TECNOLOGO EN GESTION EMPRESARIAL

FICHA 2186644

INSTRUCTOR:WILFRED DARIO HERNANDEZ SANDOVAL

SENA – CAUCA COMERCIO Y SERVICIOS

POPAYAN

2021

COMPETENCIA A ORIENTAR 210601014

PROPONER ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN QUE CONTRIBUYAN AL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL NIVEL DE IMPORTANCIA Y RESPONSABILIDAD DE LAS FUNCIONES ASIGNADAS POR LA ORGANIZACIÓN

CARACTERISTICAS DE LA GESTION ADMINISTRATIVA

- La gestión administrativa está a cargo del gerente administrativo, que supervisa las operaciones de la organización y se asegura de que el flujo de información sea efectivo y de que los recursos se empleen de manera eficiente. Aportar valor agregado a la organización, dado que puede identificar prácticas obsoletas y desarrollar procesos que contribuyan a la mejora.

CARACTERISTICAS DE LA GESTION ADMINISTRATIVA

- El gerente administrativo **suele contar con un equipo de trabajo a cargo, integrado por jefes, analistas y encargados de la gerencia**. El gerente administrativo y su equipo tienen varias responsabilidades que cumplir y, dependiendo del rubro o especialidad en la que se desempeñen, pueden ocuparse de:

CARACTERISTICAS DE LA GESTION ADMINISTRATIVA

- Proponer y elaborar políticas, normas y procedimientos.
- Liderar varios equipos de trabajo.
- Supervisar la ejecución presupuestaria de la empresa.
- Proponer e implementar mejoras en las políticas de gestión de personal.
- Controlar el proceso de remuneraciones a los empleados.

CARACTERISTICAS DE LA GESTION ADMINISTRATIVA

- Elaborar programas de capacitación y desarrollo del personal.
- Realizar estudios y diagnósticos de manera periódica, sobre el clima de trabajo.
- Proponer, informar y mantener actualizado al directorio de la organización.
- Preparar planes y previsiones de ventas.
- Seleccionar estrategias de ventas.
- Diagramar la distribución del espacio de trabajo para los empleados.

CARACTERISTICAS DE LA GESTION ADMINISTRATIVA

- Se llama **rubro** de una **empresa** al sector en el que ésta desarrolla sus actividades comerciales. El **rubro** de las **empresas** es útil para ordenar a las **empresas** según el tipo de bienes, artículos o servicios que brindan.
- Ejemplos: **rubros** económicos: son el **rubro** textil, el **rubro** del calzado, el **rubro** alimenticio, el **rubro** de electrodomésticos, el **rubro** audiovisual, el **rubro** químico, el **rubro** industrial, el **rubro** automotriz, el **rubro** petrolero, el **rubro** editorial, el **rubro** turístico

EL PROCESO ADMINISTRATIVO

- En un flujo continuo e interrelacionado de las actividades que se desarrollan dentro de una organización, que son de vital importancia para la toma de decisiones y están orientados al logro del objetivo común y aprovechar los recursos humanos, técnicos, materiales, etc.

EL PROCESO ADMINISTRATIVO



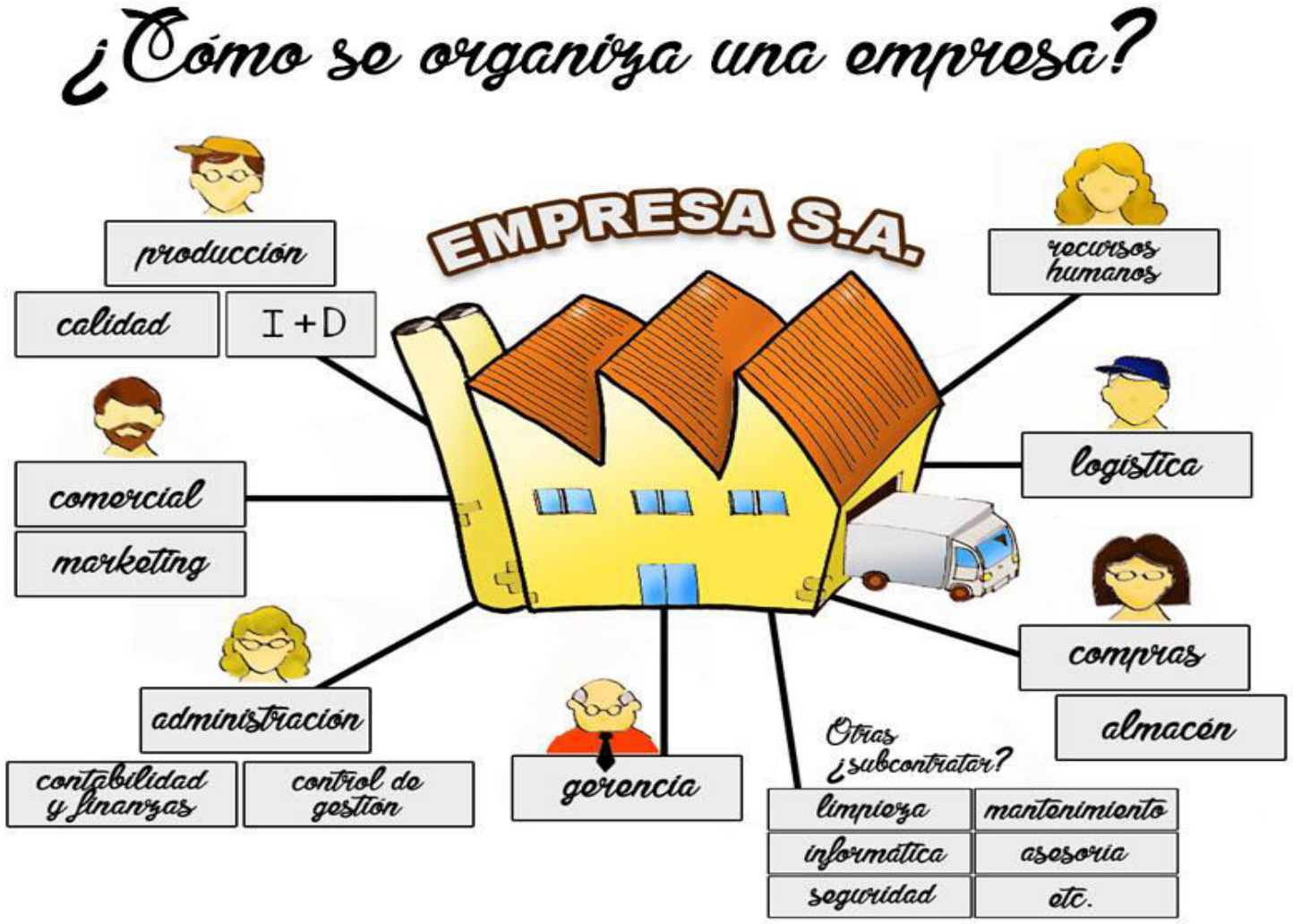
PLANEACION


Es la primera función del proceso administrativo
Premisas:
*Carácter público, social, económicas y técnicas
*Propicia el desarrollo de la empresa. *Reduce al máximo los riesgos. *Maximiza el aprovechamiento de los recursos.
PLANEACIÓN
Metas
Tiene propósitos de investigación, objetivos, estrategias.
Puede ser verbal ó escrita
Necesita de toma de decisiones.
Tiene pasos a seguir.

PLANIFICACION

- La **planificación** Empresarial es la hoja de ruta sobre la que se escribe el futuro del negocio. Igual que sucede en el ámbito de los proyectos, esta preparación previa a la ejecución, el análisis y estructuración que precede a la toma de acción es vital para minimizar el riesgo y apuntar hacia el éxito

ORGANIZACION



ORGANIZACIÓN

- **Organización de la empresa** se centra en la estructura y los modos de actuación para conseguir que la empresa logre los objetivos empresariales que se plantea. Cuando nos disponemos a crear una empresa (VISION, MISION, OBJETIVOS GENERAL Y ESPECIFICOS), es imprescindible definir cuál va a ser la forma en que se organiza la empresa para que todos sus componentes sepan cuál debe ser el funcionamiento correcto, las funciones que le corresponden las responsabilidades y las jerarquías

DIRECCION





Áreas funcionales de una empresa

DIRECCION

- Consiste en ejecutar las estrategias planificadas, orientando los esfuerzos hacia los objetivos a través del liderazgo, la motivación y la comunicación. Implica incentivar a los empleados, mantener una comunicación fluida con todas las áreas de la organización y establecer mecanismos de evaluación constante, entre otros.



CONTROL







CONTROL

- En administración, **control** es un mecanismo del proceso administrativo creado para verificar **que** los protocolos y objetivos de una **empresa**, departamento o producto cumplen con las normas y las reglas fijadas.

GRACIAS

DIAGNOSTICO DE LA ORGANIZACIÓN

APRENDICES:

ANA MARIA LONGO

JUAN CAMILO GAVIRIA BURBANO

GLORIA SANCHEZ

JHAN CARLOS URBANO ORTEGA

INSTRUCTOR:

WILFRED DARIO HERNANDEZ

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

TECNÓLOGIA EN NEGOCIACION INTERNACIONAL

FICHA 2143002

POPAYÁN-CAUCA

2021

TABLA DE CONTENIDOS

1. ANÁLISIS DE MERCADOS
    - 1.1. Análisis de la oferta
    - 1.2. Análisis de la demanda
    - 1.3. Portafolio de servicios
    - 1.4. Plan de mercado
        - 1.4.1. Análisis del mercado
        - 1.4.2. Mercado objetivo
        - 1.4.3. Análisis de los segmentos de mercado
        - 1.4.4. Análisis de proveedores
        - 1.4.5. Análisis de los intermediarios
        - 1.4.6. Análisis de la competencia
        - 1.4.7. Análisis de la situación interna
        - 1.4.8. Nuestro producto o servicio
    - 1.5. Estudio de mercado
2. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL
    - 2.1. Descripción de la organización
    - 2.2. Análisis de la estructura
    - 2.3. Análisis de los procesos
    - 2.4. Análisis de la estrategia
    - 2.5. Análisis del entorno general y entorno especifico (matriz PEST)
3. ANÁLISIS DE PRODUCCIÓN
    - 3.1. Capacidad disponible
    - 3.2. Eficiencia
    - 3.3. Porcentaje de producto defectuoso
    - 3.4. Eficiencia global
4. ANÁLISIS FINANCIERO
    - 4.1. Liquidez
    - 4.2. Solvencia
    - 4.3. Rentabilidad empresarial
    - 4.4. Flujo de caja

DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN

1. ANÁLISIS DE MERCADO

1.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA

El mercado canadiense ofrece al mercado internacional el gusto por los alimentos ya que son factores predominantes en la decisión de los canadienses al momento de adquirir frutas frescas. El consumidor canadiense está buscando alimentarse saludablemente para evitar enfermedades, por lo que se ha incrementado la demanda de ciertos alimentos como frutas exóticas que contienen altos valores nutricionales y también que ofrezcan variedad a precios cómodos.

(Costa Rica: Exportará frutas a Canadá | América Retail).

Países fuertes en uchuva.

La uchuva es originaria de Perú y crece como planta silvestre en zonas altas entre los 1 .500 y 3,000 m.s.n.m. Por ser considerado como un fruto que previene el escorbuto, fue introducido en Sudáfrica por los españoles hace más de 200 años. Desde allí se traslada Kenia, Zimbabwe, Australia, Nueva Zelanda, Hawai y la India, países en los que se cultiva comercialmente. Actualmente, la uchuva se encuentra en casi todos los altiplanos de los países tropicales y en varios subtropicales Incluyendo Malasia, China y los países del Caribe, entre otros. En la actualidad, Colombia es el mayor productor de uchuva del mundo, seguida por Sudáfrica.

(Proagropec - HISTORIA DE NUESTRAS UCHUVAS Historia La Uchuva.)

Chile: la Uchuva es conocida como amor en bolsa o capulí. En este país, el cultivo cuenta con pocas referencias. La siembra se realiza en el mes de julio, la floración se logra a los 105 días después de emerger y la maduración del fruto se alcanza en enero, a los 190 días, extendiéndose las cosechas en forma continua hasta los 290 días en el mes de marzo, en donde mueren las plantas por presencia de heladas. Las exportaciones de este producto son muy pocas, siendo Japón el principal país comprador, en donde alcanza un precio promedio de US$20 por 5kg. A partir de diciembre de 2011 se autorizó el ingreso, por parte de APHIS (Animal and Plant Health Inspection Service) de frutos de uchuva a Estados Unidos.

(Colombia: Competencia desleal y tasa de cambio afecta a los exportadores de uchuva (Physalis)

Brasil: se conoce con los nombres de: Mapati, Cucura, Imbauba Mansa, Puruma o Physalis. Las primeras investigaciones, se iniciaron en 1999, en la estación experimental de Santa Luzia, localizada en San Paulo, convirtiéndose en los pioneros en este cultivo. Se reportan producciones entre 2 a 3 toneladas de fruto en el año, que son comercializadas en mercados sofisticados de la capital paulista y en Rio de Janeiro con valores que oscilan entre US$12 a 16 por kg de fruta, convirtiéndose en una excelente oportunidad para los productores rurales del centro sur de Brasil, en ciudades que tienen condiciones agroclimáticas para el cultivo, como Áurea, Roca Sales, Vacaria y Carazinho y en la región de la Sierra Catarícense, especialmente en la ciudad de Lages y Fraiburgo. Actualmente, se realizan investigaciones por las Universidades Federal de Pelotas y Estatal de Santa En Brasil.

(Colombia: Competencia desleal y tasa de cambio afecta a los exportadores de uchuva (Physalis)

Costa Rica: ofrece una amplia variedad de frutas exóticas, entre ellas rambután, pitahaya, carambola y uchuva. El mayor consumidor de fruta costarricense es Estados Unidos; sus importaciones abarcan el 42,2% de los productos exportados de Costa Rica y consume cuatro veces la cantidad adquirida por el segundo mayor importados de fruta costarricense. La exportación hortofrutícola de Costa Rica tiene buenas perspectivas para los próximos meses.

Departamentos de Colombia fuertes en uchuva

Cundinamarca Producción 5.149 Toneladas

Boyacá producción 7.172 Toneladas

Antioquia producción 1.327 Toneladas

Cauca producción 415 Toneladas

Nariño producción 933 Toneladas

(minagricultura.gov.UCHUVA.pdf)

EMPRESAS

Empresa exportadora OCATI: Produce y exporta frutas exóticas colombianas a nivel global. Ofrece a cadenas de supermercados, mayoristas, exportadores e importadores un profundo conocimiento de los mercados y los clientes locales e internacionales. Cuenta también con un entendimiento comprensivo de la producción de nuestras frutas y ofrecen una operación eficiente de empacado de frutas exóticas.

Países Bajos fue el principal destino de las exportaciones de uchuva colombiana, con USD10,2 millones, seguido por Alemania, con USD6,3 millones y Bélgica, con USD5 millones. Fue la empresa colombiana que más exportó este tipo de fruta, con USD4,3 millones lo que equivale al 14,9% del total. (2019_exportación_uchuvas_fruta.pdf)

Novacampo S.A: es una empresa productora y comercializadora internacional de frutas frescas exóticas colombianas. Fue fundada en marzo del 2003 y sus primeras exportaciones de Uchuva (Physalis Peruviana) se hicieron vía aérea hacia Alemania.

Novacampo S.A, hoy en día gracias al trabajo de sus colaboradores y a sus altos estándares de calidad, ha logrado ingresar y sostenerse en un mercado de alta exigencia como en Europa e incursionar en Norteamérica, donde espera seguir creciendo.

La principal fruta que exportan es la uchuva, que se llama Physalis en el mercado europeo, y en Estados Unidos la Golden Berry. Exportan más de 2.000 toneladas de uchuvas al año.

Exporto con USD 3,7 millones.

Comercializadora Internacional Caribbeann Exotics S.A: su negocio comenzó en 1992 en un local arrendado en donde despachaban alrededor de 20 toneladas al mes. La comercializadora Caribbean Exotics exporta uchuva de Antioquia a 10 países. El principal país al que exportan es Alemania, además el Reino Unido está encantado con el sabor y exquisitez, forma y propiedades de la uchuva.

Exporto con USD3,5 millones. (2019_exportación_uchuvas_fruta.pdf)

Andes Export Company S.A: es una compañía colombiana de propiedad europea. Fue creada como empresa exportadora de frutas exóticas el 9 de septiembre de 1999. Desde esta época ha ido aumentando su volumen de ventas y por consiguiente su participación en el mercado internacional. En la actualidad los mercados objetivos de la empresa son Europa y Estados Unidos.

El producto líder es la uchuva, la cual se maneja en diferentes presentaciones, de acuerdo con las necesidades de los clientes. Adicionalmente han trabajado intensivamente en el obtener de las normas internacionales de seguridad alimentaria y de protección contra la contaminación ilegal de las cargas. Así garantizan a los clientes un producto saludable y libre de residuos de agro-químicos que son absolutamente nocivos para la salud del consumidor. Ya desde el año 2002 tienen la certificación Global Gap para Physalis. En las demás frutas se está trabajando la normatividad Global GAP

sin descansar, aunque es todo un reto por las circunstancias especiales en campo de las mismas.

Es muy importante el bienestar de los empleados y productores por lo tanto la empresa ha logrado el certificado FLO FAIRTRADE para Physalis, junto con un grupo de 48 cultivadores en el Departamento de Boyacá. La última novedad es la plena voluntad de salir lo más pronto posible del uso de agro-químicos en todos los cultivos. Así lograr en febrero 2012 la certificación ORGANICA o BIO para Physalis, tanto en cultivos específicos que en la parte pos cosecha que es completamente separada de la producción convencional.

Exporto con USD2,5 millones. (2019_exportación_uchuvas_fruta.pdf)

1.2. ANALISIS DE LA DEMANDA

Las demandas de Canadá en las uchuvas requieren sabores dulces, en cuanto a su presentación deben estar limpias y sin manchas, pues son muy exigentes con la apariencia de la fruta. Buscan productos que tengan muy buena calidad, precio y presentación. Prefieren un capacho color crema (no muy ácida). Su preferencia en consumo es en mermeladas, acompañados con maní, y estás también son preparados para las galletas. Usualmente se requieren cantidades pequeñas durante todo el año.

Canadá es uno de los países que más demanda esta fruta exótica, está fue la segunda más exportada después del banano. Eso nos hace ver que los habitantes acogen el producto cada vez más.

La uchuva colombiana, aunque también se vende fresca, los canadienses prefieren comprarla como fruto seco. Se consume como snack mezclada con nueces, maní u otros frutos secos. También se puede combinar con smoothies, galletas, muffins, barras o aderezo de salsas y mermelada.

La uchuva que se cultiva en Colombia se caracteriza por su calidad, tamaño, color y apariencia sana y limpia, factores que la hacen competitiva en los mercados internacionales.

Canadá es el país de América que más importa uchuva colombiana. Le siguen Brasil y Estados Unidos. Las exportaciones de uchuva hacia el mercado canadiense han crecido a una tasa anual promedio de 2,7% durante los últimos 5 años. En 2015 llegaron a los US$659.388.

Toronto, Montreal, Vancouver, Guelph y Calgary son algunas de las ciudades canadienses con oportunidad para la uchuva.

Para la importación de uchuvas desde Colombia, la Canadian Food Inspection Agency (CFIA) aplica la Norma Internacional sobre Medidas Fitosanitarias (NIMF).

Fuente procolombia

1.3. PORTAFOLIO DE SERVICIOS

Historia y objetivos

Mercajusto surge en 2015 bajo la necesidad de organizar asociaciones de productores creadas en el marco de la sustitución de cultivos de uso ilícitos para conectarlos con el mercado y generar sostenibilidad en el tiempo.

Es una empresa creada para brindar a pequeños y medianos agricultores servicios de acompañamiento técnico, recolección, selección y logística para la entrega de frutas exóticas a empresas de distribución local, exportadoras nacionales e importadores internacionales.

También contamos con la producción de nuestros propios cultivos de frutas exóticas en donde formamos y transferimos tecnología y conocimiento a nuestros agricultores.

Misión y visión(propósito)

Permite a la compañía tener objetivos claros y realistas. Define y determina cuáles son los recursos y actividades esenciales de la empresa y la estrategia (qué es nuestra empresa y qué debería ser). Es importante entender que el contar con un buena misión y visión es el resultado de un buen trabajo, no de esperar hacer dinero.

