia con el propósito de convertirse en líder y alcanzar el éxito.

Color gris transmite fiabilidad, seguridad, compromiso, este color de la empresa genera confianza, lo que permitirá fidelizar al cliente y captar los potenciales.

A la totalidad de la marca, cuando consta de los tres elementos anteriormente nombrados, también se le denomina **Anagrama**

Este es el resultado que se ha obtenido para mejorar la imagen corporativa de la empresa.



figura 7 logo de la empresa

"TODO EN UN SOLO LUGAR"



figura 8 banner d'todito.com

2.5 Organigrama

Este organigrama es diseñado de forma vertical en el cual se coloca el título en la parte superior y seguidamente se muestra en forma de pirámide de arriba hacia abajo el nivel jerárquico acorde a todas las actividades o tareas que pretende realizar mediante una correcta estructura que le permita establecer sus funciones con la finalidad de comercializar sus productos mediante un orden y un adecuado control.

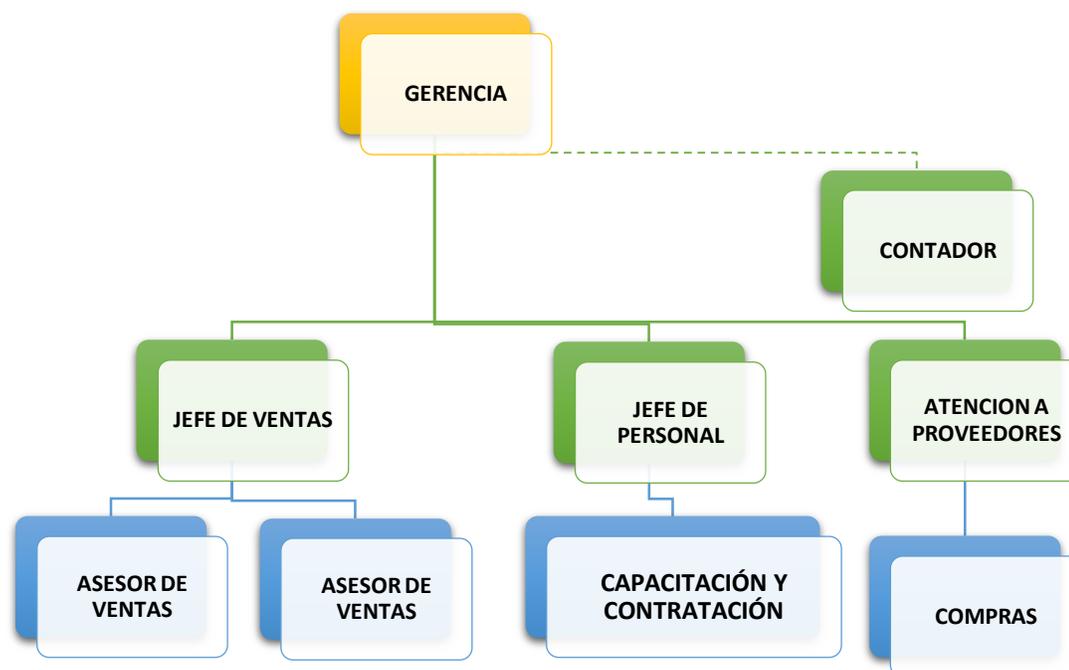


figura 9 Organigrama D TODITO.COM

2.6 Mapa de procesos

Se propuso diseñar el mapa de procesos para demostrar visualmente todos los pasos y decisiones de las actividades en concreto. Un mapa de procesos presenta las tareas asociadas a un proceso o actividad donde se muestran las decisiones que se deben tomar, hace que la información sea visible, de esta forma se está produciendo un ejemplo visual del proceso de las actividades para entenderlas mejor y ver en cuáles áreas se puede mejorar.



figura 10 Mapa de procesos D TODITO.COM

Descripción del mapa de procesos

Como antes se mencionaba, para la elaboración del mapa de procesos, los diferentes procesos institucionales fueron agrupados en cuatro niveles principales que cobijan la totalidad del quehacer de la empresa D^ˆTODITO.COM. Dichos niveles, son definidos de la siguiente manera:

Procesos estratégicos

Los procesos estratégicos orientan la toma de decisiones a nivel organizacional, siendo los que dictan el direccionamiento de políticas y estrategias que permiten la fijación de los objetivos que marcan el rumbo y la orientación organizativa

Procesos misionales

Donde están aquellos procesos que van orientados a la razón de ser de la organización, es la parte operativa, en este caso son todas esas acciones que toma la empresa para generar utilidades, como gestión comercial, innovación, promociones y otros.

