



Universidad
Casa Grande



**MODELO DE
NEGOCIOS**
PROFESIONALIZANTES

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS POLÍTICAS**

ESTUDIO ADMINISTRATIVO DEL MODELO DE NEGOCIOS “ANGEL DE LA GUARDA”

Elaborado por:

DANIEL ALEXANDER SANTANA CHIRIBOGA

Tutoría por: **ANDRES BRIONES**

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración y Marketing Estratégico

Guayaquil, Ecuador
Agosto 2018

Índice

| | |
|---|----|
| Resumen Ejecutivo..... | 1 |
| Objetivo General..... | 3 |
| Objetivos Específicos | 3 |
| 1. Descripción del modelo de negocios | 4 |
| 1.1. Definición y testeo de idea de negocio..... | 4 |
| 1.1.1. Descripción de la Empresa | 4 |
| 1.1.2. Proceso de Design Thinking | 5 |
| 1.2. Estudio de Mercado | 8 |
| 1.2.1. Investigación de mercado | 8 |
| 1.2.2. Análisis 5c's | 8 |
| 1.3. Plan de Marketing..... | 9 |
| 1.3.1. La posición estratégica..... | 10 |
| 1.3.2. Mix de Marketing..... | 10 |
| 1.4. Estudio Técnico | 10 |
| 1.4.1. Ubicación del Proyecto | 10 |
| 1.4.2. Determinación de la capacidad productiva | 11 |
| 1.5. Estudio Organizacional – Administrativo | 11 |
| 1.5.1. Definición de Misión, Visión y valores | 11 |
| Misión | 11 |
| Valores Institucionales..... | 12 |
| Valores de Responsabilidad Social..... | 12 |
| 1.5.2. Organigrama de la Organización..... | 13 |
| 1.5.3. Procedimientos de selección de personal a implementar..... | 14 |
| 1.5.4. Descripción de las compensaciones del personal del negocio | 14 |
| 1.6. Plan de evaluación financiera del proyecto..... | 15 |
| 1.6.1. Presupuesto | 15 |
| 1.6.2. Planeación financiera..... | 16 |
| 1.6.3. Evaluación del proyecto..... | 16 |
| 2. Estudio organizacional - Administrativo | 17 |
| 2.1. Planeación estratégica y del recurso humano | 17 |
| 2.1.1. Definición de misión, visión y valores | 17 |

| | |
|---|----|
| Misión | 17 |
| Valores de Responsabilidad Social | 18 |
| 2.1.2. Organigrama de la organización | 19 |
| 2.2. Necesidades de recursos humanos..... | 20 |
| Objetivo General | 21 |
| Objetivos Específicos..... | 21 |
| 2.2.1. Análisis y diseños de puestos del negocio. | 22 |
| 2.2.2. Procedimientos de selección de personal a implementar..... | 22 |
| Periodo de Prueba | 23 |
| Aviso de contratación | 24 |
| 2.3. Compensaciones del personal | 25 |
| 2.3.1. Descripción de las compensaciones del personal del negocio. | 26 |
| Costos pre operativos | 29 |
| Tipo de Empresa | 29 |
| Compañía Anónima..... | 29 |
| Descripción de Activos | 31 |
| Gastos Administrativos | 32 |
| 2.4. Indicadores claves de gestión (kpi's) | 33 |
| 2.4.1. Fijación de principales kpi's del negocio..... | 33 |
| 3. CONCLUSIONES..... | 35 |
| 4. REFERENCIAS..... | 37 |
| Trabajos citados | 37 |
| 5. ANEXOS | 38 |
| Anexo 1 | 38 |
| Anexo 2 | 43 |
| Anexo 3 | 45 |

Resumen Ejecutivo

El proyecto consiste en la creación de un dispositivo electrónico colocado en la muñeca o tobillera de una persona para que este dispositivo envíe señales vitales a un terminal fijo o a un móvil con la finalidad de brindar a otra persona seguridad y confianza cuando no estén cerca.

La venta de este dispositivo va ser distribuido en tiendas retails y a través de canales digitales y que va venir acompañado con un monito como vestimenta para clientes que lo usen en infantes, el dispositivo como tal va ser importado y la tecnología a usar es producto de la innovación de ángel de la guarda la cual desarrolla el software que ofrece en tiempo real los signos vitales e interfaz amigable la conectividad entre dos personas.

Para poder emprender este proyecto se debe disponer de suficientes fondos propios durante el primer año. Los emprendedores aportaran con el 40% del capital y el otro 60% de capital con financiamiento bancario.

Se tiene previsto como objetivo comercial la colocación en el mercado de treinta mil unidades en el primer año.

A los usuarios que hayan comprado el dispositivo se les ofrecerá el servicio post venta, así como usos y contenidos útiles para el bienestar de la otra persona que se podrán descargar en la página web, todo un paquete de servicios de forma gratuita, durante un año. Cuando el usuario se identifique con el producto a través de la experiencia seguirá adquiriendo el producto y se convertirá en promotor del mismo.

La estructura organizacional de la empresa se conforma jerárquicamente con un director ejecutivo a elegir entre los accionistas. Las acciones de las compañías están divididas entre los cuatro socios en un 25% del valor nominal del capital de suscripción en el registro mercantil. La empresa está constituida como sociedad anónima cuyo capital está dividido en acciones, formado por la aportación de los cuatro accionistas. La designación de los cargos será según la experiencia y competencia de la siguiente manera:

Gerente administrativo: Daniel Santana Chiriboga

Gerente financiero: Paul Calles

Gerente comercial y marketing: Alexandra Loor.

Gerente de operaciones: Xavier Pérez

El gerente de Operaciones hará las funciones de CEO en los primeros cuatros años.