Acorde a muchos estudios, estos demuestran que las empresas con un alto sentido de propósito han gozado de mejores resultados financieros que las empresas que no tenían una cultura con alto sentido de propósito.

Clientes y proveedores

Después de Estados Unidos, la Unión Europea es el segundo socio comercial más importante para las exportaciones del agro colombiano. Por más de 30 años se ha forjado una relación de negociación para que los productos del campo entren a los países miembro sin problemas.

Ahora, la Comisión Europea trabaja en una nueva meta que busca a 2030 una serie de objetivos ambientales. Se trata del documento “De la Granja a la Mesa”, el cual no solo genera cambios en la forma como se alimentan los europeos, sino también en lo que se importa.

Segmentación de los clientes:

Importadores Internacional (distribuidores): (Europa, Canadá, China, Hong Kong, Emiratos Árabes)

Nacionales exportadores: Ocati S.A, Top Fruits S.A.S, Caribbean Exotics S.A, Frutas Comerciales, Nativa Produce, Avo Fruit, Westfalia Fruit Colombia, Novacampo S.A, Pacific Fruits S.A.S, Colombia Paradise S.A.S, FLP Colombia S.A.S, Arcangel Miguel International, Paz y flora.

Nacionales almacenes de cadena: Almacenes Cañaberal, Grupo Éxito, Superinter; Olimpica y Metro.

Relación con los clientes

Aquí se describen las clases de relaciones que la empresa desarrolla con sus clientes. Las relaciones pueden ser desde personalizadas hasta automatizadas y se basan en las siguientes tres motivaciones: adquisición de nuevos clientes, retención e impulso a las ventas:

Tipo de relación:

Directa: Vínculo establecido: Transaccional; Intimidad de la relación: Personal

Estrategia Adquisición: Penetración local, expansión internacional

Estrategia de Retención: Buena atención con el cliente, mejorando el producto a través de sugerencia del cliente, utilizar redes sociales, mejorar la imagen de marca, estrategias de recordación de marca.

Estrategia de venta cruzada: Ofrecer variedad de frutas exóticas

Servicios y proyectos

La compañía presta los servicios de acompañamiento a los proveedores, este se realiza de manera técnica en el ámbito del campo, cuenta con profesionales que llevan de la mano a estos cultivos para su mejor producción y desarrollo. Se puede mencionar que la empresa tiene servicio de almacenamiento donde se descarga y carga la fruta, también tiene como servicio la información de aplicación de insumos los cuales son ofrecidos por la misma empresa con certificación de ser orgánicos y no dañinos para el producto.

Los proyectos que se está llevando acabo es la construcción y compra de un lote para el acopio y exportación de la uchuva, se está llevando acabo nuevos planes de desarrollo para la producción de nuevos cultivos en sectores menos productivos, estos buscan cambiar la economía de esa zona.

1.4. PLAN DE MERCADEO

Como se venderá el producto

El producto da como referencia a la uchuva y a su proceso de venta en el país de Canadá, lugar en donde se va a realizar su exportación.

La venta de producto pretende ser en canastillas para distribuidores directos, los cuales comercializaran la mercancía a su gusto o a su preferencia comercial.

1.4.1. Análisis del mercado

Canadá imparte de un mercado generalizado y sofisticado, haciendo que su acceso sea limitado de buenas a primeras sin haberlo conocido desde antes. Dado a ello la presencia nuestra en tal mercado ha sido de gran ayuda para conocer sus oportunidades y sus limitaciones más profundas, teniendo como resultado garantías de viabilidad para la exportación de nuestro producto.

Otro factor importante del mercado de Canadá es que su reglamentación y condición aduanera permite a ciertos países realizar exportaciones de manera factible sin mayor

problema de restricción para el debido acceso sus productos, facilitando así la correcta comercialización de estos en el mercado.

Por ende, accionar en este mercado no solamente compromete a cumplir con todas las exigencias de los segmentos especificados sino de aportarles características y especificaciones de acuerdo a su consumo

Otro factor importante del mercado de Canadá es que su reglamentación y condición aduanera permite a ciertos países realizar exportaciones de manera factible sin mayor problema de restricción para el debido acceso sus productos, facilitando así la correcta comercialización de estos en el mercado.

Por ende, accionar en este mercado no solamente compromete a cumplir con todas las exigencias de los segmentos especificados sino de aportarles características y especificaciones de acuerdo a su consumo.

1.4.2. Mercado objetivo

El producto a presentar es la uchuva, una fruta exótica con gran potencial exportador y con un alto índice de consumo en Canadá, brindándole a esta una ventaja competitiva en tal país y así generar una mayor oferta de valor en este mercado objetivo.

Dicha información hace que nuestro producto obtenga mayor oportunidad de petición en el mercado y se comporte de manera positiva en cada segmento que lo necesita,

Por otro lado, la demanda progresiva de nuestro producto se hace cada vez más admirable gracias a la apreciación de productos solubles y sofisticados que les dan mayor valor agregado a ciertos productos, incluyendo a la uchuva.

1.4.3. Análisis de los segmentos de mercado

Segmentación geográfica:

Canadá país elegido para la exportación de uchuva ubicado en América del Norte con una superficie de 9.984.671. km², se divide en 10 provincias Columbia Británica, Alberta, Saskatchewan, Manitoba, Ontario, Quebec, Nuevo Brunswick, Nueva Escocia, Isla del Príncipe Eduardo, Terranova y Labrador. Toronto, Montreal, Vancouver, Guelph y Calgary son algunas de las ciudades canadienses con oportunidad para la uchuva.

Segmentación demográfica:

Personas de 22 a 55 años son los principales consumidores de uchuva en Canadá ya que las personas tienen más tendencia a buscar la veracidad en la información y comprobar si realmente el producto aporta beneficios saludables.

- Sexo que más demanda la uchuva en Canadá: es el femenino, ya que ellas son más conscientes sobre el cuidado de la salud y por ende tienen mayor continuidad y disciplina al consumir alimentos saludables.

Ciclo de vida de la familia en Canadá:

- Las parejas no tienen niños están aumentando a un ritmo más acelerado

de las que deciden tener bebés

- Cada vez es más común que varias generacione3s permanezcan en una misma casa (los hijos están viviendo más tiempo con los padres)
- Más personas están viviendo completamente solas.

Esta parte del censo, que se concentra en las familias, los hogares, el estado civil y el idioma, muestra que Canadá efectivamente está envejeciendo, con menos niños naciendo, y menos afinidad para el matrimonio. Algo que, sin duda, hará que los hacedores de políticas tomen decisiones en el futuro a favor de la inmigración

Los expertos aseveran que es importante prestar atención a estas dinámicas pues permiten entender las implicaciones del desarrollo social y económico, dado que, la familia es la institución más adaptable de nuestra sociedad.

La población, estimada en 35,15 millones de personas, está envejeciendo; hay más personas de la tercera edad que niños menores de 14 años, mientras la inmigración contribuyo con dos tercios del crecimiento poblacional entre 2011 y 2016. Esa diversidad también ha sumado un factor adicional a la complejidad del retrato familiar en Canadá.

(censo-2016-canada-familia-canadiense-parejas-hijos-personas-viven-solas-estadisticas)

Ingresos: el ingreso familiar disponible neto ajustado es la cantidad de dinero que una familia percibe, o gana, cada año después de impuestos y transferencias. Representa el dinero del que dispone una familia para gastar en bienes o servicios. En Canadá, el ingreso familiar disponible neto ajustado promedio per cápita es de 30.854 USD al año, cifra menor que el promedio de la OCDE de 33.604 USD.

Canadá reúne excelentes indicadores en las variables asignadas por el índice: empleo, ingresos, vivienda, comunidad, educación, equilibrio laboral-personal, medio ambiente, participación ciudadana, salud, satisfacción ante la vida y seguridad.

El Índice de Libertad Económica es muy importante para analizar la calidad de vida en una nación pues mide la capacidad de los individuos de tener bienestar económico como consecuencia del trabajo y del acceso a mayores opciones para producir, comerciar o consumir bienes y servicios.

Segmentación psicográfica:

Clase social de los canadienses: el Centro para el Estudio de Niveles de Vida, pues arroja que, para 2016, la mayoría de los canadienses generaron más que los americanos en términos de ingresos de un hogar promedio.

Poniendo las cifras en la misma balanza, un hogar canadiense obtendría $59,438 US, lo Respecto a la clase baja– media baja, los ingresos son también mayores para aquellos que residen en Canadá, pues, hablando en dólares americanos, los canadienses de estas clases económicas ganan aproximadamente $3000 más al año que sus similares americanos.

(venteacanada.com/se-generan-mas-ingresos-anuales-en-canada-que-en-estados-unidos/)

Personalidad de los canadienses: Son personas sencillas, tranquilas y muy formales, sin embargo, pueden ser enteramente afectuosas y cordiales. La confianza es un valor central. Se muestra una gran formalidad ante los rangos superiores en el entorno laboral y se trata con respeto a toda persona, sin importar su condición.

Aunque el canadiense es muy formal, también es cálido y cortés. Si pueden ayudar a alguien, lo harán sin ningún tipo de interés. Son personas, aunque reservadas, muy abiertas al trato con el otro.

Estilo de vida de canadienses: Comodidades como un transporte público organizado y puntual, múltiples opciones para disfrutar tus tiempos de ocio, una gastronomía diversa y la posibilidad de disfrutar maravillosos paisajes en las 4 estaciones.(informationplanet.com.ve/blog/cultura-de-canada-y-estilo-de-vida/)

1.4.4. Análisis de proveedores

Son los encargados de abastecer a la compañía de productos suficientes, donde la mayoría están afiliados a la empresa. Los proveedores afiliados a esta, en número son quince (15), de los cuales diez (10) tienen certificados de exportación y cinco (5) de ellos no los cuenta por motivos de compromiso y por circunstancias mayores. Hay un grupo aparte los cuales no hacen parte de la organización pero que vende su producto cuando los precios nacionales están muy bajos, o su coste es muy alto por poca producción. La empresa solo se encarga de almacenar y despachar la fruta, por eso el empaquetado lo

hace el proveedor en sus debidas canastillas de forma cuidadosa, si es estropeada o manipulada de forma brusca esta llegara a dañarse en un tiempo corto, provocando una descomposición más rápida por hongos y bacterias. La empresa cuenta con suministros de producción: abonos, fertilizantes, etc. Los afiliados a la empresa tienen beneficios de que su paga sea remunerada sea económicamente o por insumos, también harán parte del proceso de algún proyecto que se lleve a cabo. Los costes de producción se encargará el proveedor hasta que el producto sea entregado a la empresa, de ese momento en adelante esta será la que page costes de transporte y de pérdidas.

1.4.5. Análisis de intermediarios

La compañía tiene contrato con tres empleados los cuales se hacen responsables del cuidado, del descargue de fruta y de subir esta al camión para su despacho, esto se hace en zona de bodega.

La red de proveedores y socios que hacen que el modelo de negocio funcione. Este tipo de acuerdos son hoy en día un factor determinante para los modelos de negocio, ya que entre otros aspectos ayudan a reducir el riesgo o facilitan el acceso a recursos. El modelo distingue cuatro tipos de alianzas: a) Alianzas Estratégicas entre no competidores; b) Cooperación competitiva; c) Joint Ventures para desarrollar un nuevo negocio y d) Relaciones entre comprador-proveedor para garantizar suministros confiables.

1.4.6. Análisis de la competencia

Competencia directa	Competencia indirecta
-Venden lo mismo o satisfacen la misma necesidad que la empresa, compite por segmento de mercado. -Uchuva: vitamina A, B, potasio, fosforo. -Protege los huesos de la artritis y elimina paracitos -MERCAJUSTO -ASRAI LTDA CARIBBEAN EXOTICS	-No venden lo mismo, pero pueden llegar a satisfacer las mismas necesidades -Naranja: vitamina C, potasio, fosforo. -Limón: vitamina C Piña: vitamina A, C protege los huesos de la artritis, elimina parásitos -EXPONATIVA FRUITS SAS -AGROCOLFRUIT -CITRIEXPRESS

1.4.7. Análisis de la situación interna

La empresa cuenta con fondos de ahorro para situaciones de alto riesgo, estos fondos son utilizados para compra de material necesario como: canastillas, cajas, periódico, también para pagar costes de transporte y para inversión en la compañía. Las habilidades o competencias son alcanzar un alto desarrollo de producción con calidad de producto. Esto se da por la responsabilidad que se lleva en el servicio técnico y en cuidado del producto desde la cosecha hasta la entrega en bodega, con conferencias se da a entender la importancia de tener un buen producto esto conllevara beneficios económicos y confianza de los clientes.

1.4.8. Nuestro producto o servicio

Mercajusto ofrece productos que aporta a la salud de las personas en este caso la uchuva, entre otras frutas exóticas que son muy apetecidas en el mercado exterior, ofrece calidad para los consumidores y la confianza para futuros clientes. La uchuva se exporta pintona por su sabor y textura. La rápida maduración hace que en su llegada este más madura y la prefieran.

1.5. ESTUDIO DE MERCADO

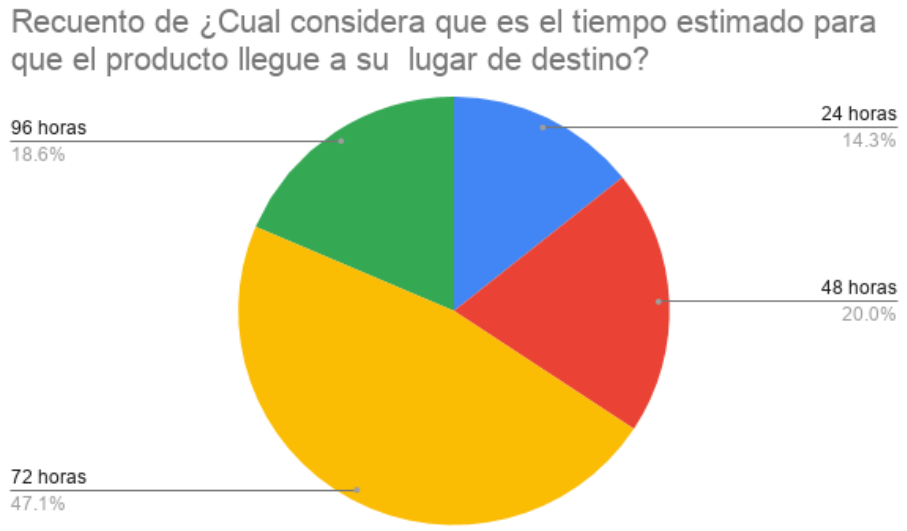
A partir de esta grafica podemos analizar sobre los clientes encuestados que no hubo una gran diferencia al asumir riesgos de perdida de producto, pero con un 54,3% no tomarían riesgos de perdida de productos

Tabla 1



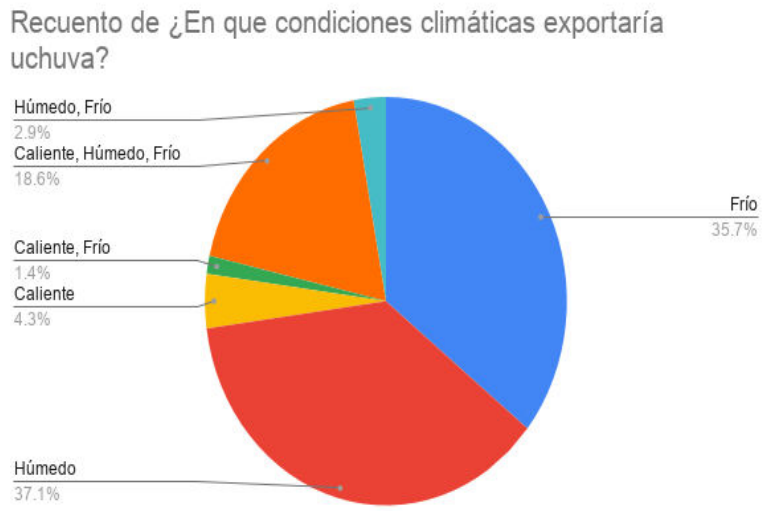
Con los resultados de esta grafica podemos concretar que la mitad de clientes encuestados prefieren o estiman que el tiempo regular es de 3 días por lo cual soportarían un retraso del producto, es conveniente este resultado para la empresa porque maneja un tiempo entre un día y dos días para la entrega.

Tabla 2



Haciendo un análisis de la gráfica y con información pertinente de cómo se debe exportar fruta, el resultado que nos lanza la encuesta de la condición climática es sobresaliente por motivos que la fruta llega de mejor estado en unas condiciones más frías o húmedas así el cuerpo del producto reposa y se desacelera la descomposición.

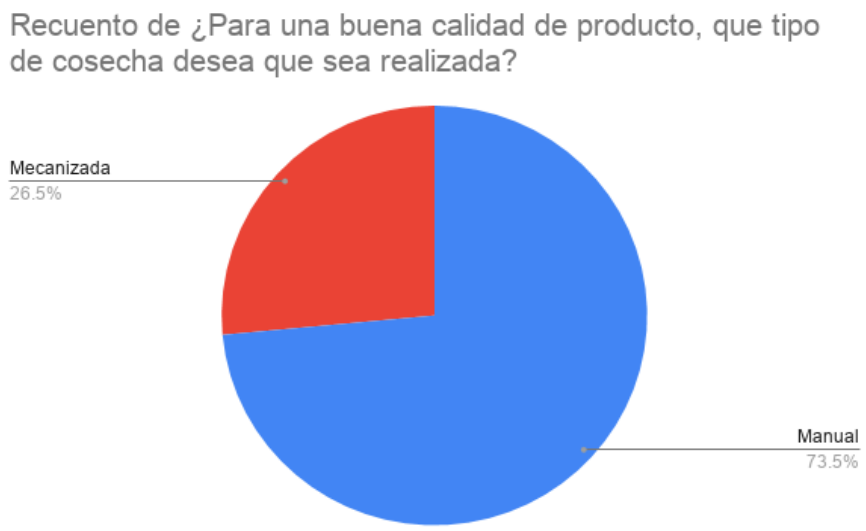
Tabla 3



Efectivamente los clientes prefieren una cosecha manual por que no se maltrata mucho y quienes trabajan en este proceso saben de lo que hacen, teniendo tacto muy delicado con la fruta para tenerla en buen estado así perdurara más tiempo hasta llegar a su destino.

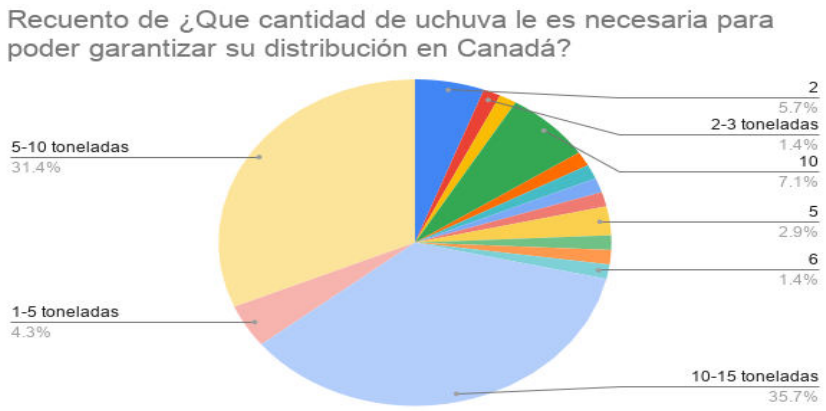
Quienes aportan por la forma mecanizada no están muy bien informados cuál sería su tecnología o si la fruta llega sana en el menor o mayor tiempo.