Procesos de apoyo

Donde están aquellos procesos encausados a dar soporte a los procesos misionales que se suelen identificar con los recursos que se proveen para que la empresa pueda vender.

Procesos de evaluación

Que contempla los procesos que permiten dar seguimiento y control a la gestión de la empresa, contribuyendo en el análisis de la información generada por los procesos y apoyando la mejora continua.

Sitio web

Una empresa como d'todito.com que se considera líder a nivel local, tiene la necesidad de dar apertura a nuevos mercados que le permitan el crecimiento, para ello es de vital importancia contar con el diseño de un sitio web donde se implemente las ventas one line.

The image displays two screenshots of the dtodito.com website. The top screenshot shows the 'Carrito' (Cart) page. It features a table with the following data:

PRODUCTO	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
Impresora EPSON	\$450,000.00	1	\$450,000.00

Below the table, there is a 'Código de cup' field with an 'APLICAR CUPÓN' button and an 'ACTUALIZAR CARRITO' button. A 'Total del carrito' section shows a 'SUBTOTAL' of \$450,000.00 and a 'TOTAL' of \$450,000.00, with a red 'FINALIZAR COMPRA' button below it.

The bottom screenshot shows a product page for an 'Impresora EPSON'. It includes an image of the printer, a search icon, and the following text: 'Impresora multifuncional', 'negro, blanco', and 'Categoría: Sin categorizar'. A red 'ANADIR AL CARRITO' button is visible. The page also shows a price of '\$500,000.00 \$450,000.00' and a quantity selector set to '1'.

At the bottom of the page, there is a dark navigation bar with social media icons for Facebook, WhatsApp, Telegram, and Twitter. Below this is a 'CONTACTA CON NOSOTROS' section with the email 'dtodito.com@hotmail.com' and a contact form with fields for 'Nombre', 'Correo electrónico', 'Asunto', and a 'Mensaje' text area.

figura 11 página web

ACERCA DE NOSOTROS

MISION

Somos una miscelánea Integral dedicada a la comercialización de todo tipo de productos de calidad, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes con soluciones innovadoras.

VISION

D'TODITO.COM al año 2025 se consolidará como una miscelánea líder en la comercialización de productos de oficina y de más, cautivando la lealtad y preferencia de los clientes, con excelente calidad, atención y servicio.

100 CALIDAD

100 EFECTIVIDAD

96 VARIEDAD

2.7 Portafolio electrónico:

la empresa no tiene un portafolio electrónico que le facilite a sus cliente actuales y potenciales a realizar sus compras, dado que el auge de la tecnología sigue en aumento, y hoy en día el cliente necesita de una atención personalizada, eficiente y eficaz que minimice los tiempos de espera a la hora de comprar.

WILSON VARGAS POLANIA

C.C. 12194232
Villegazón CL 4 No 5-18
Teléfono: 3142209888 / No registra mail

Código: 01334393704

Línea: ACCESORIOS PARA COMPUTADOR

Descripción: IMPRESORA EPSON L3150 H-OF MULTIFUNCIONAL ECOTANK



Moneda: COL\$

596.999.00

Existencia tienda: (MOSTRADOR)

2.00

Código: 01330125709

Línea: ACCESORIOS PARA COMPUTADOR

Descripción: IMPRESORA MULTIFUNCIONAL CANON G3010 WIFI



Moneda: COL\$

666.999.00

Existencia tienda: (MOSTRADOR)

1.00

Código: 01330125888

Línea: ACCESORIOS PARA COMPUTADOR

Descripción: TINTA CANON ORIG P600A



Moneda: COL\$

30.999.00

Existencia tienda: (MOSTRADOR)