En conclusión, el emprendimiento está compuesto de un equipo de trabajo con más de 10 años de experiencia en sus diferentes ramas, consiguiendo generar una rentabilidad en cada una de sus empresas, participando activamente en aumentar la productividad, rentabilidad de la empresa como también en la fidelización y creación de contenidos útiles para clientes.

Objetivo General

Ofrecer un producto tecnológico e innovador que genere bienestar a los padres y seguridad para sus hijos.

Objetivos Específicos

- Minimizar el estrés que se genera por la preocupación de los padres en el cuidado de salud de sus hijos.
- Notificar incidentes que tengan los niños en su salud.
- Minimizar el porcentaje de defunciones por fallas respiratorias.
- Ofrecer un producto de calidad a un precio asequible.

1. Descripción del modelo de negocios

El modelo de negocio gira en torno a resolver una problemática familiar, la familia que es la cedula de la sociedad, siempre piensa en el cuidado de los suyos, de su entorno, los padres siempre van a cuidar de sus hijos y más aún cuando están recién nacidos, demandan de mucha ayuda o de algo que les haga disminuir su preocupación, de brindarles tranquilidad y confianza para tener el control y vigilancia de sus hijos, es por tal que el modelo de negocios es la creación de un dispositivos que genere a los padres tranquilidad, bienestar, confianza y seguridad para el cuidado de sus hijos.

1.1. Definición y testeo de idea de negocio

Para definir la idea del negocio se identificó la problemática y empezar a centrar nuestro objetivo que es presentar una respuesta que solucione el problema. El primer paso del equipo fue el de realizar una investigación de los consumidores en varios sectores de la ciudad para entrevistar sus hábitos y decisiones de compras, se visitó centros comerciales, establecimientos donde vendan cuidados para bebés, farmacias, tiendas de niños con la finalidad de observar el comportamiento y hábitos de compra de ropa y accesorios para bebés. *Ver anexo 1*

1.1.1. Descripción de la Empresa

En términos de una descripción la empresa tomo el nombre que identifique y refleje nuestra misión, basados en el propósito y razón de ser se eligió el nombre de: Ángel de la Guarda.

Nuestro producto a comercializar tiene el nombre de Ángel, un dispositivo electrónico amigable al uso que les ofrezca a los padres la tranquilidad y seguridad para el cuidado de sus hijos.

1.1.2. Proceso de Design Thinking

El proceso de Design Thinking es la metodología que se utilizó para desarrollar esta innovación. La misma consta con varias fases que nos permitió avanzar en el diseño de la solución que se va a presentar a nuestros consumidores. Las fases de la metodología fueron las siguientes:

- Empatizar
- Definir
- Idear
- Prototipar
- Evaluar

Empatizar: Conocer a nuestro consumidor para lo cual se realizó un trabajo de campo y profundizar en una relación con los clientes. La herramienta a utilizar fue el mapa de empatía. El mapa de empatía nos permitió conocer que hace nuestro cliente, que lo motiva, que le causa dolor, teniendo estos datos construimos nuestro primer buyer persona y su mapa de trayectoria desde que sale de su casa hasta llegar a una tienda en busca de ropa para bebés y niños.

Figura 1



Figura 1. Mapa de Trayectoria, Autor (2018).

Buyer Persona

Mónica

Figura 2



Figura 2. *Buyer Persona, web (2018).*

Mónica García, 36 años

Mama y ejecutiva

Guayaquil (Ecuador)

36 años, tiene 2 hijos, Ana de 10 y Charly de 1 año.

Mamá ejecutiva, trabaja en un almacén de perfumes. Vendedora estrella

Estudios universitarios inconclusos en contabilidad.

Comportamiento

Exigente con el tiempo, estresada y muy preocupada por su familia, responsable y cariñosa.

Trata de organizar su tiempo y compartirlo para trabajar y estar con ellos. Esto le cuesta mucho porque no puede cuidar como quisiera a sus hijos y se preocupa mucho de la salud de ellos.

Definir: En esta fase focalizamos con la información obtenida los valores y retos, así como los obstáculos utilizando la herramienta del canvas.

Figura 3



Figura 3. Canvas, autor (2018)

Idear: A partir de esta fase nace Ángelo, el dispositivo que en tiempo real ofrece a los padres la confianza para el cuidado de sus hijos.

Prototipar: Se prototipó con una muñeca, el monito y una pulsera que muestre envié señales led a otro dispositivo, alarmándolo por cualquier suceso extraño que tenga que ver con la muñeca.

Testear: El testeo que se realzo fue una encuesta dirigida a padres y adultos responsables de niños, la encuesta mostro datos como que el dispositivo es innovador, novedoso y que estarían dispuestos a comprarlo. *Ver Anexo 2*

1.2. Estudio de Mercado

1.2.1. Investigación de mercado

Para conocer la situación actual del mercado e identificar las oportunidades que nos ofrece, se pueden utilizar varias metodologías de investigación de mercado que no permita brindar la información requerida. La técnica que se utilizó fue la técnica mixta de investigación, se realizaron varias entrevistas en los lugares de un mercado potencial y una encuesta que no permitió definir y segmentar a un mercado específico, técnicas como la observación en una primera fase de investigación y un focus group dirigido por la gerente de marketing.

La encuesta fue realizada a 397 personas, a través de una encuesta de internet (Chiriboga, 2018), la mayoría mujeres y madres, los resultados dieron que sí existe un mercado potencial que compraría el dispositivo y este mercado estaría dirigido a mujeres y madres de entre 24 y 50 años de estrato social medio, medio alto que están dispuestas a pagar un valor de entre 40 a 100 dólares.

1.2.2. Análisis 5c's

El análisis 5c's es el análisis sistemático de 5 pilares de nuestra investigación que son: clientes, consumidores, competidores, colaboradores y contexto.