Tabla 4



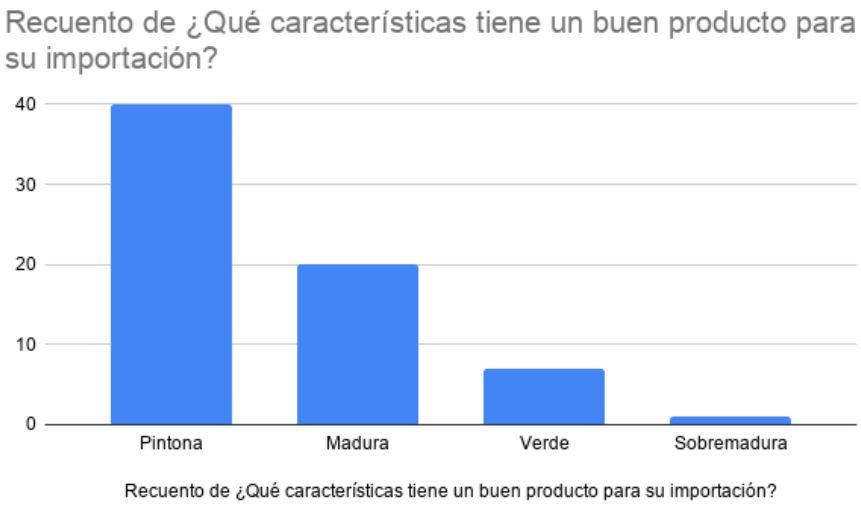
La exportación conlleva al maximizar la producción por lo cual la empresa se debe regir a lo que el cliente pida en cantidad, para el abastecimiento de grandes ciudades se necesita de grandes cantidades, por lo que se debe surtir en mayor concentración, de la gráfica se puede concluir que los clientes prefieren mayor fruta para así llegar a mas establecimientos centrales de ventas de productos orgánicos.

Tabla 5



Según la federación de exportación para que un producto sea exportable debe tener una característica entre verde y pintona, porque su viaje es bastante largo y mientras aquel producto se va tornando más madura y cuando llega al destino esta con mejor sabor y en su punto de consumo favorito de los compradores, analizando la gráfica nos conviene el resultado porque fue entre mayoría la buena elección de los clientes.

Tabla 6



Recuento de ¿Qué características tiene un buen producto para su importación?

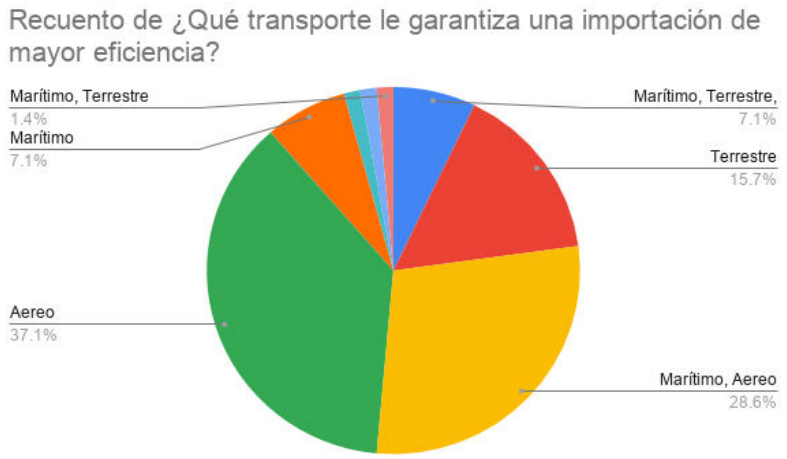
De acuerdo con el análisis de la gráfica y con los requerimientos de exportación concuerdan en su mayoría porcentual, manifestando que su exportación siempre se hará en canastillas, cajas y bandejas. Los clientes hacen buenas elecciones para el buen trato de la fruta y el buen transporte de ella.

Tabla 7



Haciendo una comprensión de la gráfica el aéreo parece ser más eficiente por motivos de que llega en menor tiempo y la fruta no se maltrata.

Tabla 8



Para mantener o tener una buena exportación se debe tomar los clientes que tienen mayor experiencia ya que sería más eficiente y según la gráfica la mayoría tienen buena reputación a la hora de comprar fruta extranjera y llevarla hacia su país natal.

Tabla 9



2. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

2.1. Descripción de la organización

EL MODELO DE LAS 7S DE MCKINSEY

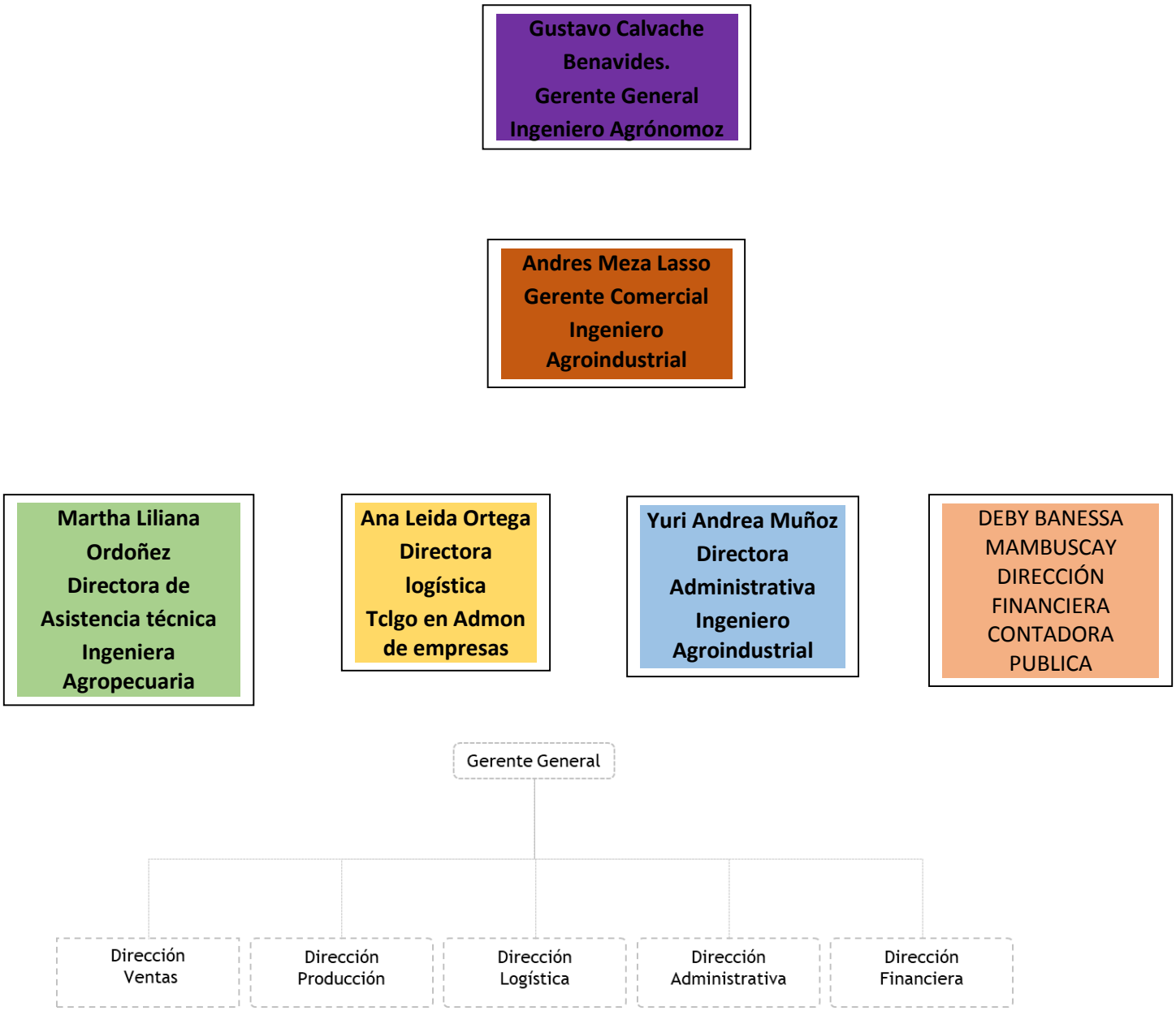
Estrategias (Strategy): Consolidar a Mercajusto en la exportación directa de frutas exóticas.

Objetivo de la estrategia: Corto plazo 2021: consolidar exportaciones de frutas exóticas (Gulupa, Granadilla y Uchuva), en dos países internacionales

Mediano plazo 2023: consolidar exportaciones de frutas exóticas (Gulupa, Granadilla y Uchuva), llegando a 4 países internacionales

Largo plazo 2025: consolidar exportaciones de frutas exóticas (Gulupa, Granadilla y Uchuva), alcanzando 8 países internacionales

Estructura (Structure)



Sistemas (Systems)

- Garantizar las áreas de cultivo para la producción de Gulupa, Granadilla y Uchuva.

- Garantizar el rendimiento de Ton/Ha, a través de los diferentes productores.
- Garantizar las alianzas estratégicas con el gobierno para el apoyo del desarrollo de las áreas productivas.
- Continuar con el desarrollo y consolidación del mercado nacional a través de los exportadores nacionales y los distribuidores locales.
- Garantizar la documentación de los procesos productivos y técnicas de producción.
- Garantizar los acuerdos y asociaciones con los productores.

Valores compartidos (shared values)

Somos un equipo de profesionales interdiciplinario convencidos de nuestra experiencia y apasinados por la transformación sostenible del campo que permite a nuestras comunidades alcanzar niveles de bienestar y desarrollo económico en nuestra región.

El propósito es la razón de ser de la empresa, es mucho más allá de su misión y visión. Define y determina cuáles son los recursos y actividades esenciales de la empresa y la estrategia (qué es nuestra empresa y qué debería ser). Es importante entender que el contar con un buen propósito es el resultado de un buen trabajo, no de esperar hacer dinero.

Habilidades (skylls)

- Vocación de trabajadores
- Experiencia en productividad, alto interés para innovar.

- Alianzas estratégicas con empresas locales y regionales para mejorar su producción.
- Cuenta con certificación ICA y está registrada ante Cámara de Comercio
- Viabilidad para exportar directamente en un mediano plazo.
- Organizamos el campo
- Tenemos vocación productiva
- Somos perseverantes
- Buscamos siempre la alternatividad
- Desarrollamos siempre nuevas ideas

Estilo (style)

Los directivos de la empresa manejan un estatus de liderazjo para dar ejemplo de competitividad ante sus trabajadores los cuales buscan ser innovadores y controlar a su tiempo cada desempeño laboral, sus ideas y participación ante alguna toma de decisión.

La recompensa monetaria no solamente es buen visto por sus clientes o socios, si no por el buen trato y el buen producto llevado a la venta por parte de la compañía. El reconocimiento a nivel nacional se a logrado por sus productos de calidad y por el desempeño administrativo de los socios empresarios.

Personal (staff)

Adecuó la infraestructura de la organización para ofrecer espacios más confortables a sus empleados, junto a un plan de compensación por desempeño y logros obtenidos.

2.2. Análisis de la estructura

Nombre de la empresa: Mercado Justo y Solidario.

Tipo de empresa: S.A.S

Número de empleados: 4. contadora, cargueros, transportista

Año de creación: 2015

Ubicación: Municipio de San Pablo Nariño.

Productos y Servicios: Uchuva, gulupa, granadilla, aguacate haz.

Presta servicios de acompañamiento técnico, recolección, selección y logística.

2.3. Análisis de los procesos

Requerimientos del cliente:

Para las uchuvas se requieren sabores dulces, en cuanto a su presentación deben estar limpias y sin manchas, pues son muy exigentes con la apariencia de la fruta. Se buscan productos que tengan muy buena calidad, precio y presentación. Prefieren un capacho color crema (no muy ácida). Usualmente se requieren cantidades pequeñas durante todo el año. El empaque debe contener a granel 1,8 kg, también les gusta en canastilla de 100 g con hoja incluida, pelada de 250 g o 227 g por canasta, empacada en una caja máster de 12 o 16 canasticas, las dos son aceptadas. A los compradores les gusta ver a la uchuva “peinada” en la caja (troncos organizados en un sentido). Debido a que uno de los factores más relevantes es el precio, el cambio de proveedores es altamente influenciado por esta variable. (procolombia)

Los canadienses prefieren comprarla como fruto seco. Se consume como snack mezclada con nueces, maní u otros frutos secos. También se puede combinar con smoothies, galletas, muffins, barras o aderezo de salsas, o mermelada. (Instituto nacional de contadores públicos de Colombia)

Procesos Estratégicos:

Plan de penetración de mercado local; nacional e internacional; ampliación a corto, mediano y largo plazo de su capacidad de producción; Estructuración de base de datos de clientes, certificación de fincas, productos y empacadora, plan de ventas, desarrollo de una buena plataforma logística y comercial, crear y mantener una buena relación comercial.

Proceso Operativo:

Documentación de procesos de producción, recolección, almacenamiento, distribución y exportación de las frutas, implementación de buenos procesos administrativos y operacionales.

Proceso Apoyo:

Seguimiento financiero de corto y mediano plazo, Gestión humana y jurídica

Financiero: Generar valor al accionista, Lograr la eficiencia Operativa,Lograr la expansión y crecimiento

Talento humano: Desarrollar la cultura organizacional acorde a la estratagia, desarrollar el capital humano para lograr el posicionamiento internacional.

Proceso Evolutivo:

2.4. Análisis de la estrategia

Misión:

Promovemos mercado justo en el campo para aportar un mundo mejor nutrido.

Visión:

Consolidar a Mercajusto en la exportación directa de frutas exóticas

Valores:

Transparencia: Transparencia implica confianza y las relaciones humanas, incluidas las comerciales, se forjan con confianza.

Puntualidad: No solo es importante tenerlo en cuenta para nuestro equipo y su hora de llegada a su trabajo, sino también en otras situaciones que afectan directamente al cliente potencial, como las reuniones de venta; al cliente actual, como los envíos y plazos de entrega; e incluso a nuestro equipo, como el pago de facturas y nóminas.

Libertad: Sobre todo, hacia nuestro equipo. Las personas creativas son cada vez más valiosas para una empresa, pero exigen libertad de pensamiento y de creación de ideas. Si no se la ofrecemos, nos abandonarán.

Responsabilidad: Tanto en la vertiente social como en la ecológica, si demostramos ser responsables con la sociedad y el medio ambiente, haremos ver que no nos interesan únicamente los beneficios económicos.

Claridad: A la hora de transmitir una idea, a la hora de cerrar un acuerdo, a la hora de explicar una serie de ventajas

Lealtad: Si nos mostramos leales y fieles con nuestro equipo y nuestros clientes, ellos nos devolverán esa fidelidad.

(kyocera)

2.5. Análisis del entorno general y el entorno específico (matriz PEST)

2.5.1. Factores políticos y legales

Documentos requeridos para ingreso de mercancías

Envíos comerciales

- Para envíos con valor menor a $1.600 CAD (Dólar Canadiense), se requieren tres (3) facturas comerciales.
- Para envíos con valor mayor o igual a $1.600 CAD (Dólar Canadiense), se requieren tres
- facturas expedidas por la Aduana de Canadá completamente diligenciadas y firmadas por la misma.
- Si la factura expedida por la Aduana Canadiense no es correctamente diligenciada, se requerirá un depósito de seguridad.

Reglamento para permisos de importación

El mercado canadiense establece restricciones al acceso de ciertos productos en sus fronteras como: textiles y prendas de vestir, productos agrícolas, productos de acero, armas y municiones; los cuales requieren permisos para su debida legalización, es importante que antes de enviar sus productos, consulten la lista de control de importación, allí encontrará la información sobre los productos que tienen restricciones.

El importador deberá obtener una licencia para la importación ante la Oficina de Control de Exportación e Importación del Ministerio de Asuntos Exteriores y Comercio Internacional de Canadá.

NORMATIVIDAD FITOSANITARIA

Exigencia de Cumplimiento de la Norma Internacional de Protección Fitosanitaria.

Canadá aplica la norma NIMF-15 desde el 16 de septiembre de 2005. Esta medida reduce el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias relacionadas con el embalaje de madera (incluida la madera de estiba), fabricado de madera en bruto de coníferas y no coníferas, utilizado en el comercio internacional.

Para Colombia, el ICA es la entidad encargada de autorizar la marca. Conozca la norma

NIMF-15 en español: DOCUMENTOS DE LA FAO.

Indicadores de comercio transfronterizo

Los costos y procedimientos relacionados con la importación y exportación de un embarque estándar de mercancías se detallan bajo este tema. Cada procedimiento oficial

se registra comenzando desde el acuerdo final entre las dos partes y terminando con la entrega de las mercancías.

2.5.2. Factores económicos

La situación general de la economía, los tipos de interés, el desempleo existente, el nivel de desarrollo del país etc. son factores que pueden hacer que una empresa venda más o menos, o que pueda producir más o menos barato, países poco desarrollados pueden ser poco atractivos para vender, pero sí para producir. Esto explica por qué muchas grandes empresas se van a producir a países poco desarrollados.

Entre los factores económicos se pueden mencionar la situación económica del país o región en el que se ubica la empresa, la presión fiscal sobre las empresas, el tipo de cambio monetario, la tasa de desempleo, el nivel de desarrollo económico, el crecimiento empresarial, etc. Por ejemplo, en situación de crisis económica las empresas reducen la inversión en publicidad y esto supone una amenaza para el sector periodístico al reducirse una de sus principales fuentes de ingresos.

2.5.3. Factores socio-culturales

Algunos de los problemas sociales en Colombia son la corrupción, la pobreza, el desempleo, la discriminación, la adicción a las drogas, la desigualdad de clases o la delincuencia juvenil.

De hecho, Colombia es la nación occidental con el peor registro en cuando a los derechos humanos se refiere, de acuerdo con los datos ofrecidos por los reportes de los derechos humanos llevados a cabo por la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

La guerrilla, la corrupción, la producción y tráfico de estupefacientes ha marcado el país de manera negativa y esta marca se traduce en múltiples problemas sociales que agravan las condiciones ya precarias del país.

En los últimos años, el país se ha estado recuperando. Sin embargo, con tantos problemas que afrontar, las mejorías han sido más bien lentas.

Principales problemas socioculturales

La corrupción: es uno de los problemas sociales más vistos que enfrenta Colombia. Esta se evidencia no solo en el gobierno sino también en el cobro de impuesto de muchas empresas multinacionales.

Uno de los casos más recordados de corrupción fue la financiación de grupos paramilitares por parte de empresas bananeras (principalmente la empresa estadounidense Chiquita Banana Brands), que se dio entre 1996 y 2004.

La Chiquita Brands estableció relaciones ilegales con grupos paramilitares con el objeto de controlar ilícitamente el movimiento obrero: básicamente se prohibió la formación de sindicatos y el derecho a la protesta social a través del terror infundido por los grupos armados.

Las investigaciones posteriores que se llevaron a cabo en torno a esta problemática demostraron que la multinacional estadounidense había entregado a los paramilitares colombianos más de 1,7 millones de dólares.

En el año 2007, Chiquita Brands se declaró culpable del financiamiento de grupos paramilitares y fue sancionada con una multa de 25 millones de dólares.

Desempleo: a inicios del año 2017, la tasa de desempleo se ubica en el 11,7 %, de acuerdo con los datos suministrados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia.

Pobreza: de acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia, en el año 2014, la línea de pobreza monetaria por hogar era de $894.922

Esto quiere decir que una familia con ingresos inferiores a los 894.922 pesos está incluida en la facción pobre de la población.

Para el año 2015, el porcentaje de pobreza monetaria era de 27, 8 %. Esta cifra ha disminuido en los dos últimos años. Sin embargo, el índice de pobreza monetaria continúa siendo alarmante.

Por otra parte, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística señaló que el valor de la línea de pobreza extrema es de $408.436. El porcentaje de personas en situación de pobreza extrema era de 8% para el año 2015.

Por último, se encuentra el índice de pobreza multidimensional, que hace referencia a cinco dimensiones: (1) condiciones educativas del hogar, (2) condiciones de la niñez y

de la juventud, (3) trabajo, (4) salud y acceso a servicios públicos, y (5) condiciones de la vivienda.

De acuerdo con el Departamento, el índice de pobreza multidimensional era de 20, 2 % en el año 2015.

Discriminación: en el año 2011, el Estado colombiano promulgó una ley en contra la discriminación racial, de género, de religión, de orientación sexual, entre otros.

Incluso se creó una ley contra el feminicidio, cuya condena es de 21 a 50 años, sin posibilidad de apelar a la reducción de la condena.

Sin embargo, aún se presentan casos de discriminación, siendo los más frecuentes aquello que involucran un trato desigual hacia las mujeres.

Por otra parte, se presentan casos aislados de discriminación en cuanto a la religión, siendo la comunidad judía una de las más afectadas.

Drogadicción: la drogadicción es un problema que afecta principalmente a la juventud colombiana. El incremento en el índice de drogadicción en Colombia se debe en gran medida a que el Estado ha controlado el tráfico de drogas hacia el exterior, lo que hace que los productores de estas sustancias alucinógenas busquen alternativas en el mercado interno del país.