4.00

Código: 02012002049

Línea: ACCESORIOS PARA COMPUTADOR

Descripción: TRANSMISOR DE SONIDO BLUETOOTH REP. BYL-918



Moneda: COL\$

52.000.00

Existencia tienda: (MOSTRADOR)

2.00

Código: 02394030006

Línea: ACCESORIOS PARA COMPUTADOR

Descripción: MOUSE VERBATIM GO-311N



Moneda: COL\$

15.000.00

Existencia tienda: (MOSTRADOR)

4.00

Código: 01116329492

Línea: ACCESORIOS PARA COMPUTADOR

Descripción: PARLANTE GENIUS SP-LF115 VERDE



Moneda: COL\$

54.000.00

Existencia tienda: (MOSTRADOR)

1.00

Código: 01034399902

Línea: ACCESORIOS PARA COMPUTADOR

Descripción: CARTUCHO IMPRESORA EPSON T0731 NEGRO CX3000 ORIGINAL



Moneda: COL\$

53.000.00

Existencia tienda: (MOSTRADOR)

2.00

Código: 01034399979

Línea: ACCESORIOS PARA COMPUTADOR

Descripción: CARTUCHO IMPRESORA EPSON T0732 CYAN CX3000 ORIGINAL



Moneda: COL\$

53.000.00

Existencia tienda: (MOSTRADOR)

2.00

Código: 01034399900

Línea: ACCESORIOS PARA COMPUTADOR

Descripción: CARTUCHO IMPRESORA EPSON T0733 MAG CX3000 ORIGINAL



Moneda: COL\$

53.000.00

Existencia tienda: (MOSTRADOR)

2.00

WILSON VARGAS POLANIA

C.C. 12194232
Villegazón CL 4 No 5-18
Teléfono: 3142209888 / No registra mail

Código: 01034399903

Línea: ACCESORIOS PARA COMPUTADOR

Descripción: CARTUCHO IMPRESORA EPSON T0734 YELLO CX3000 ORIGINAL



Moneda: COL\$

53.000.00

Existencia tienda: (MOSTRADOR)

2.00

Código: 01034399926

Línea: ACCESORIOS PARA COMPUTADOR

Descripción: TINTA EPSON ORIG NEGRO



Moneda: COL\$

45.000.00

Existencia tienda: (MOSTRADOR)

20.00

Código: 01034391077

Línea: ACCESORIOS PARA COMPUTADOR

Descripción: TINTA EPSON 1544 ORIG



Moneda: COL\$

47.000.00

Existencia tienda: (MOSTRADOR)