Cliente: Habiendo ya definido nuestra oportunidad de negocio con el Design Thinking y definido nuestro segmento de mercado en la encuesta se determina que nuestro cliente potencial son las madres mayores de 24 a 50 años que le motiva el bienestar de la familia, trabajadora, profesional, hábitos definidos como la organización y el cuidado de la salud de su familia y que procura estar bajo un nivel bajo de estrés.

Compañía: Ángel de la guarda es una compañía de sociedad anónima, teniendo definidas su misión, visión y valores instituciones con una responsabilidad social como firma en su imagen, objetivos generales y específicos trazados en el plan de acción.

Competidores: Se determina que existen competidores sustitos cuya función es la de vigilar, ángel de la guarda cuida del bebe y te notifica en tiempo real cualquier anomalía presentada en el bebe.

Colaboradores: alianzas estratégicas con hospitales, tiendas de retail como bebe mundo y de prati, además de generadores de opinión pública y la comunidad ecuatoriana que avalen el beneficio del producto Ángelo.

Contexto: actualmente la coyuntura política del Ecuador es abierta en el aspecto tecnológico comercial, políticamente hay acercamientos políticos con financiamientos internacionales y en lo social tanto los municipios y estado dan su apoyo a los emprendimientos. (Guayaquil, n.d.)

1.3.Plan de Marketing

De acuerdo al objetivo principal de aplicar estrategias que permitan alcanzar la venta de 30000 unidades durante el primer año hemos realizado numerosos acercamientos a clientes potenciales y hemos implementado una página que promociona al producto de una manera agresiva.

“Ángelo”, al ser un producto diferenciado por sus cualidades funcionales y al estar compuesto por un material de grafeno los clientes lo compran por el valor que representa en la solución para sus problemas en tiempo real.

1.3.1. La posición estratégica

“Ángelo” llega a sus manos como un producto único en donde su estrategia es diferenciadora, elaborado con los materiales más adecuados para el cuidado de la salud infantil, en donde una madre pueda realmente sentirse libre, segura y relajada al momento de ir a dormir o de realizar actividades con un bebe en casa. Estas cualidades hacen a este dispositivo ser valorado por el cliente, dispuestos a pagar un precio acorde por el significado de valor que encuentran en él y lograr ser reconocido como un producto único y de calidad.

1.3.2. Mix de Marketing

Figura 4



Figura 4. *Marketing mix, autores (2018)*

1.4. Estudio Técnico

En el Estudio Técnico mostramos el desarrollo del producto y la logística a aplicar para su venta.

1.4.1. Ubicación del Proyecto

Para la ubicación del proyecto y en base a nuestro mercado objetivo estaremos situados como empresa en el sector norte de la ciudad de Guayaquil en una oficina donde iniciaremos las actividades administrativas y de logística, considerando que el dispositivo no se produce en el

país. El manejo de la importación se llevará a cabo en las oficinas donde además tendremos una pequeña bodega de contingencia para alimentar bodegas de nuestros retails.

1.4.2. Determinación de la capacidad productiva

La capacidad productiva fue determinada luego de todo un estudio de mercado en donde se determinó el grupo objetivo de mujeres y madres de 24 a 50 años de estrato social medio, medio-alto, se consideró la población femenina que en promedio es de 520334 como nuestro mercado potencial y de donde solo el 5% de participación queremos llegar en el primer año con ventas de 30000 unidades que con el soporte del departamento de marketing y sus estrategias estas ventas se incrementaran los siguientes años.

1.5. Estudio Organizacional – Administrativo

1.5.1. Definición de Misión, Visión y valores

Misión

Fomentar, contribuir e innovar entregando todos los componentes y dispositivos electrónicos ajustados a las necesidades del mercado y de última tecnología para el monitoreo del cuidado de la salud en general.

Visión

Ser una empresa líder que brinda siempre productos de innovación y de la más alta calidad en productos de monitoreo y control electrónico en el cuidado de la salud y bienestar de la familia generando confianza y responsabilidad con cada uno de los clientes.

Valores Institucionales

Responsabilidad: Activos en el aporte responsable a la comunidad, el respeto a los trabajadores y la calidad de nuestro producto.

Transparencia: Construimos una imagen honesta que avale nuestro compromiso con la sociedad.

Adaptabilidad: Innovamos constantemente en soluciones tecnológicas para nuestros clientes de acuerdo a los cambios de la sociedad.

Compromiso: Nuestra misión como empresa es ofrecer bienestar y seguridad a nuestros clientes.

Valores de Responsabilidad Social

Los valores de la responsabilidad social lo entendemos como nuestro compromiso con la comunidad, con nuestros grupos de interés, convencidos de la importancia de las empresas con el desarrollo sostenible de la sociedad.

Conocemos la problemática del entorno económico y social del Ecuador donde se presentan altas tasa de mortalidad en la llamada muerte de cuna. Ángel de la guarda con el fin de contribuir a minimizar el número de defunciones tiene como plan de acción forjar alianzas con el municipio de Guayaquil, ministerio de Salud Pública, para que el dispositivo pueda llegar a los sectores más populares de Guayaquil por medio de los programas sociales que implementan estas entidades con el fin de disminuir la tasa de mortalidad en niños en los sectores más populares.

- **Sostenibilidad**, ser sostenible es entender nuestro compromiso en aprovechar los recursos tangibles e intangibles en un enfoque a lo económico, medioambiental y social.
- **Solidaridad**, Compromiso con la comunidad, involucrarnos con la realidad de las familias de pocos recursos con donaciones y capacitaciones.
- **Proactividad**, ser capaces de crear contenido útil para la comunidad, crear productos innovadores que ofrezcan una solución a los clientes y grupos de interés que se traduzca en un mejor estilo de vida.

1.5.2. Organigrama de la Organización

Este es el proceso en que se determina que todas las actividades que se deban realizar estén designadas en posiciones específicas definiendo las líneas de responsabilidad y delimitando las responsabilidades. Ángel de la guarda mediante asamblea entre los 4 emprendedores designara el director ejecutivo, los cuatro emprendedores estarán designados en las siguientes posiciones de acuerdo a sus competencias y experiencias:

Gerente administrativo: Daniel Santana Chiriboga.