La mayoría de la población colombiana que consume drogas se encuentra entre los 10 y los 24 años de edad. Los estupefacientes más consumidos son la cocaína, el cannabis, la heroína y algunos fármacos con prescripción médica.

El consumo de drogas es un problema que no sólo afecta la salud de los individuos, sino que agrava otros problemas sociales, tales como la delincuencia, la deserción escolar, el desempleo, entre otros.

Delincuencia juvenil: entre el año 2011 y el año 2014, diariamente se detenían entre 60 y 70 menores de edad por haber cometido crímenes varios, que incluían, pero no se limitaban al consumo de estupefacientes, daño a infraestructuras públicas, hurto y asaltos.

De hecho, los crímenes cometidos por jóvenes constituyen cerca del 12 % de los actos criminales cometidos por la población colombiana en general.

Estos datos resultan alarmantes puesto que los jóvenes son la generación de relevo. Si la delincuencia juvenil continúa de ese modo, el futuro del país estará lleno de criminales.

Situación de los derechos humanos: en Colombia es la peor de todo el Hemisferio Occidental.

A pesar de que la constitución de este Estado garantiza los derechos básicos del ciudadano (derecho a la vida, a la libertad, a la privacidad, a la justicia), los reportes de los derechos humanos en Colombia llevados a cabo por la Organización de las Naciones Unidas demuestran que el país presenta problemáticas en las siguientes áreas:

Integridad de los seres humanos. En cuanto a la violación de la integridad de la persona, destacan casos de privación de la vida, desapariciones forzosas de individuos y torturas y otros castigos dentro de las prisiones e instalaciones militares.

Corrupción. Con respecto a la corrupción, este es un problema grave en el país. Los casos de corrupción más críticos incluyen tráfico de drogas y empleo de fuerzas paramilitares.

Educación: la educación y el bienestar de los niños y adolescentes suele ser una de las principales preocupaciones de los colombianos. Hasta el momento, los recursos que se destinan a la formación no son suficientes para cubrir las necesidades de un buen sistema educativo.

La oferta pública es insuficiente y los colegios privados son bastante costosos para la mayoría de la ciudadanía, por lo que son muchos los menores que se ven obligados a desistir a tener una educación lo más completa posible.

Por ejemplo, cada año se sacan el bachiller 300.000 estudiantes que luego no pueden acceder a estudios superiores.

Esto provoca que la investigación se estanque o que se integren al trabajo personas poco cualificadas para sus puestos. En el peor de los casos, el abandono de la escuela conlleva a que el joven opte por vías más crudas y menos éticas para sobrevivir (delincuencia, drogadicción, prostitución, etc.).

Secuestros: el secuestro ha sido una mancha en la historia reciente de Colombia. Desde los años 70, cerca de 39000 personas han sido secuestradas, llegando a 10 casos al día a finales de los 90 y principios del 2000.

Afortunadamente, las medidas de los distintos gobiernos en el siglo XXI consiguieron disminuir drásticamente las cifras. Se pasó de los 3500 casos en el 2000 a los 170 de 2018.

La principal causa del éxito fueron las negociaciones con grupos paramilitares y la guerrilla de las FARC, principales responsables de la mayoría de los secuestros durante estas décadas.

Sin embargo, queda todavía por seguir disminuyendo la cifra y enfrentarse a nuevos retos como encontrar a muchas de las personas desaparecidas y hacer justicia con ellos.(líder.com)

2.5.4. Factores tecnológicos

Amenazas Tecnológicas para la empresa

Los más diversos cambios tecnológicos están afectando a todo tipo de empresas, grandes o PYMES, y a cualquier emprendedor a escala individual, desde los autónomos a los freelances en sus más diversas variantes. No siempre se trata de innovaciones profundas, sino que también importan variantes que afectan al día a día de responsables empresariales o emprendedores

Lo que es interesante es que la nueva tecnología se adopta rápidamente, lo que obliga a varias empresas a adaptarse rápidamente o correr el riesgo de quedarse atrás. En otras palabras, la tecnología siempre tiene un impacto en las empresas.

Realidad aumentada y virtual

La realidad aumentada (AR) y la realidad virtual (VR) han logrado un progreso significativo en el desarrollo. Hoy en día, ya se están adoptando en el mundo de los negocios. La razón principal por la que esta tendencia continuará en el futuro es que los consumidores están interesados en estas tecnologías. La idea de mezclar experiencias digitales y del mundo real parece ser bastante atractiva no solo para los consumidores, sino también para las empresas.

Las tecnologías AR y VR ya están presentes en las experiencias de los consumidores, como el comercio minorista y los bienes raíces. Sin embargo, estas tecnologías también han encontrado uso práctico en otros sectores. Por ejemplo, AR y VR, en particular, se pueden encontrar en varias industrias, como manufactura, salud y medicina, así como en negocios de comercio. El desarrollo continuo de estas tecnologías fomentará que esta tendencia tecnológica afecte a más industrias y empresas por igual.

Inteligencia artificial (IA)

Hoy en día, AI está presente en casi todos los ámbitos del negocio, desde las funciones de chatbot hasta los servicios de transcripción legal impulsados por AI que utilizan los bufetes de abogados hasta usos prácticos en industrias como la salud, la fabricación, la educación y otros. Podría decirse que AI es la tecnología adoptada más rápidamente debido a su capacidad de aprendizaje automático, aprendizaje profundo y reconocimiento natural que pueden ser utilizados por varias empresas grandes y pequeñas. Debido a su potencial aparentemente ilimitado, la tendencia de la IA continuará afectando los negocios e impulsando la innovación a través de las industrias en los próximos años.

Internet de las cosas (IoT)

Hoy en día, existe una creciente necesidad de más dispositivos y más conectividad en el mundo. Esta tendencia ya ha comenzado a afectar a los negocios modernos y continuará haciéndolo en el futuro. Esta demanda creó la necesidad de más dispositivos IoT. Hoy en día, los dispositivos y dispositivos inteligentes se están convirtiendo lentamente en un estándar no solo para los consumidores sino también para las empresas. Los dispositivos, como Alexa, Amazon, el Asistente de Google y otros de Amazon son muy populares entre los consumidores en estos días.

Para las empresas, los dispositivos IoT presentan una oportunidad única para recopilar información relevante sobre los clientes, con el fin de mejorar la experiencia general, así como mejorar la eficiencia del negocio y reducir los costes en el camino. Esta tendencia probablemente fomentará la producción y el uso de más dispositivos IoT. Tanto los consumidores como las empresas pueden beneficiarse de la implementación de IoT, lo que significa que esta tendencia probablemente continuará.

Concienciación sobre ciberseguridad

A medida que el mundo digital continúa creciendo, también lo hacen las amenazas que acechan en línea. Hoy en día, los riesgos de ataques cibernéticos son mayores que nunca y los delincuentes cibernéticos se dirigen a todos los que pueden tener en sus manos. Este problema ha llevado a una mayor conciencia acerca de la ciberseguridad y medidas de seguridad adecuadas para empresas y personas por igual.

La tendencia de la ciberseguridad afectará a todos en el futuro. La razón principal es que las empresas que operan en línea deben protegerse adecuadamente tanto a sí mismas como a sus clientes. No solo eso, sino que los consumidores serán más cuidadosos

cuando traten con empresas y lo más probable es que eviten las empresas sin la seguridad adecuada.

Integración en la nube

La computación en la nube ya ha afectado a numerosas empresas. Sin embargo, esta tendencia se vuelve más obligatoria cada año. Hoy en día, cada vez más empresas optan por soluciones basadas en la nube. Es seguro decir que las integraciones en la nube se convertirán en un estándar para las organizaciones modernas en un futuro próximo. La nube ofrece a las empresas oportunidades únicas para almacenar archivos, aprovechar recursos externos, como hardware y software, así como escalar oportunidades basadas en las necesidades actuales, entre otras cosas.

Las soluciones en la nube ayudan a mejorar la eficiencia, el rendimiento, la escalabilidad y la eficacia del negocio, al tiempo que ayudan a que sean más rentables. No solo eso, sino que la nube proporciona más seguridad y fiabilidad a las empresas que otras soluciones, lo que la hace muy buscada. Es probable que las tendencias tecnológicas basadas en la nube sigan afectando a las empresas, ya que sus beneficios son demasiado buenos como para ignorarlos.

La tecnología continúa avanzando y las industrias continúan adaptándose a las tendencias modernas. Cada vez que hay una nueva tecnología en el mercado, las empresas se apresuran a integrarla en sus operaciones para mejorar su eficiencia antes de que los competidores se pongan al día. A medida que la tecnología seguramente continuará evolucionando, las empresas continuarán siendo afectadas por las últimas innovaciones tecnológicas.

(https://cepymenews.es/tendencias-tecnologicas-empresas-2019/)

1.Inteligencia Artificial, Aprendizaje Automático e Internet de las Cosas (AI, ML e IoT)

2. Banca digital y a través de móviles

3. Atención a la generación Y o millennial (nacidos a finales del siglo pasado)

4. Publicidad hiperlocal (utilización localización)

5. Blockchain, Bitcoin y criptomonedas

6. Digitalización continuada (en especial Realidad Virtual y Aumentada)

6. Video en vivo

7. Flexibilización del espacio de trabajo

8. Seguridad de datos personales

(antoniopulido.es/cambios-tecnologicos-que-afectan-a-empresas-y-emprendedores/)

3. ANÁLISIS DE PRODUCCIÓN

3.1. Capacidad disponible

CD= ((Capacidad utilizada – tiempo asignado) / capacidad instalada) x 100

Capacidad instalada por semana= 7 días/semana x 24 horas/días= 168 horas/sema

Capacidad utilizada por semana= 6 días/semana x 7 horas/ días= 42 horas/semana

Tiempo asignado: 7 horas/semana

D= ((42-7) /168) x 100= 20,83%

100% - 20,83% = 79,17%

Solo el 20,83% es la capacidad Instalada se utiliza exclusivamente para producir, mientras que el 79,17% restante se usa para mantenimiento, descanso, etc.

3.2. Eficiencia

Mide la variación que existe entre la producción ideal y la producción real.

Eficacia (lograr el objetivo) + eficiencia (lograr el objetivo con el mínimo consumo de recursos) = productividad (hacer más con menos)

E= (Producción actual / producción estándar) x 100

E= (5.000 kg / 10.000kg) x 100% = 50%

3.3. Porcentaje de producto defectuoso

Mide el porcentaje que representan los productos defectuosos con respecto a la producción.

PD= (Total defectuosos/ total de producción) x 100%

PD= (3.500 kg / 5.000 kg) x 100% = 70%

Las causas de productos defectuosos pueden ser:

Desperdicios de materiales

Mal uso de la capacidad Instalada

Ineficiencia de la mano de obra

Ineficiencia de mediciones, controles, etc.

3.4. Eficiencia global

Considerar la capacidad disponible, la eficiencia y los defectuosos.

EGE= (CD / 100) x (E / 100) x ((1 - PD) /100) x 100

EGE= (20,83% / 100) x (50% /100) x ((1- 1.500) /100) x 100

EGE= (20,83% / 100) x (50% /100) x ((70%- 30%) /100) x 100

EGE= ((0,2083) x (0,5) x (0,4)) x 100

EGE= (0,041) x 100 EGE= 4,166

4. ANÁLISIS FINANCIERO

4.1. Liquidez

La empresa mercajusto s.a.s hasta las fechas enero y junio cuenta con una liquidez neta con activos corrientes seguros de un aproximado 103,790,031, también cuenta con un pasivo corriente dando un informe neto de 66,202,719.

4.2. Solvencia

En la solvencia según cálculos de contadora la compañía tiene como activos no corrientes un total neto de 18,000,000 en propiedad, planta y equipo.

4.3. Rentabilidad empresarial

La organización cuenta al igual que cualquier empresa con gastos los cuales son:

Gastos operacionales: 19,170,035

Costos de venta: 147,860,519

La empresa ha tenido unos ingresos netos de 175,246,284 los cuales han sido mermados por los gastos que son: (147,860,519 + 19,170,035) para obtener una ganancia de 8,215,729

4.4. Flujo de caja

En el flujo de caja a la empresa le ha entrado en activos corrientes y no corrientes 121,790,031 y en pasivos 66,202,719, obteniendo un patrimonio en caja de 55,587,313

FLORICAUCA

TECNÓLOGO EN NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

FICHA: 2143002

DANIELA RENGIFO

MAURICIO MACIAS BETANCURT

Producto tipo exportación

- **Nombre de la empresa:** Cooperativa Multiactiva de Cultivadores Y Comercializadores De Flores Del Centro Del Cauca.
- **Tipo de empresa:** Cooperativa
- **Número de empleados:** 340 empleados directos
- **Año de creación:** Julio 19 de 2019
- **Ubicación:** Kilómetro 15, vía Silvia, municipio Piendamó, municipio del Cauca
- **Productos y servicios:**
  - ✓ Flores
  - ✓ **Especie:** Crisantemo
  - ✓ **Arancel aduanero:** 06.03.14.10.00
  - ✓ **Variedades:** Margarita, Pompones, Micro pompones, Botones, Spider, Novedades.









Objetivo general

Analizar las oportunidades y posibilidades de participación en los mercados externos para la exportación de flores cultivadas por la Asociación FLORICAUCA que se encuentra ubicada en el Municipio de Piendamó, Departamento del Cauca.

Objetivos específicos

- Ofrecer a nuestros clientes el mejor servicio y la mejor calidad.
- Satisfacer las necesidades de los clientes al momento de solicitar nuestros servicios.
- Determinar las empresas o entidades que contribuirán y harán parte del proceso productivo.
- Posicionar la marca de la empresa a nivel local, regional, departamental, nacional e internacional.

Misión

Somos una empresa cooperativa productora de flores de excelente calidad ubicada en el centro del cauca, dedicada a atender la demanda nacional e internacional en un marco de buenas prácticas que permiten la sostenibilidad de los cultivos y el medio ambiente con el fin de mejorar la calidad de vida y fortalecer el desarrollo y progreso de los principios constituidos como territorio de paz

Visión

Para el año 2030 la cooperativa Floricauca será reconocida como una empresa productora y comercializadora de flores a nivel nacional e internacional por sus altos estándares de calidad que permiten el desarrollo sostenible de Floricauca generando impacto económico y social

Floricauca

el arte de las flores


Floricauca
el arte de las flores



FLORICAUCA

el arte de las flores


FLORICAUCA
El arte de las flores


FLORICAUCA
El arte de las flores









¡GRACIAS!

INTRODUCCIÓN DEL PROYECTO
CAFÉ VERDE ESPECIAL SUAVE DE MONTAÑA
FINCA CAFETERA EL PALMAR

INSTRUCTOR:

WILFRED DARIO HERNANDEZ SANDOVAL

APRENDICES:

JHONIER EDILSON DÍAS MOLINA

JOSELYN ZUÑIGA ASTAIZA

MARYERI CASTIBLANCO CARVAJAL

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

TECNÓLOGO NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

POPAYÁN – CAUCA

FICHA 2143002

NOMBRE DE LA EMPRESA: FINCA CAFETERA EL PALMAR

PRODUCTO: CAFÉ VERDE SUAVE DE MONTAÑA

Código Dian

Código armonizado: 090111

café sin tostar y sin descafeinar



OBJETIVOS GENERAL

Inicialmente organizar la empresa en todos los aspectos legales, administrativos y financieros.

Fortaleciendo la capacitación y buscando el acompañamiento de la federación nacional de cafeteros de Colombia y la asesoría de expertos para hacer el acompañamiento empresarial

Tener un conocimiento general de los posibles clientes y segmentar los mercados, conociendo los consumidores potenciales

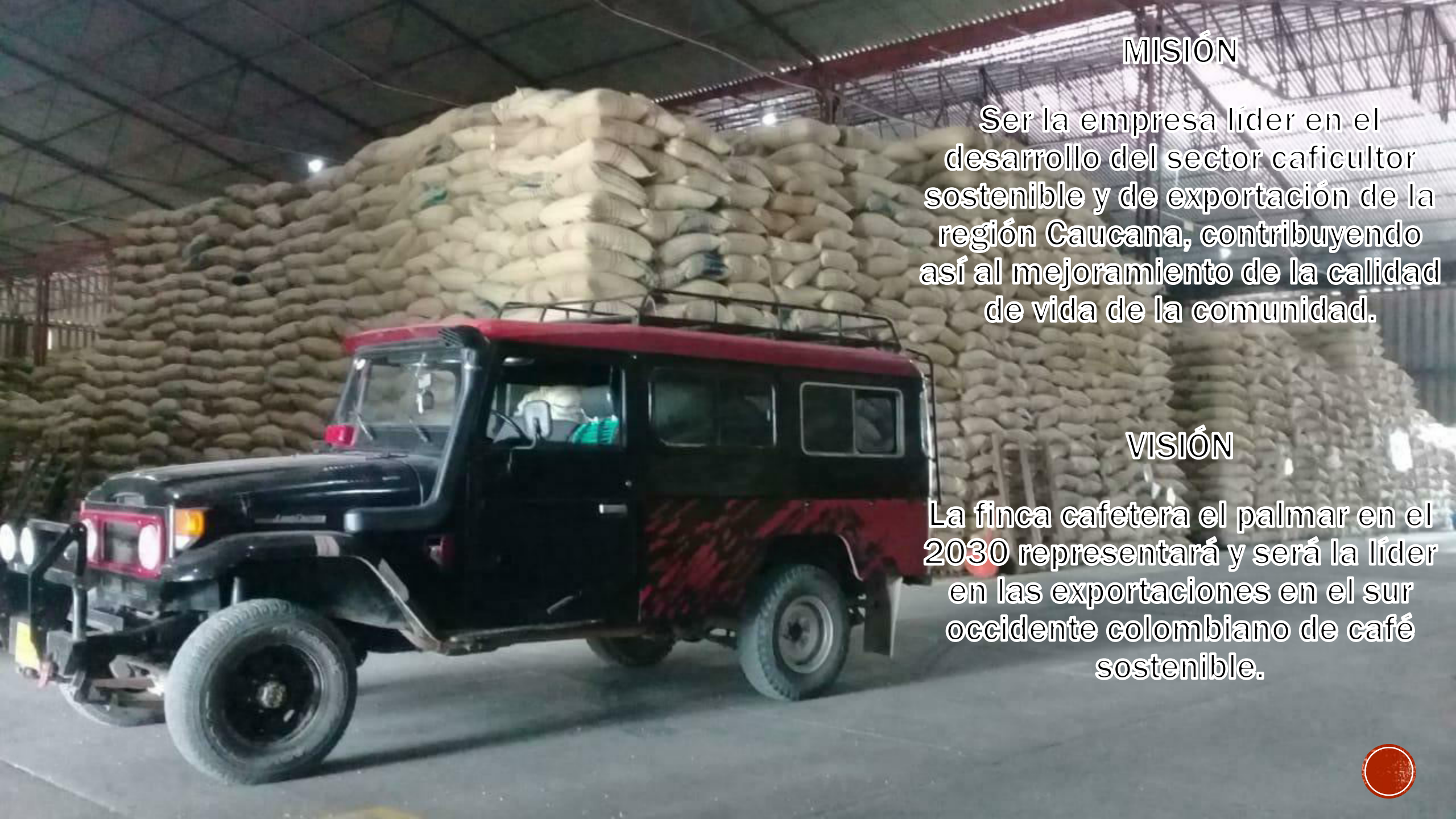
Determinar las oportunidades que brindan los mercados internacionales para la exportación y comercialización del café verde especial que se produce en la Finca Cafetera El Palmar ubicada en el municipio de La Vega- Departamento del Cauca

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Buscar alternativas de innovación agregando tecnología, capacitación y realizando un estudio técnico con el propósito de mejorar y ampliar la producción en gran escala del producto también buscando alianzas estratégicas que contribuyan a el éxito del proceso.

Generar y fortalecer espacios organizativos y de capacitación con intercambio de conocimientos de los procesos en el cultivo, y mantenimiento de las plantaciones de café con las familias y comunidad caficultora que trabajan en la finca, mantener un buen ambiente laboral y concientizar sobre las buenas prácticas agrícolas amigables con el medio ambiente ,analizando los impactos negativos y positivos del cultivo, con respecto a la producción del café para el medio ambiente cuidando las fuentes hídricas y minimizando los impactos negativos en la naturaleza.