3.00

WILSON VARGAS POLANIA

CC 1219432
Villegorón CL 4 No 5-18
Teléfono: 314220988 / No registra mail

Código: 191192039

Línea: MOUSE

Descripción: MOUSE PALABRICO DENJIS



Marca: COLS
Modelo: 37.590.00
Existencia Inicial (MOSTRADOR): 3.50

Código: 17055810854

Línea: PAPELERIA

Descripción: DICCIONARIO BASICO ENGLISH

ECO



Marca: COLS
Modelo: 2.565.00
Existencia Inicial (MOSTRADOR): 13.00

Código: 17055810851

Línea: PAPELERIA

Descripción: DICCIONARIO ESPAÑOL BASICO

ILUSTRADO EDITORIAL

COSTA CARIBE



Marca: COLS
Modelo: 2.565.00
Existencia Inicial (MOSTRADOR): 2.00

Código: 41-02049

Línea: PAPELERIA

Descripción: TIZUETADORA ZATO PB-2



Marca: COLS
Modelo: 260.00.00
Existencia Inicial (MOSTRADOR): 2.00

Código: 15-1071

Línea: PAPELERIA

Descripción: CINTA DOBLE FAZ MOUNTING

TAPE 2.4 MT REF LD-089



Marca: COLS
Modelo: 4.090.00
Existencia Inicial (MOSTRADOR): 10.00

Código: 170281-12

Línea: PAPELERIA

Descripción: MARCADORES FLUORIS SET X12

MINIJS



Marca: COLS
Modelo: 6.500.00
Existencia Inicial (MOSTRADOR): 10.00

WILSON VARGAS POLANIA

CC 1219432
Villegorón CL 4 No 5-18
Teléfono: 314220988 / No registra mail

Código: 300416

Línea: FRATERIA

Descripción: CINTA PARA MOJOS GRUESA

GRANDE 3 TMTS



Marca: COLS
Modelo: 6.990.00
Existencia Inicial (MOSTRADOR): 24.00

Línea: FRATERIA

Descripción: BILINES BRILLANTES DE

3070,6cm



Marca: COLS
Modelo: 3.300.00
Existencia Inicial (MOSTRADOR): 25.0

Código: 300412

Línea: FRATERIA

Descripción: MOÑO ARMABLE PQRN 10cm



Marca: COLS
Modelo: 6.500.00
Existencia Inicial (MOSTRADOR): 17.00

Código: 300517

Línea: FRATERIA

Descripción: SERPENTINAS(3 UNO)

DE 27X40X15CM MEGA



Marca: COLS
Modelo: 2.790.00
Existencia Inicial (MOSTRADOR): 60.00

Código: 300520

Línea: FRATERIA

Descripción: VELA VOLCAN



Marca: COLS
Modelo: 2.030.00
Existencia Inicial (MOSTRADOR): 60.00

Código: 300525

Línea: FRATERIA

Descripción: VELA NUMERO POLKA SERPEMTEX



Marca: COLS
Modelo: 2.590.00
Existencia Inicial (MOSTRADOR): 60.00

WILSON VARGAS POLANIA

CC 1219432
Villegorón CL 4 No 5-18
Teléfono: 314220988 / No registra mail

Código: 1703466119

Línea: FRATERIA

Descripción: BOM SERPEMTEX OLBORRAMA

BENVENIDOS 81CM (13 UNO)



Marca: COLS
Modelo: 8.900.00
Existencia Inicial (MOSTRADOR): 20.00

Código: 1703466120

Línea: FRATERIA

Descripción: BOM SERPEMTEX OLBORRAMA

PELEZ GRAPLE 81CM (13 UNO)



Marca: COLS
Modelo: 8.900.00
Existencia Inicial (MOSTRADOR): 17

Código: 1703466141

Línea: FRATERIA

Descripción: BOM SERPEMTEX CORAZON

LEGO 81CM (12 UNO)



Marca: COLS
Modelo: 7.900.00
Existencia Inicial (MOSTRADOR): 8.00

Código: 1703466100

Línea: FRATERIA

Descripción: BOM SERPEMTEX TUBITO

81CM (12 UNO)



Marca: COLS
Modelo: 6.900.00
Existencia Inicial (MOSTRADOR): 100

Código: 1703466210

Línea: FRATERIA

Descripción: BOM SERPEMTEX MARIN

81CM (12 UNO)



Marca: COLS
Modelo: 6.900.00
Existencia Inicial (MOSTRADOR): 100

Código: 1703466148

Línea: FRATERIA

Descripción: BOLA REGALO

81CM (12 UNO)



Marca: COLS
Modelo: 3.900.00
Existencia Inicial (MOSTRADOR): 100

figura 12portafoli

2.8 Whatsapp business

Par una empresa como lo es D´TODITO.COM es necesario contar con el uso de las herramientas tecnológicas y porque utilizar de forma eficiente el WhatsApp business, el

cual le permite al gerente tener un teléfono más personalizado para la empresa, puesto que por este medio es el más utilizado al igual que las redes sociales. A través de esta app de mensajería rápida se convierte en el medio más adecuado para enviar pedidos, imágenes de pagos de facturas y otras ventajas que no ofrece.