Gerente financiero: Paul Calles.

Gerente comercial y marketing: Alexandra Loor.

Gerente de operaciones: Xavier Pérez.

Figura 4

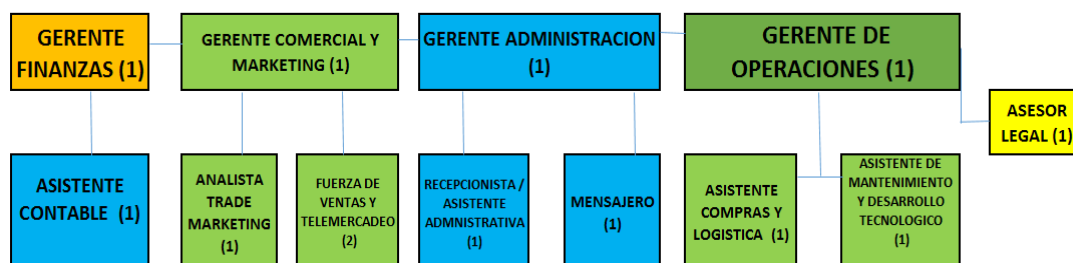


Figura 4. Organigrama, autores (2018)

1.5.3. Procedimientos de selección de personal a implementar

Al ser una empresa de reciente creación el proceso de selección de personal es a través de reclutamiento externo.

Para el proceso de selección se ejecutará un plan de acción de dos tipos:

- Reclutamiento tradicional:
- Reclutamiento 2.0.

Reclutamiento Tradicional a través de diarios y referidos y el Reclutamiento 2.0 a través de redes sociales, portales web de empleo y desde el portal web de la empresa.

1.5.4. Descripción de las compensaciones del personal del negocio

El plan de compensación para los empleados de la empresa está regido en una estructura salarial competitiva con el mercado laboral de acuerdo a los objetivos planteados por las áreas estratégicas y el cumplimiento de las funciones.

Dentro de los objetivos del departamento de administración es crear una estructura básica de compensación. Como plan de acción para los empleados es establecer remuneraciones atractivas para atraer a los mejores talentos. Y bonificaciones al alcanzar objetivos de acuerdo a los indicadores del área.

1.6. Plan de evaluación financiera del proyecto

1.6.1. Presupuesto

Para dar inicio a las actividades y operaciones de “Ángel de la Guarda” se considera una inversión propia de sus cuatro inversionistas y un financiamiento con una institución financiera.

Figura 5

| FUENTES DE FINANCIAMIENTO | MONTO | % | COSTO DE K |
|----------------------------------|----------------------|-------------|-------------------|
| PRESTAMO BANCARIO | \$ 81,191.26 | 60% | 10% |
| APORTE DE CAPITAL | \$ 54,127.51 | 40% | 20% |
| TOTAL FINANCIAMIENTO | \$ 135,318.77 | 100% | 14.12% |

Figura 5. *Fuentes de Financiamiento, Paul Calles (2018)*

Como podemos observar en el cuadro se detalla los montos involucrados en el financiamiento bancario y el valor del aporte de capital propio, se necesitan 135,318.77 para poder empezar este modelo de negocio.

1.6.2. Planeación financiera

En la planeación financiera hemos desarrollado todos los parámetros que nos mide como estructura de costes en donde el primer año es de 12,300 unidades y con esta cantidad nos indica el nivel mínimo que debemos alcanzar de ventas. La viabilidad económica financiera del proyecto nos sustenta que este negocio si resulta rentable y si en el camino queremos hacer algún cambio lo podemos hacer La tasa interna de retorno en 393% y el valor actual neto de la proyección a 5 años es un valor muy atractivo para el negocio en un valor de \$ 2.328.023,61 USD.

1.6.3. Evaluación del proyecto

Si miramos el proyecto y analizamos los índices financieros nos podemos dar cuenta que aun vendiendo menos o que el costo del producto aumente, desde cualquier escenario se justifica la rentabilidad del proyecto. La inversión en parámetros normales se recupera al segundo año y si hay un aumento de costos por importaciones en donde Tasa Interna de Retorno del 116%, aún favorable en el flujo neto esperado de este proyecto. La recuperación de la inversión sería en 14 meses.

2. Estudio organizacional - Administrativo

2.1.Planeación estratégica y del recurso humano

2.1.1. Definición de misión, visión y valores

Misión

Fomentar, contribuir e innovar entregando todos los componentes y dispositivos electrónicos ajustados a las necesidades del mercado y de última tecnología para el monitoreo del cuidado de la salud en general.

Visión

Ser una empresa líder que brinda siempre productos de innovación y de la más alta calidad en productos de monitoreo y control electrónico en el cuidado de la salud y bienestar de la familia generando confianza y responsabilidad con cada uno de los clientes.

Valores Institucionales

Responsabilidad: Respeto a nuestros trabajadores y a la calidad de nuestro producto.

Trasparencia: Proyectar una imagen honesta que genere confianza a la sociedad.

Adaptabilidad: Innovamos constantemente en soluciones tecnológicas para nuestros clientes de acuerdo a los cambios de la sociedad.

Compromiso: Ofrecer bienestar y seguridad a las familias.

Valores de Responsabilidad Social

Los valores de la responsabilidad social lo entendemos como nuestro compromiso con la comunidad, con nuestros grupos de interés, convencidos de la importancia de las empresas con el desarrollo sostenible de la sociedad.