Definir y segmentar el mercado objetivo y final buscando la comercialización y también analizando los datos arrojados durante el proceso de el plan exportador, buscando las condiciones adecuadas del país en el cual se encuentran más oportunidades, posibilidades y factibilidad para la exportación del café verde especial de la finca El Palmar, haciendo estudio y mercadeo del producto dándolo así a conocer.



MISIÓN

Ser la empresa líder en el desarrollo del sector caficultor sostenible y de exportación de la región Caucana, contribuyendo así al mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad.

VISIÓN

La finca cafetera el palmar en el 2030 representará y será la líder en las exportaciones en el sur occidente colombiano de café sostenible.



LOGO DE LA MARCA

REPRESENTA LA REGIÓN DEL SUR OCCIDENTE DEL CAUCA CORREGIMIENTO EL PALMAR DEL MUNICIPIO DE LA VEGA CAUCA EN EL MACIZO COLOMBIANO, LAS MONTAÑAS CON SUS SUELOS FÉRTILES DE ORIGEN VOLCÁNICO DE DONDE SE EXTRAE EL PRODUCTO DENOMINACIÓN CAFÉ SUAVE DE MONTAÑA, PODEMOS OBSERVAR EN LA IMAGEN DESDE EL CULTIVO HASTA SU ALMACENAMIENTO EN EL ACOPIO, LOS CAMPESINOS TRABAJADORES INCANSABLES QUE CULTIVAN CON PASIÓN SU TRADICIÓN DE SER CAFICULTORES DEL CAUCA IMPRIMIENDO ESFUERZO CON AMOR EN SU PRODUCTO.

Elegimos el **color verde** teniendo en cuenta la psicología de el color.
Verde es un **color** relajante y refrescante que induce a quién lo contempla sensaciones de serenidad y armonía. Está íntimamente relacionado con todo lo natural, simbolizando también la vida, la fertilidad y la buena salud.
En la parte de los frutos de café maduros para que sea el impacto rojo por que significa amor-energía pasión- acción.

ESLOGAN DE LA MARCA

DESCUBRE LA MAGIA, INSPIRACIÓN Y PASIÓN EN CADA GRANO DE CAFÉ DEL MACIZO COLOMBIANO.











Gracias a todos
por su atención

NICHO DE MERCADO

INSTRUCTOR:
WILFRED DARIO HERNANDEZ

APRENDICES:
JESSICA FERNANDA ESCOBAR
LESLY VIVIANA MUÑOZ
FRANKI ARLEY BOTINA

NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL
FICHA 2254882

¿ QUE ES NICHO DE MERCADO?

- Es una parte poco o nada atendida de un gran grupo de consumidores, una oportunidad oculta dentro de una rama de negocios amplia y competitiva.
- Es una porción de un segmento de mercado en la que los individuos que la forman poseen características y necesidades homogéneas que aún no están del todo cubiertas por la oferta del mercado.



CARACTERISTICAS



- Grupo pequeño: están compuestos por personas, empresas u organizaciones con necesidades en común.
- Necesidades o deseos específicos o parecidos: están dispuestos a pagar un extra con tal de adquirirlos
- Pocas o ninguna empresa proveedora: en generaren los nichos de mercados donde la expectativa de necesidad o deseo es de una alta especialización es muy normal que no existan mas de una o dos empresas proveedoras.
- Tiene tamaño suficiente para generar utilidades: nicho ideal es aquel que tiene tamaño necesario para que sea rentable.

DIFERENCIA ENTRE SEGMENTO Y NICHO DE MERCADO

- **Nicho de mercado:** se refiere siempre a un grupo diminuto e inexplorado.

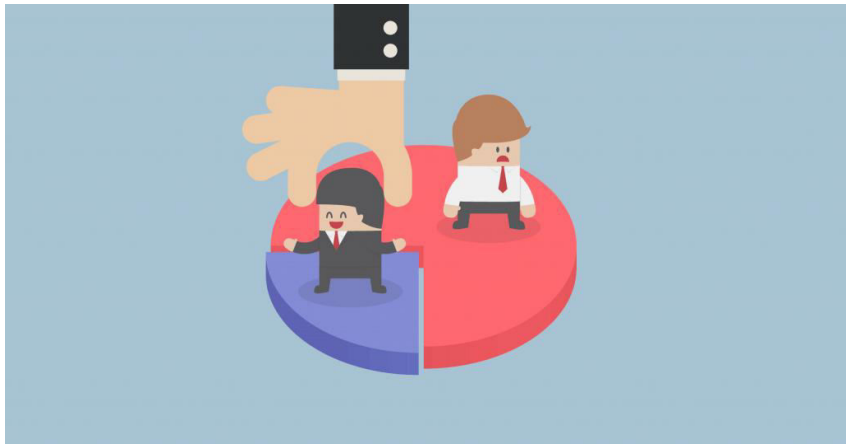


- **Segmento de mercado:** es el recorte más amplio de un mercado consumidor ya conocido.



¿QUÉ ES LA ESTRATEGIA DE NICHO DE MERCADO?

- Se denomina estrategia de nicho de mercado a todos los pasos necesarios para explorar las necesidades de mercado en un ámbito concreto y encontrar el nicho adecuado que suponga una oportunidad de negocio, así como al trabajo posterior para crear y hacer crecer un negocio en dicho nicho.





¿CÓMO DEBE SER UN NICHO DE MERCADO?

- Debe abarcar a un grupo relativamente reducido de personas, entidades o empresas.
- Ofrecer la rentabilidad
- Dar solución a una demanda concreta
- Ser un mercado de libre competencia





PRINCIPALES RETOS DE UNA ESTRATEGIA DE NICHO DE MERCADO

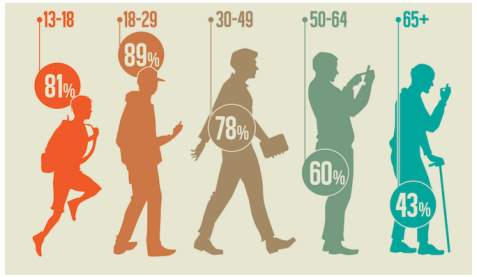
- Encontrar el nicho de mercado adecuado
- Encontrar el modo de llevarlo a la práctica
- Llegar al público objetivo

NICHO DE MERCADO DENTRO DE LA SEGMENTACIÓN

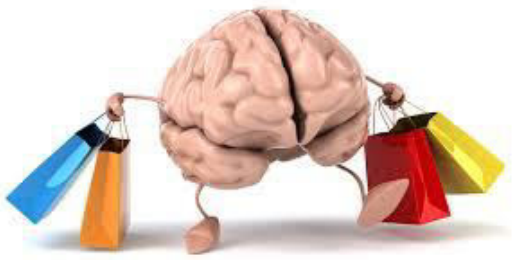
LA SEGMETANCIÓN SE HACE DE 4 FORMAS:

- Geográfica
- Demográfica
- Conductual
- psicográfica









Nicho de mercado basado en segmentación geográfica

- continente
- país
- estado
- ciudad
- vecindario
- región





Nicho de mercado basado en segmentación demográfica

- grupo de edad
- género
- renta
- ocupación
- raza
- generación
- nacionalidad
- clase social
- escolaridad









Nicho de mercado basado en la segmentación de comportamiento

- lo que ellos buscan
- lo que necesitan
- lo que conocen
- lo que consumen
- en qué cantidad consumen
- con qué frecuencia





Nicho de mercado basado en segmentación psicográfica

- tienen el mismo estilo musical preferido
- siguen el veganismo o el vegetarianismo
- son contra pruebas en animales
- tienen intolerancia a la lactosa
- defienden la libertad femenina







VENTAJAS DEL NICHO DE MERCADO

- Tiene menos competencia
- Los esfuerzos de marketing son mas fáciles y efectivos
- Puede llegar a conocer los clientes a profundidad
- Permite mayor especialización del producto o servicio
- Se pueden crear alianzas empresariales de mayor productivid



DESVENTAJAS DEL NICHO DE MERCADO

- Podría ser que al no tener gran competencia indique que el producto tampoco tiene un gran mercado.
- La competencia es mas fuerte cuando los mercados son pequeños



EJEMPLO DE NICHO DE MERCADO EN POPAYAN

- EL BANCO MUNDO MUJER OPTO POR EL NICHO DE MERCADO DE PERSONAS DE ESTRATO 1 Y 2 QUE NO PUEDEN RECIBIR CREDITOS DE UN BANCO AAA POR SU ACTIVIDAD ECONOMICA



CATALOGO
DE FLORES

ASOFLORICA
ASOCIACIÓN DE FLORICULTORES DEL
CENTRO DEL CAUCA

Quebrada grande - Tunía
luiscdiaz2012@hotmail.com
320 771 0959



Pinochos

NOMBRE CIENTÍFICO:	Crysantemun morifolium
NOMBRE COMERCIAL:	Pinochos
TAMAÑO:	Alto de 80 cm
TIPO:	Botón
FLORACIÓN:	Todo el Año
APERTURA FLORAL:	Botones
COLORACIÓN:	Pétalos Blancos, Verdes, Bronces, Rojos
UNIDADES POR CAJA:	50 Ramos De 7 A 10 Tallos/Ram
PESO APROX. POR CAJA:	16 Kilogramos
ALMACENAMIENTO:	Entre 2 Y 5 Grados centígrados
CAJA:	95 X 21.5 X 21.5
PESO RAMO:	280 Gr.

ASOFLORICA
ASOCIACIÓN DE FLORICULTORES DEL CENTRO DEL CAUCA



Margaritas

NOMBRE CIENTÍFICO:	Crysantemun morifolium
NOMBRE COMERCIAL:	Margaritas
TAMAÑO:	Alto de 80cm
TIPO:	Erecta
FLORACIÓN:	Todo el año
APERTURA FLORAL:	Blancas, amarillas, bronces, rojas
COLORACIÓN:	Pétalos amarillos con centro verde
UNIDADES POR CAJA:	50 ramos de 7 a 10 tallos por ramo
PESO APROX. POR CAJA:	16 kilogramos
ALMACENAMIENTO:	entre 2 y 5 grados centígrados
CAJA:	95 x 21.5x 21.5 cm
PESO RAMO:	280 gr

ASOFLORICA
ASOCIACIÓN DE FLORICULTORES DEL CENTRO DEL CAUCA



Polaris

NOMBRE CIENTÍFICO:	Crysantemun morifolium
NOMBRE COMERCIAL:	Polaris
TAMAÑO:	Alto
TIPO:	Erecta
FLORACIÓN:	Todo el año
APERTURA FLORAL:	Cushion
COLORACIÓN:	Pétalos blancos y amarillos
UNIDADES POR CAJA:	50 ramos de 7 a 10 tallos por ramo
PESO APROX. POR CAJA:	16 kilogramos
ALMACENAMIENTO:	Entre 2 y 5 grados centígrados
CAJA:	95 x 21.5 x 21.5 cm
PESO RAMO:	280 gr
B-9:	2500 ppm

ASOFLORICA
ASOCIACIÓN DE FLORICULTORES DEL CENTRO DEL CAUCA



Spider

NOMBRE CIENTÍFICO:	Crysantemun morifolium
NOMBRE COMERCIAL:	Spider
TAMAÑO:	Alto
TIPO:	Erecta
FLORACIÓN:	Todo el año
APERTURA FLORAL:	Pétalos rectos
COLORACIÓN:	Pétalos amarillos
UNIDADES POR CAJA:	40 ramos de 10 tallos por ramo
PESO APROX. POR CAJA:	16 kilogramos
ALMACENAMIENTO:	Entre 2 y 5 grados centígrados
CAJA:	95 x 21.5 x 21.5 cm
PESO RAMO:	400 gr

ASOFLORICA
ASOCIACIÓN DE FLORICULTORES DEL CENTRO DEL CAUCA



Spider

NOMBRE CIENTÍFICO:	Crysantemun morifolium
NOMBRE COMERCIAL:	Spider
TAMAÑO:	Alto
TIPO:	Erecta
FLORACIÓN:	Todo el año
APERTURA FLORAL:	Pétalos rectos
COLORACIÓN:	Blanco, amarillo, bronce, verde, púrpura
UNIDADES POR CAJA:	40 ramos de 10 tallos por ramo
PESO APROX. POR CAJA:	16 kilogramos
ALMACENAMIENTO:	Entre 2 y 5 grados centígrados
CAJA:	95 x 21.5 x 21.5 cm
PESO RAMO:	400 gr

ASOFLORICA
ASOCIACIÓN DE FLORICULTORES DEL CENTRO DEL CAUCA





Tinturadas

NOMBRE CIENTÍFICO:	Crysantemun morifolium
NOMBRE COMERCIAL:	Margaritas tinturadas
TAMAÑO:	Alto de 80cm
TIPO:	Erecta
FLORACIÓN:	Todo el año
APERTURA FLORAL:	Margarita
COLORACIÓN:	Rojas, azules naranjas verdes fucsia
UNIDADES POR CAJA:	50 ramos de 7 a 10 tallos por ramo
PESO APROX. POR CAJA:	16 kilogramos
ALMACENAMIENTO:	Entre 2 y 5 grados centígrados
CAJA:	95 x 21.5x 21.5 cm
PESO RAMO:	280 gr

ASOFLORICA
ASOCIACIÓN DE FLORICULTORES DEL CENTRO DEL CAUCA



Puma

NOMBRE CIENTÍFICO:	Crysantemun morifolium
NOMBRE COMERCIAL:	Puma
TAMAÑO:	Alto de 80cm
TIPO:	Erecta
FLORACIÓN:	Todo el año
APERTURA FLORAL:	Novedad
COLORACIÓN:	Blanca Y amarillo
UNIDADES POR CAJA:	50 ramos de 7 a 10 tallos por ramo
PESO APROX. POR CAJA:	16 kilogramos
ALMACENAMIENTO:	Entre 2 y 5 grados centígrados
CAJA:	95 x 21.5x 21.5 cm
PESO RAMO:	280 gr

ASOFLORICA
ASOCIACIÓN DE FLORICULTORES DEL CENTRO DEL CAUCA

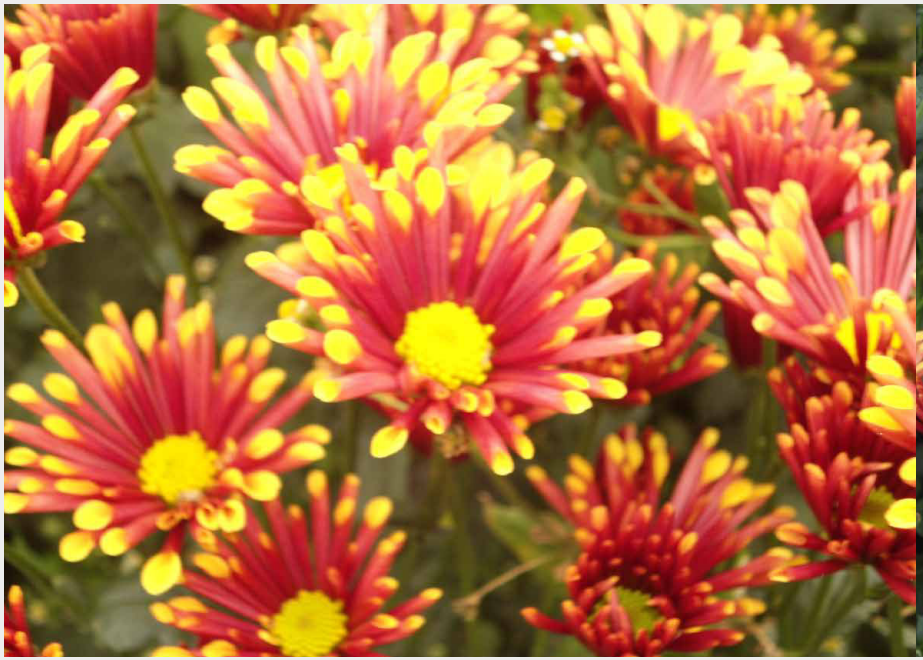




Orinoco

NOMBRE CIENTÍFICO:	Crysantemun morifolium
NOMBRE COMERCIAL:	Orinoco
TAMAÑO:	Alto de 80cm
TIPO:	Erecta
FLORACIÓN:	Todo el año
APERTURA FLORAL:	Novedad
COLORACIÓN:	Bicolor
UNIDADES POR CAJA:	50 ramos de 7 a 10 tallos por ramo
PESO APROX. POR CAJA:	16 kilogramos
ALMACENAMIENTO:	Entre 2 y 5 grados centígrados
CAJA:	95 x 21.5x 21.5 cm
PESO RAMO:	280 gr

ASOFLORICA
ASOCIACIÓN DE FLORICULTORES DEL CENTRO DEL CAUCA





Viarris

NOMBRE CIENTÍFICO:	Crysantemun morifolium
NOMBRE COMERCIAL:	Viarris
TAMAÑO:	Alto de 80cm
TIPO:	Erecta
FLORACIÓN:	Todo el año
APERTURA FLORAL:	Novedad
COLORACIÓN:	Yellow Y Lila
UNIDADES POR CAJA:	50 ramos de 7 a 10 tallos por ramo
PESO APROX. POR CAJA:	16 kilogramos
ALMACENAMIENTO:	Entre 2 y 5 grados centígrados
CAJA:	95 x 21.5x 21.5 cm
PESO RAMO:	280 gr

ASOFLORICA
ASOCIACIÓN DE FLORICULTORES DEL CENTRO DEL CAUCA



Discovery

NOMBRE CIENTÍFICO:	Crysantemun morifolium
NOMBRE COMERCIAL:	Discovery
TAMAÑO:	Alto de 80cm
TIPO:	Erecta
FLORACIÓN:	Todo el año
APERTURA FLORAL:	Novedad
COLORACIÓN:	Verde
UNIDADES POR CAJA:	50 ramos de 7 a 10 tallos por ramo
PESO APROX. POR CAJA:	16 kilogramos
ALMACENAMIENTO:	Entre 2 y 5 grados centígrados
CAJA:	95 x 21.5x 21.5 cm
PESO RAMO:	280 gr

ASOFLORICA
ASOCIACIÓN DE FLORICULTORES DEL CENTRO DEL CAUCA



ASOFLORICA

ASOCIACIÓN DE FLORICULTORES DEL
CENTRO DEL CAUCA



CONFECCIÓN INTERNACIONAL " GRACIA MUJER "

APRENDIZ:
JONATHAN STEVEN HERNÁNDEZ BAENA

INSTRUCTOR:
WILFRED DARIO HERNÁNDEZ

NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL
2143002

MISIÓN.

En Gracias mujer, conservamos las raíces de un legado que viene de generaciones, al crear prendas únicas, con diseños innovadores y exclusivos, teniendo como enfoque la mujer moderna, que desea verse y sentirse bella con prendas que la identifiquen por fuera y por dentro.

Por tanto nos definimos como una empresa familiar que arraiga sus diseños desde las vivencias diarias de la mujer, por lo que nos diferenciamos de una moda que se centra directamente en una tendencia y no en el sentir y vivir de nuestras clientas.



VISIÓN.

Al ser una empresa familiar donde tenemos el estilo moderno, innovador y creativo, aplicando a cada diseño un toque único como pequeños y coloridos detalles con bordados, tejidos y dibujos que solo nosotros hemos aplicado, por ello nos proyectaremos a 5 años como una marca reconocida en Colombia, y entre 7 a 8 años para llegar a mercados internacionales introduciendo la cultura Colombiana y amoldándose a los gustos de cada país donde abriremos nuestra tienda.





OBJETIVO GENERAL

- Lograr localizar la empresa con el reconocimiento industrial artesanal.
- Elaborar un plan de exportación.
- Lograr la expansión de la marca por medio de la población femenina con menos opciones de moda.
- Plasmar la cultura colombiana mediante algunas de nuestras prendas.