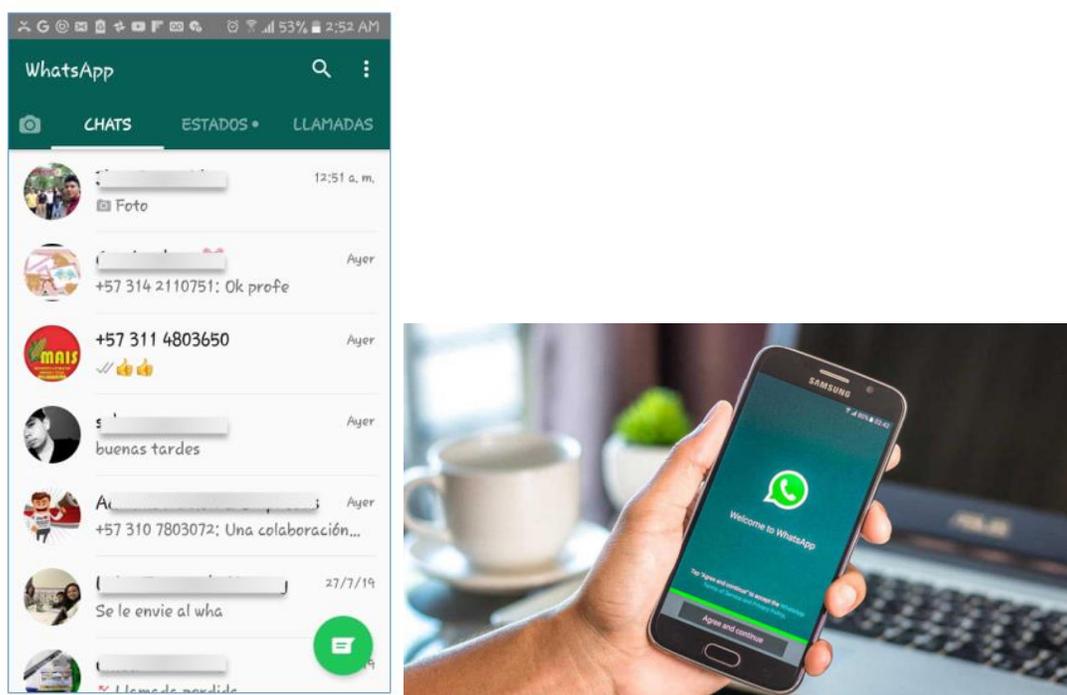


figura 13 Whatsapp business

2.9 Cronograma de estrategias y actividades

2.9.1 Cronograma de actividades

Los **cronogramas** son herramientas sencillas y accesibles para fijar los tiempos de ejecución de las actividades, el cronograma es la confirmación de esos deseos y su planificación en el tiempo.

Este cronograma se debe diseñar cada 6 meses, pero a su vez es modificable cada mes.

Este Cronograma te permitirá organizar, ejecutar y monitorear todas las actividades o tareas relativas a la estrategia del plan de trabajo para el desarrollo de tu proyecto de negocio o también para cualquier procedimiento dentro de tu empresa de una forma muy ordenada.



CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES JULIO A DICIEMBRE 2019

ACTIVIDAD	FECHA	CAMBIO DE FECHA	RAZON DEL CAMBIO
pago de IVA	23-07-2019. 23-10-2019		
reporte mensual de ventas	30 de cada mes		
reporte de cartera	30 de cada mes		
pedidos a proveedores	jueves cada 15 días		
pago de servicios públicos	17 de cada mes		
obligaciones financieras	25 de cada mes		
prestaciones sociales	1 de cada mes		
otros	15 de octubre 2019		

Tabla 6 cronograma de actividades

2.9.2 CRONOGRAMA DE ESTRATEGIAS

Al igual que cronograma de actividades y el **cronograma de estrategias** son herramientas sencillas la cual le brinda utilidades al empresario, puesto que al estar plasmadas le permiten tener una dinámica, la cual es la transcripción a tiempos de los procesos y acciones para llevar a cabo una estrategia, en él se establece cuanto tiempo va a costar a la organización que sus recursos se lleven a cabo en cada proceso y que tan efectiva ha sido la estrategia que sea ha desarrollado.