Conocemos la problemática del entorno económico y social del Ecuador donde se presentan altas tasa de mortalidad en la llamada muerte de cuna. Ángel de la guarda con el fin de contribuir a minimizar el número de defunciones tiene como plan de acción forjar alianzas con el municipio de Guayaquil, ministerio de Salud Pública, para que el dispositivo pueda llegar a los sectores más populares de Guayaquil por medio de los programas sociales que implementan estas entidades con el fin de disminuir la tasa de mortalidad en niños en los sectores más populares.

- **Sostenibilidad**, ser sostenible es entender nuestro compromiso en aprovechar los recursos tangibles e intangibles en un enfoque a lo económico, medioambiental y social.
- **Solidaridad**, Compromiso con la comunidad, involucrarnos con la realidad de las familias de pocos recursos con donaciones y capacitaciones.
- **Proactividad**, ser capaces de crear contenido útil para la comunidad, crear productos innovadores que ofrezcan una solución a los clientes y grupos de interés que se traduzca en un mejor estilo de vida.

2.1.2. Organigrama de la organización

La definición de la estructura Organizacional de la Empresa es primordial para poder planear, dirigir, controlar y organizar todos los objetivos que se desean alcanzar, optimizar los procesos para obtener una mejor rentabilidad e inteligenciar una eficiencia comercial tanto en la publicidad como en las ventas del producto.

Hoy por hoy toda empresa tiene la misión de crecer, de poder posicionarse en el mercado tanto como producto como también como marca preferida, ser atractivos para los inversionistas, alcanzar objetivos comerciales y sociales, de allí la importancia de una estructura organizacional solida con metas y objetivos claro que serán nuestra base y punto de partida.

ANGEL DE LA GUARDA contará con una estructura organizacional adecuada para el inicio de sus actividades, de acuerdo a su organigrama contará con el personal capacitado para cumplir y brindar un producto de calidad a los clientes, haremos que los colaboradores se desenvuelvan de manera eficiente, cumpliendo con los objetivos propuestos.

Nuestro organigrama se definió de acuerdo a los requerimientos y competencias de cada uno de los puestos de trabajo, se define los departamentos necesarios para la ejecución de las actividades de la empresa; así también se determina las autoridades que serán las responsables de guiar de manera oportuna los objetivos de la empresa.

ANGEL DE LA GUARDA cuenta con una estructura pequeña, lo cual facilitara la toma de decisiones y todas las opiniones de los niveles jerárquicos serán atendidas, se

diseñaron las funciones y actividades que cada departamento debe ejecutar y desempeñar eficientemente para cumplir y alcanzar todos los objetivos con responsabilidad. Es importante que todos los puestos de trabajo estén alineados de una manera adecuada para que cada proceso llegue al nivel deseado. Se estipularon todos los procedimientos necesarios para alcanzar la credibilidad y consolidación de la estructura que se diseñó para la empresa y así obtener mejor rendimiento; también se definieron lineamientos que nos ayudan a maximizar el desarrollo y podamos obtener mejores resultados a través del tiempo.

2.2. Necesidades de recursos humanos

Para una empresa que recién va a iniciar sus operaciones la definición de cargos y funciones son establecidos de acuerdo a los objetivos que tiene la compañía y a las competencias que tiene el mercado. La empresa tendrá cuatro de departamentos que serán la base de nuestra operación:

- Administrativo
- Financiero
- Comercial y marketing
- Operaciones

Objetivo General

Ofrecer un producto tecnológico e innovador que genere bienestar a los padres y seguridad para sus hijos.

Objetivos Específicos

- Consolidar la estructura organizacional delimitando las funciones y responsabilidades.
- Implementar indicadores como: eficiencia en ventas, productividad, eficiencia por departamento, uso de los recursos, cumplimiento de metas.
- Presupuestar los gastos generados por servicios básicos, rotación de personal, capacitaciones, compensaciones, así como las metas financieras de la empresa.
- Motivar las competencias de los empleados con metas específicas y alcanzables que aporten valor a la organización.
- Fomentar la planeación estratégica en las áreas de la organización como contingencia para superar eventualidades que afecten la operación de la empresa.

2.2.1. Análisis y diseños de puestos del negocio.

La empresa ha analizado de acuerdo al giro del negocio el diseño de una estructura jerárquica conformada por cuatro pilares fundamentales, la descripción de los puestos está alineada con los objetivos de la organización para cumplir las metas trazadas. (ver anexos 3).

Figura 6

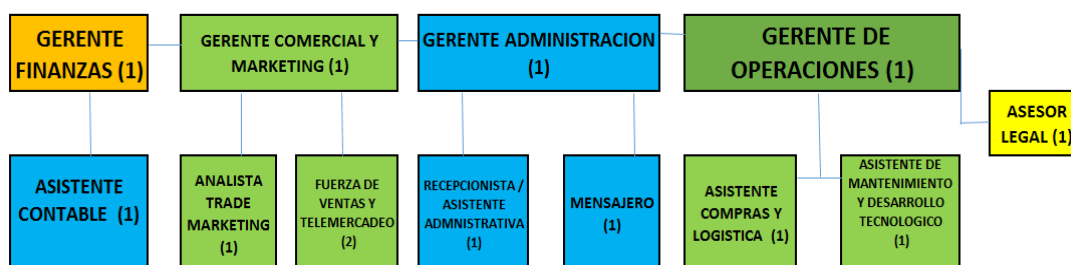


Figura 6. Organigrama ANGEL DE LA GUARDA, Autores (2018)

2.2.2. Procedimientos de selección de personal a implementar.

El proceso de selección para los cargos a desempeñar en el organigrama estará fijado en una primera fase para las áreas de apoyo de la empresa. Para el proceso de selección se ejecutará un plan de acción de dos tipos:

- Reclutamiento tradicional.
- Reclutamiento 2.0.

Reclutamiento Tradicional

El reclutamiento tradicional es el proceso en que se utiliza medios como la prensa escrita, periódicos y referidos en el cual se publica la oferta para captar al candidato con el perfil idóneo para el cargo.