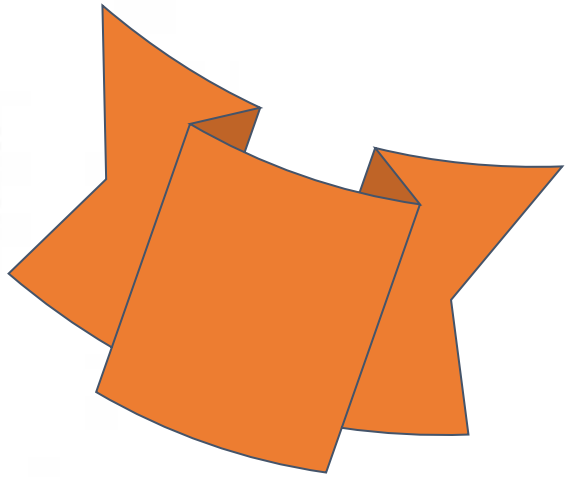
OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Impulsar nuestro producto mediante la publicidad indirecta.
- Centrar nuestros diseños mayormente sobre el diario vivir de la mujer y los colores que apoderan cada personalidad de las clientas.
- Lograr una inclusión fuerte con nuestros artesanos y raices.
- Llegar a las clientas mas olvidadas por las grandes industrias de la moda.



"Ten la libertad de usar lo que te haga sentir única"

Gracias





TALLER DE INVESTIGACION Y ANALISIS

NEGOCIOS INTERNACIONALES

1. Por qué los ricos son más ricos en los países pobres?
2. Principales barreras a la internacionalización de la empresa.
3. Cuáles son los principales problemas del comercio exterior.
4. Cual es la notable diferenciación en el desarrollo económico de los países (Americanos vs Europeos).
5. Cuáles son los problemas de comercio y desarrollo nacional e internacional
6. Que documentos se necesita para exportar e importar un producto?
7. Cuáles serían las consecuencias de no tener comercio con otras naciones?
8. Que es comercion exterior?
9. Qué es el dumping?
10. Cuáles son las consecuencias del Tratado de Libre Comercio?
11. Importancia de los mercados internacionales?
12. Cuál es la Globalización y las fuerzas sistemáticas del mundo actual?
13. Existe la posibilidad de realizar un seguimiento del mercado de contratos gubernamentales por área o actividad empresarial.
14. Cuál es la diferencia entre una patente y el registro de la marca?
15. Existe un capital mínimo de inversión para la constitución de una empresa? ¿Cómo puede realizarse esta inversión?

INSTRUCTOR
WILFRED DARIO HERNANDEZ SANDOVAL
Negocios Internacionales

Nota: realizarlo en formato Word y enviarlo al correo electrónico ingeniero.willy@misena.edu.co

TALLER DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS

Aprendiz: Juan Camilo Gaviria Burbano
Negociación internacional
Ficha: 2143002

- **¿Por qué los ricos son más ricos en los países pobres?**

  Porque se refleja un alto índice de desigualdad económica, haciendo que los sectores productivos, económicos, sociales y políticos se deterioren, De igual manera, la preservación de la distribución de la renta, ocasiona que que las clases más favorecidas o ricas, se encarguen de manejar tanto el capital productivo como los ingresos de toda una nación en situación de vulnerabilidad.

- **Principales barreras a la internacionalización de la empresa.**

  - Limitaciones de recursos financieros
  - Falta de personal directivo preparado.
  - Difultad para identificar potenciales clientes o socios.
  - Pocas oportunidades de negocio en otros países.
  - Dificultad para obtener información sobre mercados exteriores.

- **¿Cuáles son los principales problemas del comercio exterior?**

  - Desconocimiento de la mecánica de exportación
  - Burocracia
  - Desconocimiento de la normativa
  - Medidas arancelarias
  - Medidas no arancelarias
  - Falta de conocimiento del mercado
  - Cálculo deficiente del precio de exportación
  - Transporte
  - Desconocer los acuerdos comerciales
  - Impaciencia

- **¿Cual es la notable diferenciación en el desarrollo económico de los países (Americanos vs Europeos)?**

  La notable diferencia entre los países americanos y los europeos es la complementariedad de sus economías. Los principales socios

comerciales de los europeos son otros países del bloque, mientras en América Latina, suele ser mucho más importantes el comercio con Estados Unidos y China.

Esto se plasma en que el intercambio comercial dentro de cada bloque, para ello, el. comercio exterior de los miembros de la UE tiene como destino otros países del mismo bloque..

- **¿Cuáles son los problemas de comercio y desarrollo nacional e internacional?**

  El país y su política de comercio exterior hoy afrontan un momento crítico, debido al deterioro de los términos de intercambio, no solo por la fuerte reducción de las exportaciones totales sino, especialmente, por la reducción de las exportaciones industriales que no han experimentado cambios significativos en los precios internacionales, y curiosamente en un contexto de fuerte revaluación de la divisa, que debería de haber estimulado sus exportaciones.

  Además, Colombia registra comportamientos económicos destacados como el aumento de la inversión extranjera directa en el sector de materias primas, los tratados de libre comercio y la reducción de las barreras al comercio, el acierto de algunas políticas financieras y otros tantos aspectos más favorecieron el comportamiento de la economía. Pero esto no ha significado un desarrollo real, ya que la productividad y la inversión en sectores diferentes del petróleo y la minería han sido insuficientes debido a la fuerte carga tributaria a la inversión y la contratación laboral, así como a problemas de infraestructura y de acceso a financiación.

- **¿Qué documentos se necesita para exportar e importar un producto?**

  Exportar

  1. Factura comercial
  2. Lista de Empaque (si se requiere)
  3. Registro sanitario o Vistos Buenos (si lo requiere el producto)
  4. Documento de Transporte
  5. Otros Documentos exigidos para el producto exportador

Importar

1. Ubicación de la subpartida arancelaria.
2. Registro como importador RUT:
3. Estudio de mercado (precios, costos, gastos, etc.)
4. Identificación del producto
5. Procedimiento cambiario en las importaciones
6. Proceso de Nacionalización

- **¿Cuáles serían las consecuencias de no tener comercio con otras naciones?**

    - Los ingresos del país serían menores al no exportar los productos internos,, lo cual traería consecuencias negativas a la economía nacional.
    - La economía es menos fuerte al no contar con inversión extranjera y no tener acceso a créditos internacionales para promover el crecimiento del país.

- **¿Qué es comercio exterior?**

  El comercio exterior es el intercambio de bienes o servicios existente entre dos o más naciones con el propósito de que cada uno pueda satisfacer sus necesidades de mercado tanto internas como externas.

  Está regulado por normas, tratados, acuerdos y convenios internacionales entre los países para simplificar sus procesos y busca cubrir la demanda interna que no pueda ser atendida por la producción nacional.

- **¿Qué es el dumping?**

  Se trata de una práctica comercial que consiste en vender un producto por debajo de su precio normal, o incluso por debajo de su coste de producción, con el fin inmediato de ir eliminando las empresas competidoras y apoderarse finalmente del mercado.

- **¿Cuáles son las consecuencias del Tratado de Libre Comercio?**

    - Genera codependencia
    - Favorece a los poderosos.
    - Genera cambios vertiginosos
    - No beneficia a los trabajadores
    - Migra el empleo
    - Aumenta la inestabilidad económica interna

- **¿Importancia de los mercados internacionales?**

  Los mercados internacionales van a permitir que las economías se desarrollen, ya que estas son capaces de producir diferentes bienes y ponerlos en los mercados para que estos sean comprados por los países que no produzcan dicho producto de una forma eficiente, por lo que se beneficio de los bienes o servicios que ofrecen otros países que posean una mejor ventaja competitiva.

- **¿Cuál es la Globalización y las fuerzas sistemáticas del mundo actual?**

  La globalización afectó a los canales de comunicación, información y conocimiento (nuevo papel del internet y de los grandes medios de comunicación de masas) o al carácter y funcionamiento de la delincuencia internacional cada vez más poderosa y diversificada. Los fenómenos provocados por la globalización se extendieron desigualmente en el planeta, tanto al nivel de especialización (centros financieros crecientemente especializados vinculados a redes de paraísos fiscales, nuevos países periféricos de industrialización acelerada, nuevas potencias financieras por obra de grandes industrias petroleras.

- **Existe la posibilidad de realizar un seguimiento del mercado de contratos gubernamentales por área o actividad empresarial.**

  Sí, se puede realizar un seguimiento, por ejemplo, de cuáles son los competidores, los productos ofertados, las marcas, los precios habituales y los nombres de los organismos públicos que han adquirido X productos o han contratado Y servicios u obras públicas. Asimismo, además del control de las nuevas licitaciones que se publican, es posible

crear un informe de comportamiento del mercado, por ejemplo, del último año, o incluso más extenso si fuera necesario.

- **¿Cuál es la diferencia entre una patente y el registro de la marca?**

  La principal diferencia entre patentes y marcas se da en el elemento que protegen. Por una parte, la marca protege los productos y servicios que ya existen, consiguiendo diferenciarse unos de otros por la marca que le representa. Mientras que una patente protege un nuevo producto o tecnología

- **Existe un capital mínimo de inversión para la constitución de una empresa? ¿Cómo puede realizarse esta inversión?**

  En Colombia, constituir una sociedad o persona natural es un proceso rápido, sencillo y económico que puede llegar a costar hasta $1,7 millones, dependiendo del monto de su capital. No obstante, lo más importante será contar con la inversión inicial que le permita formalizar su idea de negocio.

  Ahora bien, al momento de invertir se debe pensar en una idea de proyección futura de la empresa, tomando en cuenta tanto su capacidad financiera como su personal activo. Todo ello en favor de que la inversión prevalezca y se pueda mantener como capital propio o de carácter accionista.

TALLER DE INVESTIGACION Y ANALISIS

NEGOCIOS INTERNACIONALES

APRENDIZ:

ALMA ROCIO MAZABUEL ISIQUITA

INSTRUCTOR:

WILFRED DARIO HERNANDEZ SANDOVAL

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

TECNOLOGÍA EN NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

FICHA 2143002

POPAYÁN-CAUCA

2021

1. ¿Por qué los ricos son más ricos en los países pobres?
   - Los grandes magnates o empresarios aprovechan la economía barata para ellos multiplicar sus ingresos empresariales comprando propiedades, así de esta manera demuestran que son grandes en la economía en un país pobre.

2. ¿Principales barreras a la internacionalización de la empresa?
   - Limitaciones de recursos financieros: En su funcionamiento interno. La empresa necesita dinero para financiar su actividad productiva, capital circulante, etc. Más directamente relacionado con su actividad internacional, la empresa necesita disponer de recursos para para financiar sus actividades comerciales y de marketing (visitar mercados, participar en ferias y misiones comerciales, preparar material promocional, etc.

3. **¿**Cuáles son los principales problemas del comercio exterior?

- El transporte, la competencia en el mercado, los aranceles, licencia de exportación, los permisos, el etiquetado de producto,

4. ¿Cuál es la notable diferenciación en el desarrollo económico de los países (Americanos vs Europeos)?

- Que los países americanos no tienen tanta competencia que los países europeos.

- Los países americanos tienen más requisitos que los países europeos.

5. ¿Cuáles son los problemas de comercio y desarrollo nacional e internacional?
   - La falta de producto, la falta de transporte, escases de recursos.

6. ¿Qué documentos se necesita para exportar e importar un producto?
   - Factura comercial
   - Certificado de origen
   - Documento de exportar e importar de transporte
   - Póliza de seguro
   - La DUA de exportación e importación

7. ¿Cuáles serían las consecuencias de no tener comercio con otras naciones?
   - La primera consecuencia de no tener comercio en otras naciones es no tener abierto el mercadeo de determinado producto.
   - Porque no tienen buenas relaciones comerciales
   - Los ingresos del país serían menores al no exportar los productos internos
   - La economía es menos fuerte al no contar con inversión extranjera y no tener acceso a créditos internacionales para promover el crecimiento del país

8. ¿Qué es comercio exterior?
   - Es el intercambio, transacciones, ventas (exportaciones) o compras (importación) de bienes intermedios, materias primas, productos finales, o servicios entre 2 o más países, o entre regiones.

9. ¿Qué es el dumping?
   - Venta a pérdida, dumpin o competencia desleal se refiere a la práctica de vender por debajo del precio normal o a precios inferiores al coste con el fin de eliminar a la competencia y adueñarse del mercado.

10. ¿Cuáles son las consecuencias del Tratado de Libre Comercio?
    - No cumplir con el tratado, esto lleva a consecuencias de demanda por falta de cumplimiento.
    - El TLC afectará a Colombia porque la producción de las empresas nacionales va a tener un precio muy insignificante comparado con las de otros países, pero por otro lado permitirá que las personas compren productos a muy bajos precios.

11. ¿Importancia de los mercados internacionales?
    - Atrae a inversionistas.
    - Buena economía y desarrollo a un país.

12. ¿Cuál es la Globalización y las fuerzas sistemáticas del mundo actual?
    - La globalización es un proceso económico, tecnológico, político, social y cultural a escala mundial que consiste en la creciente comunicación e interdependencia.
    - Las fuerzas sistemáticas es un modo de análisis que evalúa todas las partes que se interrelacionan y que a su vez conforman una situación hasta lograr una mayor conciencia de los sucesos y del porqué**.**

13. Existe la posibilidad de realizar un seguimiento del mercado de contratos gubernamentales por área o actividad empresarial.
    - Si existe el seguimiento de contratos gubernamentales ya que estas entidades tienen la obligación de reportar a los ministerios los aranceles que se recogen en la nación.

14. ¿Cuál es la diferencia entre una patente y el registro de la marca?
    - las diferencias entre una marca y una patente es una pregunta recurrente que nos hacemos cuando estamos en el proceso inicial de protección de nuestras ideas y proyectos; partiendo de aquí, resulta necesario entender la diferencia entre marcas y patentes, ya que son propiedades intelectuales que suele confundirse; que protegen elementos totalmente diferentes y de igual manera tienen procesos de protección diferentes.

15. ¿Existe un capital mínimo de inversión para la constitución de una empresa? ¿Cómo puede realizarse esta inversión?
    - Si existe un capital mínimo
    - Primero que todo buscaría un inversionista o buscaría un crédito para ampliar el capital.
    - Lo segundo seria buscar un buen sitio o ubicación para la empresa.
    - Lo tercero legalizar la empresa.
    - Lo cuarto empezar a buscar personal y maquinaria.
    - Lo quinto es empezar a aumentar la producción y comercialización del producto.

TECNICAS DE VERIFICACION Y CONTROL

- **NEGOCIACION INTERNACIONAL**
- **INTEGRANTES :**
- **IVAN HERNESTO SALAZAR ANAYA**
- **OSCAR IVAN GUEVARA MANZANO**
- **YULI ANDREA TRUJILLO DELGADO**

TECNICAS DE VERIFICACION Y CONTROL DE MERCANCIAS

1. **NSPECCION VISUAL**
2. **INSPECCION 100**
3. **INSPECCION MUESTRAL POR ACEPTACION**
   - **muestreo de aceptación por variable**
   - **muestreo por atributos**
   - **Muestreo por atributo simple**
   - **Muestreo por atributo doble**
   - **Muestreo por atributo múltiple**
4. **CONTEO DE MERCANCIAS**

INSPECCION VISUAL







INSPECCION 100

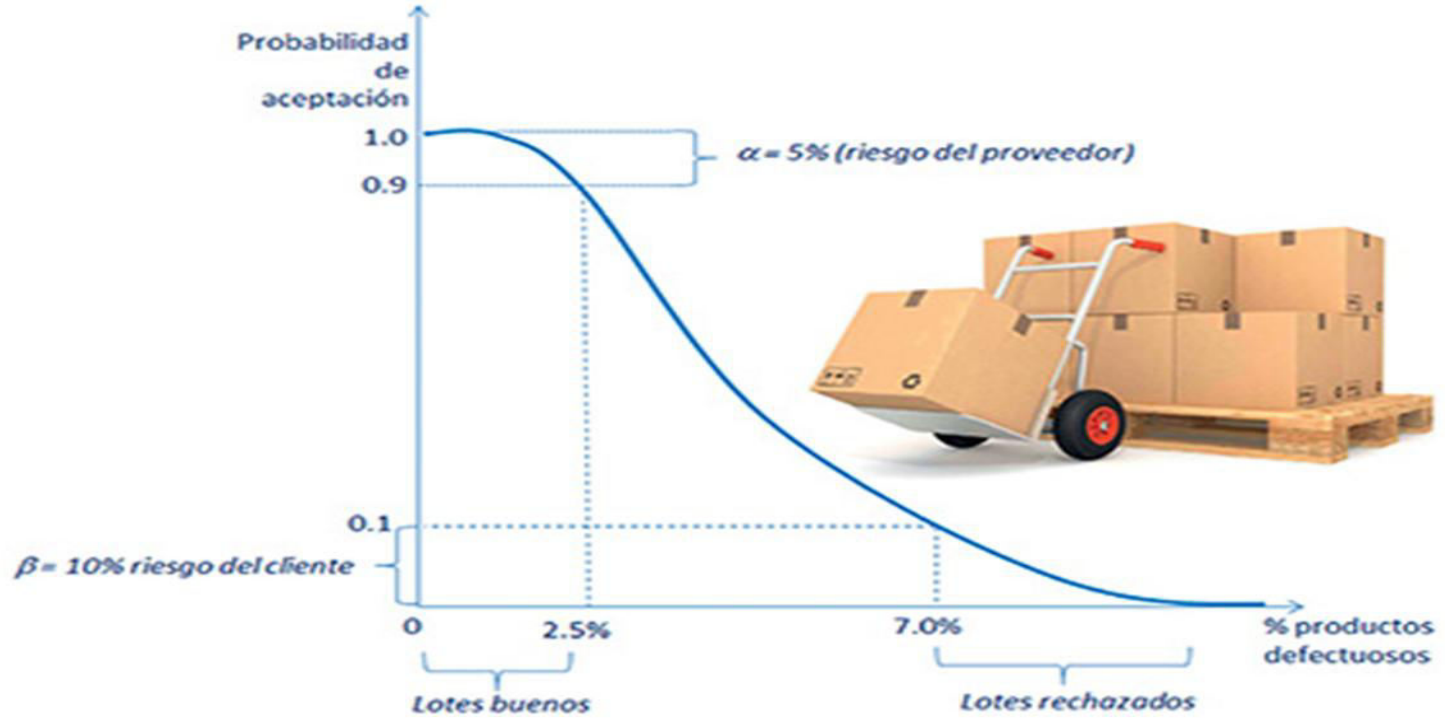


INSPECCION MUESTRAL POR ACEPTACION

- **Esta prueba permite realizar estudios, detectar defectos y medir la calidad a un grado específico sin tener que probar todos y cada uno de los productos**