CRONOGRAMA DE ESTRATEGIAS JULIO A DICIEMBRE 2019



OBJETIVO	ESTRATEGIA	FECHA	RESPONSABLE	RECURSO	PROCEDIMIENTO	RESULTADO
fortalecer la comunicación interna.	portafolio electrónico		Asistente admón.	computador, internet, inventario	recopilar información de base de datos del inventario	ejecutar acciones concretas para llevar a cabo el accionar de los mismo
	WhatsApp bussnes		gerente	base de datos de contacto y proveedores	copia de datos	
	Capacitación del personal		jefe de ventas	computador, internet, videobam	recopilación de información de interés a socializar	
	Marketplace		Asistente admón.	computador, internet, Facebook empresarial	imagen de los productos y portafolio	
elaborar una guía de imagen corporativa	socialización de guía de imagen		Asistente admón.	computador, internet,	recopilación de material teórico	
	rediseño de la imagen corporativa de la empresa y de su estructura		Asistente admón.	computador, internet, diagnóstico realizado a la empresa	impresión de imagen corporativa	
	diseño sito web		gerente	hosting, dominio, computador, servidor, internet	recopilación de información de la empresa	
proyectar la imagen a la ciudadanía en general de forma permanente	implementación de ventas on line		gerente	hosting, dominium, computador, servidor, internet, cuenta bancaria	Designar le respectivo funcionamiento de la tienda online.	
	Participación y fortalecimiento en eventos educativos y culturales		gerente	productos,	patrocinio y publicidad en los evento.	

Tabla 7 cronograma de estrategia

2.10 IMPLEMENTACION matriz BSC

BSC		D.TODITO.COM									
OBJETIVO ESTRATEGICO	PERSPECTIVA	INICIATIVA ESTRATEGICA	FORMULA DEL INDICADOR	RESULTADO	META	Optimo	Tolerable	Deficiente	Responsable	FECHA LIMITE	
proyectar la imagen a la ciudadanía en general de forma permanente	Cientes	implementación de ventas on line	ventas - inventarios	10%	poblacion v/garzon	30	23	1 a 15	gerente	24-mar-22	
	Cientes	Participación y fortalecimiento en eventos educativos y culturales	pocisionamiento de la marca	10%	eventos	10	6	1 a 3	gerente	24-mar-22	
fortalecer la comunicación interna.	Procesos internos	portafolio electrónico	mayor control		poblacion digital	40	31	1 a 20	asistente admon	24-mar-22	
	Procesos internos	WhatsApp business	informacion inmediata		23%	23%	16%	10%	asistente admon	24-mar-22	
	Procesos internos	Capacitación del personal	crecimiento personal y empresarial		100%	100%	50%	20%	asistente admon	24-mar-22	
	Procesos internos	Marketplace	calidad de entrega		100%	100%	50%	20%	asistente admon	24-mar-22	
crecimiento interno	Financiera	incremento de las utilidades	$\text{margen neta} = \frac{\text{utilidad bruta} - \text{gastos e impuestos}}{\text{ingresos totales}} \times 100$		10%	10%	5%	1%	contador	24-mar-22	
	Financiera	crecimiento de ventas	numero de clientes-inventarios		100%	100%	50%	20%	contador	24-mar-22	
	Financiera	reduccion de costos	selección de proveedores- altos costos		100%	100%	50%	20%	contador	24-mar-22	
elaborar una guía de imagen corporativa	Aprendizaje y crecimiento	socialización de guía de imagen	crecimiento empresarial		100%	40	31	1 a 20	asistente admon	24-mar-22	
	Aprendizaje y crecimiento	rediseño de la imagen corporativa de la empresa y de su estructura	crecimiento empresarial		100%	100%	50%	20%	gerente	24-mar-22	
	Aprendizaje y crecimiento	diseño sito web	crecimiento empresarial		100%	100%	50%	20%	gerente	24-mar-22	

Tabla 8 matriz BSC

Conclusiones

La imagen corporativa es el conjunto de creencias, actitudes y percepciones que tiene el público es decir se crea en la mente del público por los mensajes emitidos por la empresa, por lo tanto, genera importancia aplicar estrategias referentes a imagen corporativa ya que mediante estas permite el crecimiento de la miscelánea D TODITO.COM, a partir del mejoramiento de imagen efectuado hay posibilidades de cambio, fortalecimiento y renovación en la empresa.