Reclutamiento 2.0

El reclutamiento 2.0 es el proceso en que se utiliza medios web y digitales como las redes sociales, portales web de empleo o desde la página web de la empresa para captar al candidato idóneo para el puesto.

Periodo de Prueba

Luego del que el postulante haya sido seleccionado estar en un periodo de prueba de 90 días. Este periodo servirá para la evaluación del desempeño, si el postulante este alineado con la visión y valores de la empresa.

Aviso de contratación

Figura 7

ANGEL DE LA GUARDA

BUSCA PERSONAL

Compañía dedicada en la distribución y comercialización tecnológica de dispositivos al cuidado de la familia, está buscando las siguientes posiciones para su contratación inmediata en la ciudad de Guayaquil:

- **Asistente Contable - Asistente Administrativo -Asesor Legal**
- **Analista de Trade Marketing (Egresado en Marketing Y Ventas)**
- **Asistente de mantenimiento y desarrollo tecnológico. (graduado en telecomunicaciones y sistemas)**
- **Vendedores**
- **Asistente de compra y logística (graduado en comercio exterior y carreras afines, con experiencia)**

Con juicio crítico, orientado a resultado, con experiencia comprobada.

Interesados por favor enviar su curriculum a la dirección de correo electrónico,
administracionadg@adg.com

Figura 7. Aviso de Contratación, autores (2018)

2.3.Compensaciones del personal

El plan de compensación para los empleados de la empresa está regido en una estructura salarial competitiva con el mercado laboral de acuerdo a los objetivos planteados por las áreas estratégicas y el cumplimiento de las funciones.

Dentro de los objetivos del departamento de administración es crear una estructura básica de compensación. Como plan de acción para los empleados es establecer remuneraciones atractivas para atraer a los mejores talentos. Y bonificaciones al alcanzar objetivos semestrales de acuerdo a los indicadores del área.

Los beneficios sociales según la ley ecuatoriana son aparte de sus remuneraciones y bonificaciones y son de carácter obligatorio.

- Afiliación al seguro social.
- Pago de la décimo tercera remuneración.
- Pago de la décimo cuarta remuneración.
- Pago del fondo de reserva a partir del segundo año.
- Vacaciones anuales remuneradas.
- Licencia por Paternidad.
- Licencia por maternidad.
- Pago del subsidio por maternidad.
- Pago de Utilidades que corresponde al 15% de utilidades liquidadas.

Por ser el giro del negocio la distribución de un producto, la empresa no está en el proceso de producción del mismo, por tanto, la fuerza de trabajo es mano de obra indirecta excepto el Analista de Investigación y Desarrollo tecnológico.

2.3.1. Descripción de las compensaciones del personal del negocio.

Remuneración y Salario

El personal de apoyo percibirá un sueldo de acuerdo a sus competencias excepto el área de marketing comercial que percibirán comisiones y beneficios al alcanzar las metas del área.

Mano de Obra indirecta

Figura 8

| Cargos | Unidad | SUELDOS |
|--|---------------|----------------|
| Asistente Contable | 1 | \$ 900,00 |
| Analista Trade Marketing | 1 | \$ 1.200,00 |
| Vendedores | 2 | \$ 400,00 |
| Asistente Administrativo | 1 | \$ 386,00 |
| Asesor legal | 1 | \$ 1.500,00 |
| Coordinador de Importaciones y Compras | 1 | \$ 900,00 |
| Mensajero | 1 | \$ 386,00 |

Figura 8. Mano de obra Indirecta, autores (2018)

Mano de Obra Directa

El cargo de Analista de Investigación y desarrollo Tecnológico al ser un cargo sensible en la producción del producto es clasificado dentro de la mano de obra directa.

Figura 9

| | | |
|--|---|-----------|
| Analista de Investigación y Desarrollo Tecnológico | 1 | \$ 900,00 |
|--|---|-----------|

Figura 9. Mano de Obra directa (2018)

Gerencias

La remuneración asignada a las gerencias está de acuerdo a la a la competitividad del mercado laboral del Ecuador.

Figura 10

| Cargos | SUELDOS |
|-------------------------------|----------------|
| Gerente Administrativo | \$ 2.200,00 |
| Gerente de Finanzas | \$ 2.200,00 |
| Gerente Comercial y Marketing | \$ 2.500,00 |
| Gerente de Operaciones | \$ 2.500,00 |

Figura 10. Gerencias, autores (2018).

La descripción de los cargos, competencias y manual de funciones para cada puesto están diseñados con el objetivo de que la compañía pueda funcionar armoniosamente en todas las áreas apoyándose entre ellas para lograr el crecimiento de la empresa. Ver anexo 3

Gasto de Ventas

El área comercial y marketing por su naturaleza, se define que los vendedores percibirán las siguientes variables.

Gastos de representación:

- Alimentación: \$60.
- Movilización: \$60.
- Plan celular: \$28.73.
- Comisión: 1% al alcanzar el 100% de la meta comercial.
- Comisión: 2% al alcanzar el 110% de la meta comercial.

Logística y Transporte

Se van a realizar 6 importaciones anuales cuyo valor anual es de \$2400.

Proveedor: RANSA ECUADOR

(RANSA, n.d.)

Figura 11

| | | | | |
|---------------------|--|---|-------|---------|
| TRANSPORTE DE CARGA | | 6 | \$400 | \$ 2400 |
|---------------------|--|---|-------|---------|

Figura 11. Costo de transporte internacional, RANSA (2018)

Costo de envío a retails

Para movilizar la mercadería desde el puerto de Guayaquil a las bodegas u oficinas, la nacionalización del producto, y los trámites aduaneros.

El costo por unidad enviada es de \$2.54 hasta un paquete cuyo peso sea menor de 2Kg, a través de correos del Ecuador.

Proveedor: Servientrega. (Servientrega, n.d.)