TIPOS DE MUESTREO
muestreo de aceptación por variables



MUESTREO DE ACEPTACIÓN POR ATRIBUTOS

- **TIPOS DE MUESTREO POR ATRIBUTOS**

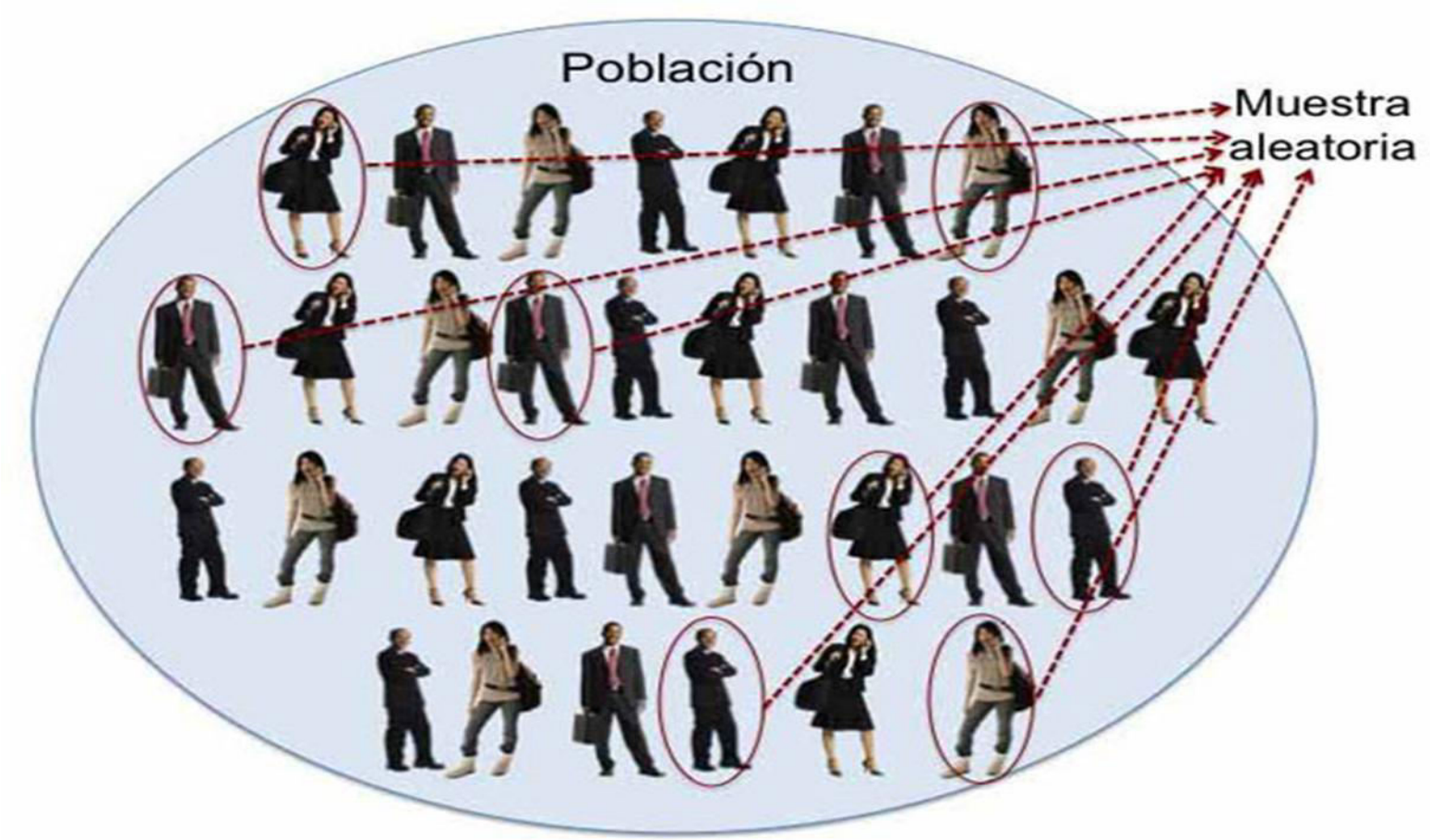
- **POR ATRIBUTO SIMPLE**



MUESTREO POR ATRIBUTO DOBLE



MUESTREO POR ATRIBUTOS MÚLTIPLES



IMPORTANCIA DEL MUESTREO DE ACEPTACIÓN

Este método garantiza que se cumpla las especificaciones de calidad y los estándares definidos en los productos

.

el muestreo solo se utiliza para saber si un producto es rechazado o aceptado, esto no mejora la calidad, solamente se encarga de que se cumplan algunas especificaciones definidas

CONTEO DE MERCANCÍAS

En todo negocios, el registro de operaciones de mercancías es uno de los más importantes, ya que de tal registro depende la exactitud de la actividad o perdida en ventas

TÉCNICAS DE VERIFICACIÓN Y CONTROL DE INVENTARIOS

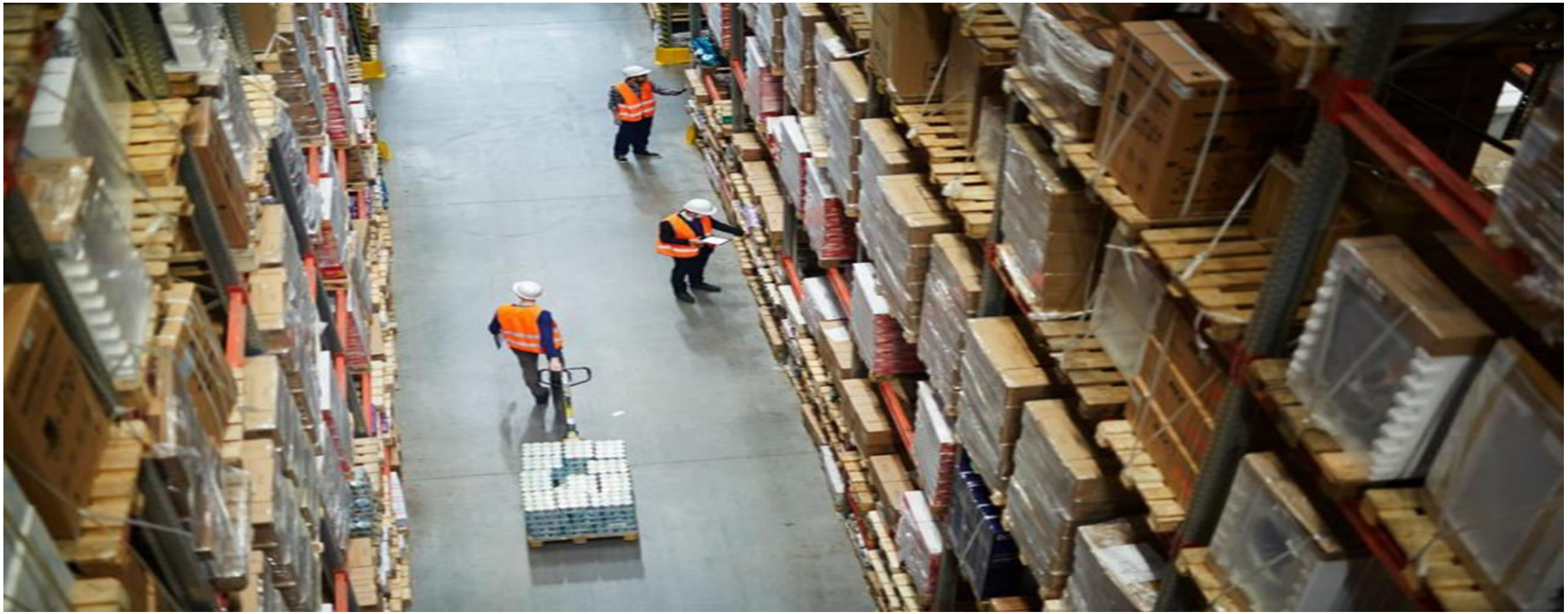
1. **METODO ABC**
   - **Categoría A**
   - **Categoría B**
   - **Categoría C**
2. **METODO PEPS (primeras entradas, primeras salidas)**
3. **METODO EQQ (cantidad económica a ordenar)**
4. **CONTEO CICLICO**

CATEGORIA B





CATEGORIA C



METODO PEPS(Cantidad económica a ordenar)

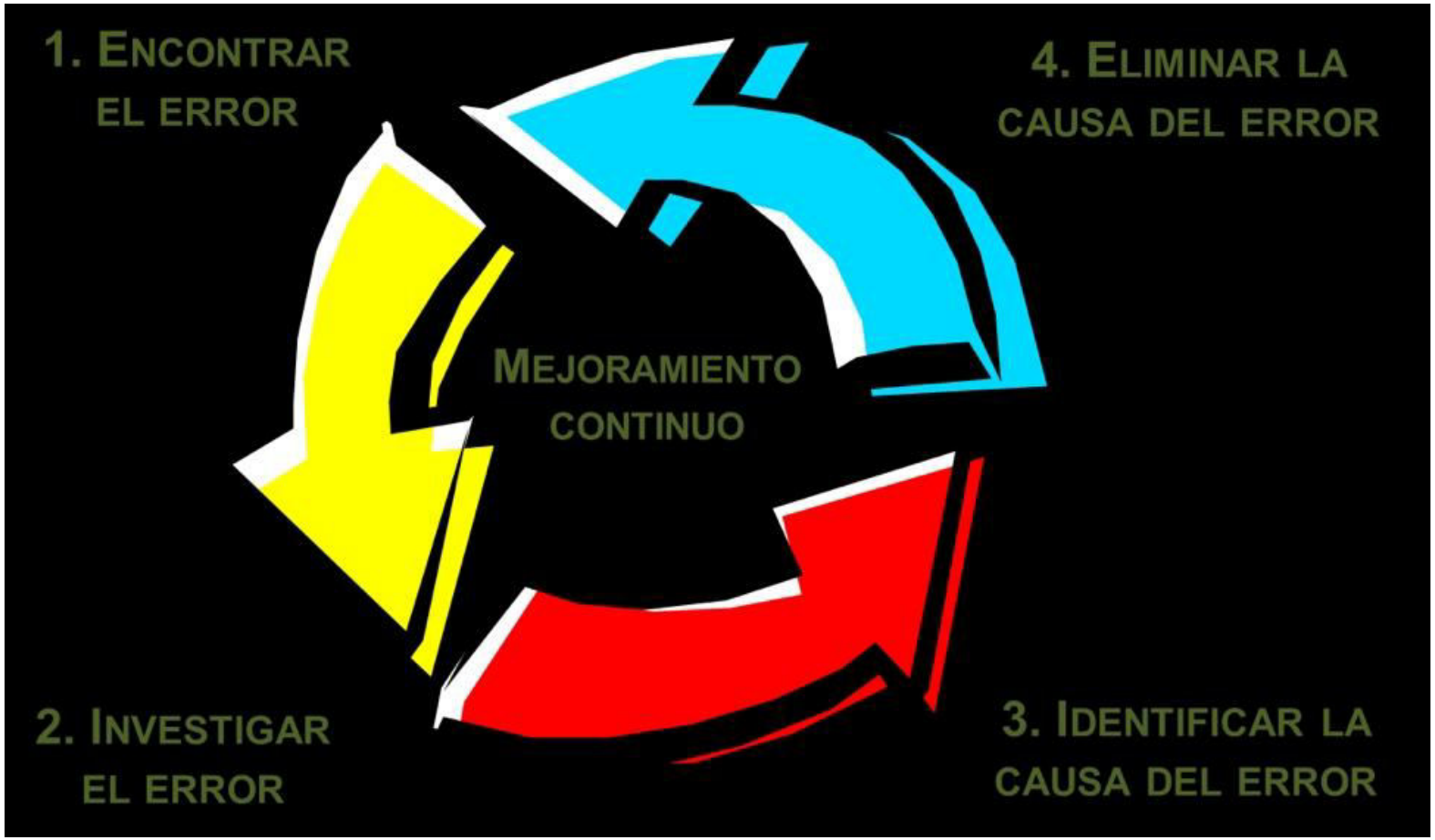
KÀRDEX											
Articulo:			lavadoras			Excistencia mínima:			60		
Método:			Promedio ponderado			Excistencia máxima:			495		
Fecha			Detalle	Entradas			Salidas			Existencias		
D	M	A		Cantidad	V/ Unitario	V/ Total	Cantidad	V/ Unitario	V/ Total	Cantidad	V/ Unitario	V/ Total
3	5	11	Saldo anterior							98	94	9212
5	5	11	Compra según factura N°20	18	134	2412				116	100,21	11624
7	5	11	Venta según factura N°01				67	100,21	6714,07	49	100,2	4909,93
9	5	11	Venta según factura N°02				17	100,2	1703,4	32	100,2	3206,53
11	5	11	Compra según factura N°35	95	135	12825				127	126,23	16031,5
			Inventario Final							127	126,23	16031,5



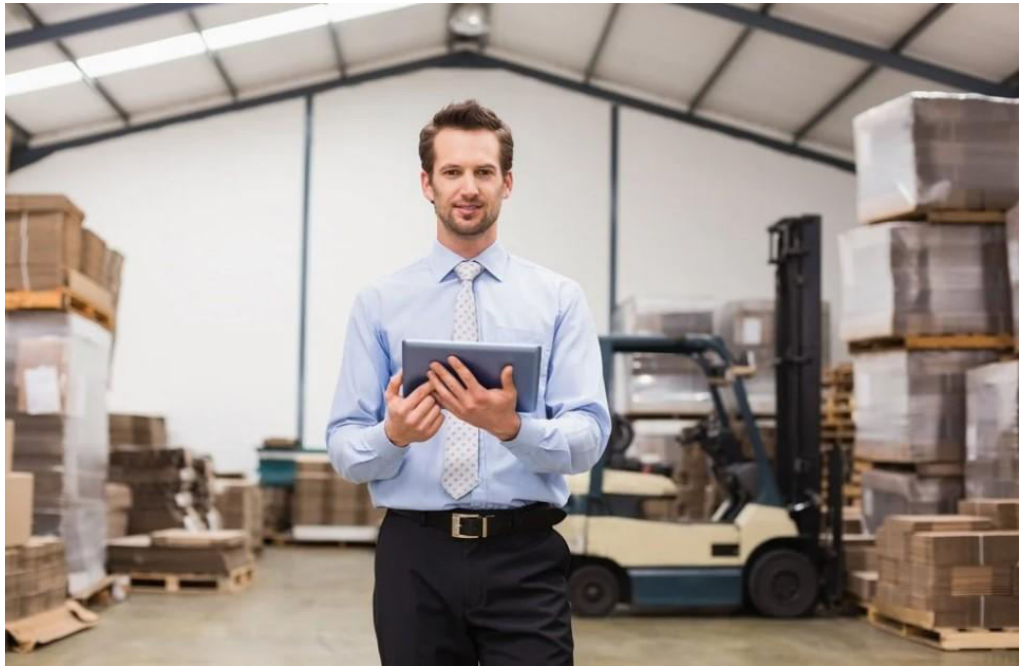
METODO EQQ(cantidad económica a ordenar)



CONTEO CÍCLICO



TÉCNICAS DE VERIFICACIÓN Y CONTROL LOGÍSTICA



LOGÍSTICA

La logística es el conjunto de medios y métodos que permiten llevar acabo la organización de una empresa o de un servicio.

La logística empresarial implica un cierto orden en los procesos que involucran a la producción y a la comercialización de productos servicios y mercancías .

LOGÍSTICA

- **Este control hoy en día exige la toma de decisiones acertadas y efectivas en operaciones muy sencillas como el recibo y despacho de mercancías tanto nacional como envíos internacionales.**





Tipos de control logístico

- **Entre los primeros tipos de control que se puedan implementar en el mundo de la logística se encuentran los siguientes :**

1. **CONTROL ADMINISTRATIVO**
2. **CONTROL DE CALIDAD**
3. **CONTROL DE TRANSPORTE**

1. CONTROL ADMINISTRATIVO

- **Este control es el que se aplica en los procesos relacionados con la administración interna del negocio en el ámbito logístico.**
- **Este incluye mantener un orden y control sobre el proceso de compra de productos y abastecimiento de materia prima adquisición maquinarias , asignación de presupuestos o recursos tercerización a operadores logísticos entre otros .**
- **Este control es de suma importancia ya que el mejor de los planes puede ser desviado y puede no cumplirse según lo deseado .**

ELEMENTOS DEL CONTROL LOGÍSTICO

- **PLANES DE CONTROL**
- **ADQUISICIÓN DE INFORMACIÓN**
- **COMPARACIÓN Y ACCIÓN CORRECTIVA**
- **REINICIO DEL CICLO DE PLANEACIÓN**

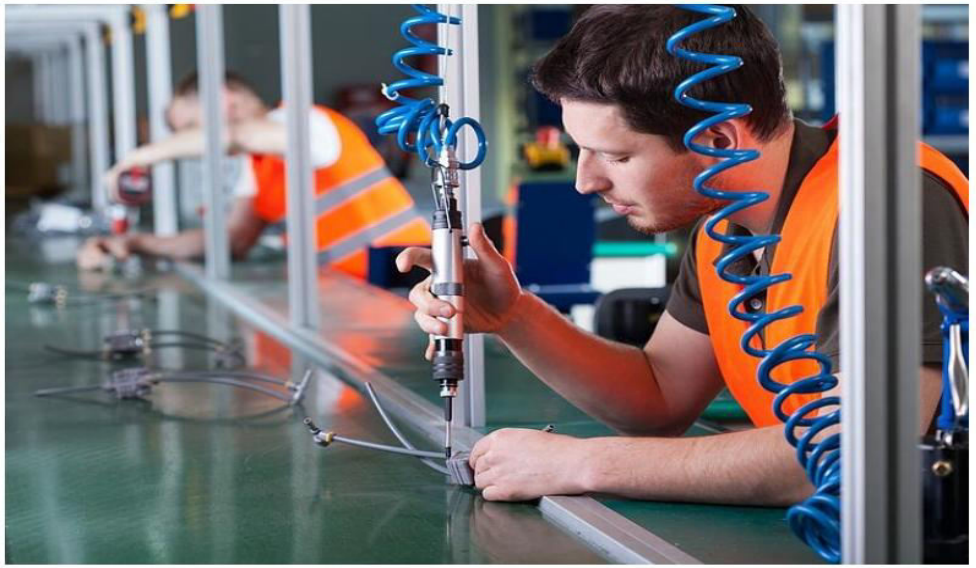
CRACTERÍSTICAS DE CONTROL ADMINISTRATIVO EFICAZ

- **ENFOQUE EN LOS PUNTOS ESTRATEGÍCOS**
- **SIMPLICIDAD**
- **ADABTABILIDAD**
- **EFICACIA Y EFICIENCIA**
- **CONTINUIDAD**
- **ACEPTACIÓN**
- **ENFOQUES SOBRE PUNTOS ESTRATEGÍCOS**

AREAS DE VERIFICACIÓN Y CONTROL LOGÍSTICO EN LA EMPRESA

- **En el área de producción en esta área podemos verificar la logística de muchas maneras entre ellas :**
- **tiempos de Producción**
- **Calidad**
- **Costos**
- **inventarios**
- **Desperdicios y mermas**
- **Operaciones productivas**

Producción



AREAS DE VERIFICACIÓN Y CONTROL LOGÍSTICO EN LA EMPRESA

- **Área comercial esta área se encarga de vender los productos y servicios por eso necesita de una logística bien implementada para obtener unos excelentes resultados podemos controlar :**

- **Controlar las ventas**
- **Control de descuentos**
- **Control de publicidad**
- **Control de costos**

AREAS DE VERIFICACIÓN Y CONTROL LOGÍSTICO EN LA EMPRESA

- **Área financiera es la área encargada de de la administración del personal podemos controlar lo siguiente :**

- **Control de puntualidad**
- **Control de salario**
- **Control de vacaciones**

2. CONTROL LOGÍSTICO EN CALIDAD

CALIDAD

- **Este concepto debe de estar presente en todo momento en el trabajo de una empresa ofrecer un producto o un servicio de excelente calidad es lo que maraca la diferencia entre la competencia y permite fidelizar al cliente.**
- **Una distribución optima determina que el trabajo cumpla sus objetivos y con ello se potencie el crecimiento de la empresa.**



LA IMPORTANCIA DE LA LOGÍSTICA EN CALIDAD

- **Debemos entender que calidad es la suma de pequeños procesos que en su totalidad tienen el objetivo de proporcionar un servicio efectivo.**
- **Obtener una calidad de primer nivel finalmente el objetivo de los procesos que estemos realizando será la satisfacción del cliente y fideliza la relación para asegurar nuevos puntos de crecimiento**
- **Además de denotar un trabajo detallado y pensando por y para el cliente permite detectar con anticipación posibles problemas para corregirlos antes de que afecten el resto del proceso**

“LA CALIDAD ES SIN LUGAR A DUDA UNO DE LOS PUNTOS MAAS IMPORTANTES AL MOMENTO DE ORECER UN TRABAJO PROFECIONAL Y CONFIABLE”

“LA CALIDAD ES SIN LUGAR A DUDA UNO DE LOS PUNTOS MAS IMPORTANTES AL MOMENTO DE OFRECER UN TRABAJO PROFESIONAL Y CONFIABLE”

3. CONTROL DE TRANSPORTE



CONTOL LOGÍSTICO DE TRANSPORTE

- **Hablar de control logístico en transporte es hablar del movimiento de la carga en todos sus modos.**
- **El transporte de carga constituye, sin duda, un pilar fundamental en la dinámica industrial de cualquier país. Se trata de una función logística que permite dinamizar el flujo de los productos, y en la cual se encuentran inmersos cerca del 45% al 50% de los costos logísticos totales de una compañía, lo que la convierte en un factor clave del éxito para la entrega oportuna de materia prima y productos terminados a los clientes finales de la cadena logística, y en un polo generador de valor para la organización.**

MODOS DE TRANSPORTE

- AEREO
- MARÍTIMO
- TERRESTRE

TRANSPORTE AEREO

- Conocer acerca de la clasificación del tipo de carga en este medio de transporte es saber como categorizar de manera correcta los productos que serán transportados
- Refacciones automotrices.
- Ropa y calzado.
- Productos tecnológicos, como electrónicos
- Perecederos.
- Farmacéuticos y químicos.
- Correo y paquetería



TRANPORTE MARÍTIMO

- En general, hay muchas opciones diferentes. Puede utilizar el método más probado para los envíos marítimos confiando en los buques portacontenedores, pero si tiene carga suelta, un barco a granel podría ser lo más adecuado para sus necesidades. Si tiene una industria o un negocio muy específico, es posible que no tenga más de una opción para los envíos marítimos. Elegir los diferentes buques de carga utilizados en la industria le dará el conocimiento para decidir la mejor ruta de envío para su negocio. Si no está seguro de si su envío es mejor entregado por un barco multipropósito o un barco a granel, hay transportistas especiales con respuestas a estas preguntas y más.