Se infiere que la imagen corporativa fortalece la empresa, porque el éxito depende de la imagen que proyecta y la relación que sustenta con sus clientes. Cada empresa u organización tiene sus propios métodos, cultura y tradición que en conjunto constituyen la identidad corporativa, el desarrollo de esta propuesta fue elaborado respetando el concepto de imagen que maneja la MISCELANEA D TODITO.COM en relación a la estructura organizacional y a los factores que se consideraban necesarios para proyectar la imagen corporativa para ello se formuló estrategias que se recopilaron en la totalidad del documento, las cuales fueron presentadas a gerencia para tome la decisión final de darle su respectiva aplicación con el ánimo de que la empresa se fortalece y tengas ciertas ventajas de tal forma que sea más competitiva.

Como resultado del diagnóstico de la imagen corporativa se obtuvo que la falta de innovación se convierte en un gran problema para manejarse correctamente en el mercado, para lograr el posicionamiento esperado, la imagen debe prevalecer en la publicidad que se pretende realizar para incursionar en el camino al éxito, donde se determinó que el

mejoramiento de la imagen corporativa atraerá a clientes potenciales que ayudarán a proyectar a la empresa entre los mejores de la región.

La propuesta del mejoramiento de la imagen corporativa será la herramienta precisa para permanecer en la mente del cliente intentando brindar una experiencia positiva para llegar a los objetivos establecidos.

Recomendaciones

- ✓ Se recomienda darle a aplicación a las estrategias plasmadas en el documento puesto que estas permitirán la renovación de la imagen corporativa de la empresa.
- ✓ Es necesario que la empresa opte por realizar ventas online con el fin de dar apertura a otros mercados.
- ✓ Es fundamental que la empresa este en constante rotación y actualización de su portafolio electrónico ya que esto es una forma de comunicación con los clientes.
- ✓ La empresa deberá siempre estar a la vanguardia para lograr un impacto en los clientes actuales y potenciales, que de cierta forma contribuirán a generar un posicionamiento privilegiado en el mercado.
- ✓ Un seguimiento continuo al mejoramiento de la imagen corporativa diferenciaría con el propósito de que su valor perdure a través del paso del tiempo.
- ✓ Mantener una innovación constante y atender prioritariamente a las necesidades o sugerencias de los clientes para mejorar el servicio.
- ✓ Considerar parte importante de la organización a la publicidad y promoción debido a que la competencia siempre intentará capturar mayor número de clientes con mejores ofertas al público.
- ✓ Se deberá primordialmente facilitar a los empleados capacitar continuamente, debido a que ellos forman parte de la estructura básica principal para una buena

atención de primera mano, así se cumpla y sobre pase con las expectativas de los clientes.

- ✓ Para incrementar la imagen corporativa de la empresa es necesario diseñar un tríptico, hojas membretadas y carpeta exclusivamente con información corporativa de la organización para sus proveedores y clientes mayoritarios.

Alcance

Estas estrategias están dirigidas al gerente y a sus colaboradores de la MISCELANEA D TODITO.COM con el propósito, de generar elementos que hacen parte del mejoramiento de la imagen corporativa de la empresa, los cuales serán de mayor utilidad para que se proyecte hacia al futuro y se afiance a otros mercados.

Bibliografía.

Galindo, M., Martínez, G., Fundamentos de Administración., México, Editorial Trillas, 1997.

Amaya, J., Gerencia: Planeación & Estrategia., SyC Publiarte, 2007.

Koontz, H., O'Donnell, C., Weihrich, H., Elementos de Administración., Quinta Edición, México, McGraw Hill Interamericana, 1996.

Certo, S., Peter P., Dirección Estratégica., Tercera Edición, Madrid, Irwin Editores, 1995.

David, F., Conceptos de Administración Estratégica., Quinta Edición, México, Prentice Hall Hispanoamericana, 1997.

Kotler, P., Marketing Management: Analysis, Planning., Implementación and Control, Prentice-Hall, New Jersey, 1988.

Rue, L., Byars, LL., Administración: Teoría y Aplicaciones., México, Alfaomega, 1995.