Política de crédito a clientes

Las políticas de crédito están sustentadas dependiendo el riesgo y perfil crediticio del cliente, con una política de cartera de crédito de 45 días para el pago de los productos distribuidos.

Política de pago a proveedores.

Las políticas de crédito estarán regidas de acuerdo a la negociación con el proveedor estipulado en el pago de 45 días plazo entregado la mercadería en puerto.

Costos pre operativos**Tipo de Empresa**

Ángel de la Guarda es una compañía Anónima que reside en la ciudad de Guayaquil cuya razón de ser es el desarrollo y comercialización de dispositivos tecnológicos para velar por la salud y bienestar de los bebés y niños.

Compañía Anónima

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formada por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 143 Ley de Compañías del Ecuador

Accionistas

Las acciones de las compañías están divididas entre los 4 socios en un 25% del valor nominal del capital de suscripción en el registro mercantil.

Art. 147.- Ninguna compañía anónima podrá constituirse sin que se halle suscrito totalmente su capital, el cual deberá ser pagado en una cuarta parte, por lo menos, una vez inscrita la compañía en el Registro Mercantil.

Art. 160.- La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías.

Todo aumento de capital autorizado será resuelto por la junta general de accionistas y, luego de cumplidas las formalidades pertinentes, se inscribirá en el registro mercantil correspondiente. Una vez que la escritura pública de aumento de capital autorizado se halle inscrita en el registro mercantil, los aumentos de capital suscrito y pagado hasta completar el capital autorizado no causarán impuestos ni derechos de inscripción, ni requerirán ningún tipo de autorización o trámite por parte de la Superintendencia de Compañías, sin que se requiera el cumplimiento de las formalidades establecidas en el artículo 33 de esta Ley, hecho que en todo caso informado a la Superintendencia de Compañías.

Descripción de Activos

Figura 12. Muebles y Enseres

| MUEBLES Y ENSERES | | | |
|-----------------------------------|--------|-----------|----------------|
| | UNIDAD | COSTO | TOTAL |
| ESCRITORIOS y SILLONES | 6 | \$ 150,00 | \$ 3190,00 |
| CUBICULOS | 6 | \$ 80,00 | \$ 480,00 |
| SILLAS | 12 | \$ 80,00 | \$ 960,00 |
| ARCHIVADORES | 5 | \$ 60,00 | \$ 300,00 |
| TOTAL | | | \$ 4930 |

| EQUIPOS DE COMPUTACION | | | |
|-------------------------------|--------|-------------|-------------|
| | UNIDAD | COSTO | TOTAL |
| PC SERVIDOR | 2 | \$ 1.500,00 | \$ 3.000,00 |
| COMPUTADORA ESCRITORIO | 7 | \$ 453,00 | \$ 3.171,00 |
| LAPTO | 4 | \$ 1.200,00 | \$ 4.800,00 |
| IMPRESORA | 2 | \$ 210,00 | \$ 420,00 |

*Figura 13.
Equipos de
Computación*

\$ 7.950,00

| ACTIVOS DIFERIDOS | |
|--------------------------|--------|
| GASTOS DE CONSTITUCIÓN | \$204 |
| LICENCIAS Y PATENTES | \$1800 |

Figura14. Activos Diferidos

Gastos Administrativos

| GASTO ADMINISTRATIVO | |
|-----------------------------|----------------------|
| GERENCIAS | \$ 151.545,44 |
| SUMINISTROS | \$ 600,00 |
| GASTOS BASICOS | \$ 1.800,00 |
| ALQUILER | \$ 700,00 |
| MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA | \$ 1.200,00 |
| INTERNET | \$ 403,20 |
| | \$ 146.674,08 |

Figura 15. Gastos administrativos

2.4. Indicadores claves de gestión (kpi's)

Es de suma importancia medir las gestiones en todas las áreas para la toma de decisiones conocer nuestras debilidades operacionales, identificar los puntos en que mejorar por cada área y gestionar las soluciones requeridas para que la compañía tenga operaciones más eficientes y eficaces.

2.4.1. Fijación de principales kpi's del negocio

| NOMBRE | OBJETIVO | FORMULA DE CALCULO | UNIDAD DE MEDIDA | PERIODO DE MEDICION | FUENTE DE INFORMACION | UNIDAD RESPONSABLE | SIGNIFICADO |
|----------------|--------------------------------------|---|------------------|---------------------|--------------------------|--------------------|--|
| ADMINISTRATIVA | Disminuir Ausentismo de Personal | (dias de ausencia/dias de trabajo)*100 | % | Mensual | Ejecución administrativa | Administración | Determinar el % de ausencia por empleado |
| ADMINISTRATIVA | Generar satisfaccion laboral | Encuesta de Clima Organizacional | % | Semestral | Ejecución administrativa | Administración | Determinar satisfaccion del personal |
| ADMINISTRATIVA | Incentivar programas de capacitacion | (cursos tomados/cursos programados)*100 | % | Anual | Ejecución administrativa | Administración | Determinar grados de preparación |

| NOMBRE | OBJETIVO | FORMULA DE CALCULO | UNIDAD DE MEDIDA | PERIODO DE MEDICION | FUENTE DE INFORMACION | UNIDAD RESPONSABLE | SIGNIFICADO |
|-----------|--------------------------------|---|-------------------------|---------------------|------------------------|--------------------|--|
| MARKETING | Determinar Ingresos por ventas | % ventas Inbound Mkt Vs % ventas Outbound Mkt | % | Mensual | Ejecución presupuestal | Administración | Determinar ventas por campañas |
| MARKETING | Conocer el Costo por lead | % leads Inbound Mkt Vs % leads Outbound Mkt | % | Mensual | Ejecución presupuestal | Administración | Determinar leads por campañas |
| MARKETING | Convertir Leads a Clientes | Ventas /visitas *100 | % | Mensual | Ejecución presupuestal | Administración | Determinar la conversion a clientes |
| MARKETING | Aumentar el trafico en redes | Visitas web, likes comnetarios, comparticion | Numero de interacciones | Mensual | Ejecución presupuestal | Administración | Determinar el trafico en redes y en mkt distribucion |