TIPOS DE BUQUES



BUQUE RO-RO

tienen un diseño que se adapta a la carga y descarga de remolques de carga.



BUQUES MULTIUSOS

Los buques de usos múltiples pueden transportar diferentes tipos de carga todo en un mismo viaje. Como su nombre indica, son muy versátiles y se utilizan para múltiples propósitos



BUQUES TANQUEROS

están diseñados específicamente para el transporte de líquidos. Si su empresa necesita enviar productos químicos o petróleo, un buque tanquero es la mejor opción.

TIPOS DE BUQUES



BUQUES REFRIGERADOS

están diseñados específicamente para transportar mercancías que deben ser permanecer bajo una temperatura controlada o congeladas durante su envío.



CARGA GENERAL

Los buques de carga general pueden transportar mercancías como bolsas de carga, incluidas bolsas de harina, cemento o azúcar. También pueden transportar carga pale tizada como productos químicos, pintura e incluso madera.



CARGUEROS

Específicamente apropiado para productos como azúcar, fertilizantes, granos y fuentes de energía como mineral y carbón. Hay puertos específicos con el equipo necesario para cargar y descargar estos buques.

TIPOS DE BUQUES

BUQUE DE CONTENEDORES

- **los buques de contenedores nacieron durante la década de 1960, cuando surgió la idea de combinar rutas terrestres con rutas marítimas. Tal decisión requería buques que pudieran transportar contenedores de tamaño estándar. Con los buques portacontenedores, la carga y descarga se lleva a cabo en puertos especialmente equipados.**



TRANSPORTE TERRESTRE

- El transporte terrestre es el responsable de mover la mayor parte de la actividad económica de un país, puesto que es uno de los modos de transporte más populares para entregar mercancías de un lado al otro mediante el uso de carreteras.
- La infraestructura del transporte, y en especial las carreteras juegan un rol clave en el crecimiento y desarrollo de un país.
- A pesar de los costos variables que tienden a ser altos, a diferencia del transporte marítimo o aéreo, el transporte de carga por carretera es el único que tiene la posibilidad de entregar mercancía directamente a su destino sin necesidad de sobrecarga, es decir, ofrece el servicio de puerta a puerta.

TRANSORTE TERRESTRE







TIPOS DE LOGÍSTICA

- **Debido a las particularidades de las operaciones las necesidades de los clientes y los requerimientos de las cadenas de suministro existen diferentes tipos de logística estas son :**

1. **Logística de aprovechamiento**
2. **Logística de distribución**
3. **Logística de producción**
4. **Logística inversa**
5. **Logística integrada**

CROSS DOCKING

- Es una solución logística que esta diseñada para agilizar los flujos de distribución
- Es decir que este procedimiento consiste en recibir los productos . Documentarlos ,seleccionarlos ,embalarlos remitirlos en poco tiempo por lo que el almacenaje y gestión son breves.
- Bien implementado el Cross dockin permite la recuperación de la inversión en el proceso de producción , favorece también el ahorro de costos , mejora el servicio al cliente y facilita la coordinación entre los elementos participantes

Técnicas de Verificación y control de calidad

- **Se trata de un seguimiento detallado de los procesos dentro de una empresa con el fin de mejorar la calidad del producto o servicio consiste en la implementación de programas mecanismos y herramientas o técnicas para la mejora en la calidad en un producto servicios y productividad con una tendencia hacía la mejora continua**

PLAN DE CALIDAD

- **Es un plan donde se recogen Los proyectos y acciones orientados orientados a maximizar**
- **La calidad de las operaciones y por ello la satisfacción de los consumidores estas acciones deben ser lo suficientemente relevantes para tener un impacto en los objetivos de la compañía**

CONSECUENCIAS DE UNA NO APLICACIÓN DEL CONTROL DE CALIDAD

- **No cumplimiento con las expectativas de los clientes**
- **Falta de crecimiento**
- **Pérdida de clientes**
- **Mala reputación esencial en la etapa de crecimiento**

NORMAS ISO

Significa organización internacional para la estandarización cuenta con 148 miembros nacionales con el fin de promover el crecimiento de la fabricación de comercio y de la comunicación entre operaciones de negocios por todo en mundo a través del desarrollo de normas genéricas de calidad.

ISO 9000

Una de las mas populares y en la cual nos enfocaremos hoy es un sistema de gestión básico que se puede aplicar ala industria de cualquier tamaño en cualquier parte del mundo La Norma ISO 9001 ha sido elaborada por el Comité Técnico ISO/TC176 de ISO Organización Internacional para la Estandarización y especifica los requisitos para un buen sistema de gestión de la calidad que pueden utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, para certificación o con fines contractuales.

ISO 9001

Proporciona la prueba objetiva de un negoció ha implementado un sistema de gestión eficaz el cual satisface los requisitos de la norma aplicable ISO 9001 es una norma de sistemas de gestión de la calidad (SGC) que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una organización debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar sus productos y servicios. Considerada como un referente mundial, la norma ISO 9001 fija principios fundamentales de gestión de calidad que ayudan a las organizaciones a controlar y mejorar su rendimiento y conducirlos hacia la eficiencia, la excelencia de sus productos y la optimización de su servicio al cliente. Estos principios son: enfoque al cliente, liderazgo, participación del personal, enfoque basado en los procesos, enfoque de sistema para la gestión, mejora continua, enfoque basado en la toma de decisiones y las buenas relaciones con el proveedor. Al implementar y certificar sus talleres y laboratorios, la Universidad Continental asegura que los procesos que se desarrollan en estos espacios son los más adecuados; demuestra además que realmente está comprometida con la calidad de su servicio y la mejora continua. Con esta certificación la UC recibe una importante ventaja competitiva que eleva su reputación y reconocimiento.

Beneficios Externos de Implementar un Sistema de Gestión de la Calidad

Entre los beneficios asociados a este punto de vista externo a la empresa se pueden mencionar los siguientes:

- **Mejoramiento de la imagen de la empresa**
- **Refuerzo de confianza entre los clientes**
- **Apertura de nuevos mercados**
- **Mejoramiento de posición competitiva**

Procesos de control

- **Prevención: para evitar errores en los procesos.**
- **Inspección: para evitar que dichos errores lleguen hasta el cliente.**
- **Muestreo por atributos: cuando el resultado cumple o no con los requisitos mínimos de calidad.**
- **Muestreo por variables: que mide el grado de conformidad.**
- **Tolerancias: que es el rango que especifica los resultados aceptables.**
- **Límites de control: que determina cuándo los procesos se salen del control de calidad.**

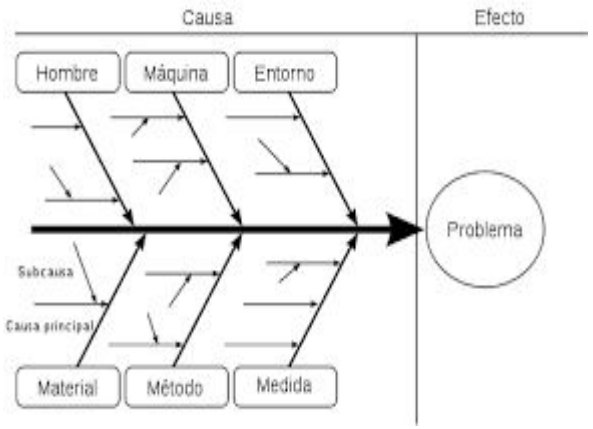
Relacionándola con ISO 9000 tenemos lo siguiente

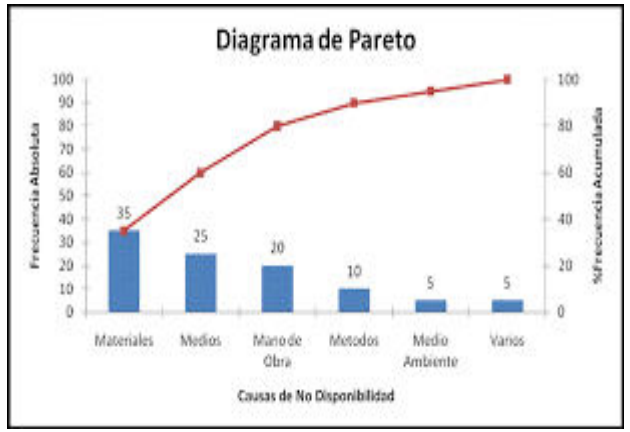
- **Hoja de recopilación de datos. Consiste en un documento donde se pueda recoger de forma sencilla y estructurada todo tipo de datos para su posterior análisis. En función de los datos a recoger, se diseña la hoja y se apuntan los datos indicando la frecuencia de observación. Sirve para:**

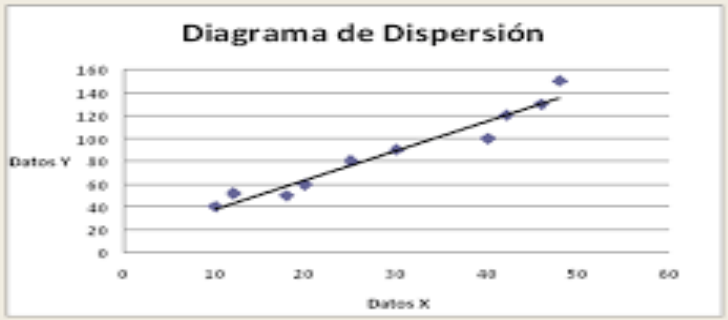
- **DEFECTOS DE PRODUCTOS**
- **CAUSAL DE DICHOS DEFECTOS**
- **CLASIFICACION DE PRODUCTOS DEFECTUOSOS**
- **VARIACION DE LAS CARACTERISTICAS DE LOS PRODUCTOS**

Diagramas

- **DIAGRAMA DE PARETO**
- **DIAGRAMA DE DISPERCION**
  - **Correlación lineal positiva**
  - **Correlación lineal negativa**
  - **De correlación lineal negativa**
  - **Sin correlación**
- **DIAGRAMA CAUSA Y EFECTO**
  - **Variación en las maquinas o equipos**
  - **en el material de entrada al proceso**
  - **en el método o procedimiento**
  - **en los operarios o mano de obra**
  - **en el medio ambiente**
  - **en las medidas**

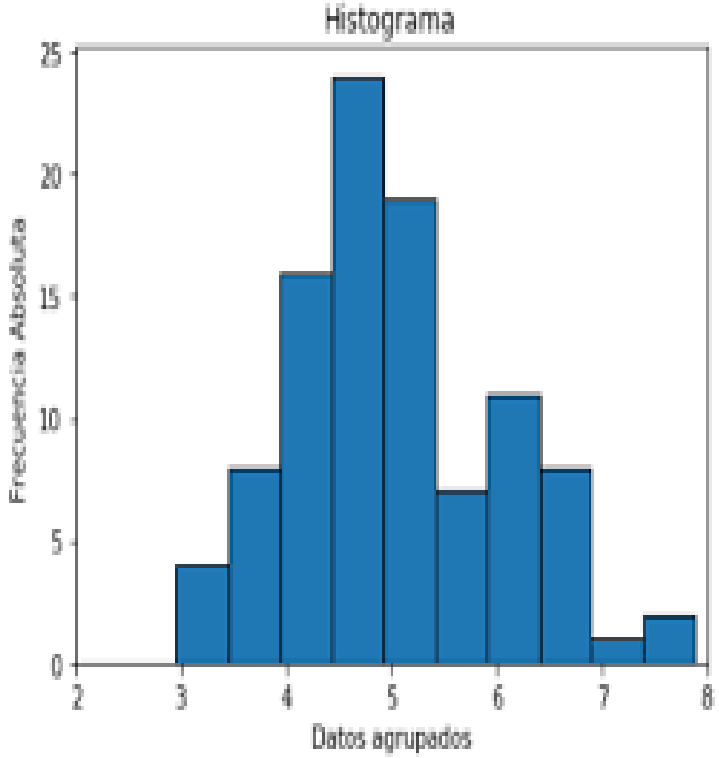






Histograma.

- consiste en la presentatión de una serie de medias clasificadas y ordenadas en las y columnas la manera más sencilla es determiner y señaLar el número máximo y minimo por cada
- columna y, posteriormente, agregar dos columnas, en donde colocaremos los números máximos y mínimos por fila de los ya señalados. El histograma se usa para:
- Obtener una comunicación clara y efectiva de la variabilidad del sistema.
- Mostrar el resultado de un cambio en el sistema.
- Identificar anormalidades, examinando la forma.
- Comparar la variabilidad con los límites de especificación.



Estratificación.

- La estratificación permite clasificar la información recopilada sobre una característica de calidad. Toda la información debe ser estratificada de acuerdo a operadores individuales en máquinas específicas, y así sucesivamente, con el objeto de asegurarse de los factores asumidos. Los criterios para la estratificación son:
- Tipo de defecto.
- Causa y efecto.
- Localización del efecto.
- Material, producto, fecha de producción, grupo de trabajo, operador, proveedor, lote, etc.



Gráficos de control.

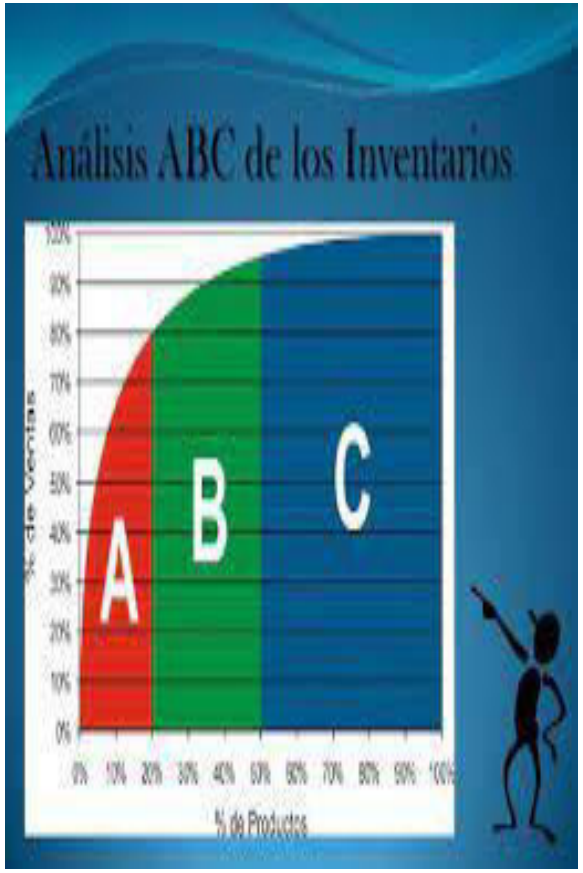
- **Gráficos de control. Los gráficos de control fueron propuestos, originalmente, por W. Stewart en 1920, y en ellos se representa a lo largo del tiempo el estado del proceso que estamos monitorizando. En el eje horizontal X se indica el tiempo, mientras que el eje vertical Y se representa algún indicador de la variable cuya calidad se mide. Además, se incluye otras dos líneas horizontales: los límites superior e inferior de control, escogidos estos de tal forma que la probabilidad de que una observación esté fuera de esos límites sea muy baja. Por tanto, la finalidad de los gráficos de control es monitorizar el proceso que se esté analizando para controlar su buen funcionamiento y detectar, rápidamente, cualquier anomalía. Existen dos tipos de gráficos de control:**
- **Gráficos de control por variables**

Gráficos de control

- No obstante, todos se asemejan en que están orientados a la obtención de utilidades. ¡Conoce los principales!
- Gran parte de las PYMES en México adolece de una correcta administración de sus inventarios, ya sea por desconocimiento o por percibir esta actividad como un gasto. La realidad es que con un eficiente control y manejo de mercancías se evitan desperdicios, se identifican oportunidades, se conocen los costes de producción y se fijan precios competitivos.
- Todo esto se refleja en ganancias y crecimiento para la empresa. Entonces, ¿cómo controlar eficientemente tu inventario y no morir en el intento? No existen recetas mágicas; sin embargo, a continuación te mostramos algunas técnicas y métodos básicos para llevar un eficiente control de tus inventarios. Conócelos y aplica aquellos que se adecúen a tus objetivos y necesidades.

Método ABC

- Este método de valuación también es conocido como método 80/20 y consiste en definir la importancia de tus productos con base en la cantidad y el valor que representan. Usualmente, se utilizan 3 categorías:
- Artículos clase A. Suelen ser alrededor de un 20% del total del inventario; sin embargo, su valor llega a ser hasta el 80% del mismo. Tienden a tener una baja frecuencia de ventas.
- Artículos clase B. Representan el 40% del total de los artículos y rondan el 15% del valor total del mismo. Suelen contar con una frecuencia de ventas moderada.
- Artículos clase C. Son el 40% restante de los artículos. Representan el inventario menos costoso, con cerca de un 5% de su valor, y suelen contar con una alta frecuencia de ventas.



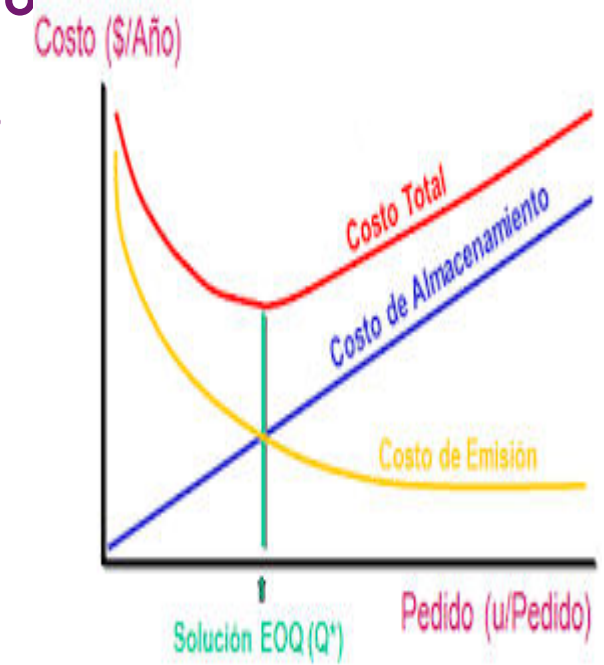
Sistema PEPS (Primeras entradas primeras salidas)

- **consiste en identificar los primeros artículos en entrar al almacén para que sean los primeros en ser vendidos o utilizados en la producción. Así se evita, por ejemplo, que productos perecederos caduquen, ya que tendrán un movimiento constante y oportuno**



Método EOQ (Cantidad Económica de Pedido)

- **Economic Order Quantity o Cantidad Económica de Pedido (CEP) en español, es una técnica que busca determinar el monto de pedido que reduzca en mayor medida los costos de inventario y está caracterizado por estar basado en 3 supuestos clave:**
- **Que la demanda es constante y conocida a priori.**
- **Que la frecuencia de uso del inventario es constante en el tiempo.**
- **Que los pedidos se reciben en el momento exacto en que los inventarios se agotan.**
- **¿Cómo funciona? Consiste en realizar el pedido de la Cantidad Económica de Pedido (CEP), justo cuando se llega a un nivel de inventario determinado.**



Conteo cíclico

- Este método de conteo de inventarios consiste en el recuento frecuente de una parte del inventario total, con el fin de que todo este se haya contado al menos una vez en un periodo de tiempo determinado. Se complementa con el método ABC, ya que a cada clase se le asigna una frecuencia de recuento diferente.
- Entre sus beneficios se encuentran la mejora de la exactitud y fiabilidad del control de los inventarios, ya que permite encontrar y corregir en tiempo discrepancias que puedan afectar a nuestra empresa, sin requerir de un conteo total de los artículos.
- Para facilitar esta tarea de auditoría constante, resulta de gran utilidad el contar con un software especializado que te permita llevar el análisis del inventario



MUCHAS GRACIAS