| NOMBRE | OBJETIVO | FORMULA DE CALCULO | UNIDAD DE MEDIDA | PERIODO DE MEDICION | FUENTE DE INFORMACION | UNIDAD RESPONSABLE | SIGNIFICADO |
|-------------|---------------------------------------|--|------------------|---------------------|------------------------|--------------------|--|
| OPERACIONES | Determinar la duración del inventario | $\frac{\text{Inventario final/ventas promedio} \times 30 \text{ dias}}{\text{dispositivos}}$ | Unidad | Mensual | Ejecución presupuestal | Administración | Controlar la duracion de los productos |
| OPERACIONES | Mejorar los procesos de calidad | $\frac{\text{devuletos/ventas}}{\text{ventas}} \times 100$ | % | Mensual | Ejecución presupuestal | Administración | Disminuir la devolucion de equipos |
| OPERACIONES | Mejorar costos de mantenimiento | $\frac{\text{gastos mes actual} - \text{gastos mes anterior}}{\text{gastos mes anterior}}$ | \$ | Mensual | Ejecución presupuestal | Administración | Analizar los gastos incurridos por |

| NOMBRE | OBJETIVO | FORMULA DE CALCULO | UNIDAD DE MEDIDA | PERIODO DE MEDICION | FUENTE DE INFORMACION | UNIDAD RESPONSABLE | SIGNIFICADO |
|------------|--|--|------------------|---------------------|------------------------|-------------------------------|---|
| FINANCIERA | Aumentar rentabilidad de la empresa | ROI | % | Anual | Ejecución presupuestal | Administración/ Financiero | Determinar el retorno de la inversión |
| FINANCIERA | Conocer la participación en el mercado | $\frac{\text{Ventas}}{\text{ventas del Sector}} \times 100$ | % | Anual | Ejecución presupuestal | Administración/ Financiero | Determina la satisfacción de la empresa |
| FINANCIERA | Indicar el crecimiento de Ventas | $\frac{\text{Ventas año corriente} - \text{ventas del Año Ant.}}{\text{ventas del Año Ant.}} \times 100$ | % | Anual | Ejecución presupuestal | Administración/ Financiero | Coherencia de crecimiento de activos con el volumen y precios |

3. CONCLUSIONES

Ángel de la Guarda es una empresa compuesta de emprendedores cuya filosofía es la innovación tecnológica para el cuidado y bienestar de la familia ofreciéndoles seguridad y confianza a través de un producto de calidad.

La gerencia administrativa al tanto de los cambios en el mercado laboral ha desarrollado una planeación con el fin de presentar ofertas laborales competitivas y atractivas para conformar un talento humano de los mejores profesionales para la compañía con el fin de tener un equipo que cumpla con las expectativas comerciales.

El diseño del organigrama está orientado a la búsqueda de resultados por área de negocios, cuyos líderes tienen experiencia en esas unidades, cada unidad del negocio tiene un líder y un equipo de trabajo con indicadores y responsabilidades definidas para alcanzar los objetivos no tan solo departamentales sino también los de la compañía.

Consideramos que brindar compensaciones atractivas a nuestros empleados es importante para su fidelidad, su entrega al trabajo y su motivación, por tanto, las remuneraciones salariales están por encima de la media salarial en el mercado, cumpliendo con los beneficios sociales por ley y bonos de acuerdo al área y su competencia.

Para concluir la planeación estratégica de la organización estar orientada a los resultados no tan solo comerciales sino también en el desarrollo de los empleados y a la organización, basados en nuestros valores corporativos como el respeto, la transparencia en nuestras acciones, el compromiso a la innovación y a un servicio de calidad adaptándonos a los cambios que fluctúan en el mercado son nuestra llave de presentación y nuestro apalancamiento a desarrollar nuestro camino hacia el éxito.

4. REFERENCIAS

Trabajos citados

Chiriboga, D. S. (2018). *google form*. Obtenido de <https://docs.google.com/forms/d/11MFFDJhyWHGR3FIBb1qrN7Qrb-TrQKA3IzwNT9mOQFM/edit#responses>

Guayaquil, A. d. (s.f.). *Guayaquil Emprende*. Obtenido de <http://www.guayaquilemprende.org/>

RANSA. (s.f.). *RANSA*. Obtenido de <https://www.ransa.biz/>

Servientrega. (s.f.). Obtenido de <http://www.servientrega.com.ec/>

5. ANEXOS

Anexo 1

ENTREVISTA

Preguntas:

¿Qué dice?

- ¿Qué cualidades busca en un pijama?
- ¿Por qué compra en este lugar?

¿Qué hace?

- ¿Qué espera encontrar en el producto?
- ¿Cómo obtuvo información de dónde comprar?

¿Qué piensa?

- ¿Qué le motiva comprar?

¿Qué siente?

- ¿Qué experiencia ha tenido con las pijamas?

ALBY STORE – T. TERRESTRE GYE (09h00 am – 09:45 am)**Actividades**

Llega a Guayaquil y busca algo para su nieta

Ambiente

Comodidad, luz, orden, Promociones por temporada de inicio escolar en la costa

Uniformes y zapatos: en todas las vitrinas principales, cerca de las cajas

Sector de ropa de niños, conjuntos y pijamas en el centro del local, aprox. 15 mts² con un frente de 3 mts².

Interacciones

Ordenado por categoría de productos, vendedora en cada zona

Objeto

Anaqueles, armadores, precios, descuentos

Usuarios

Pasajeros de llegada a Guayaquil.

Buenos días, busco algo cómodo para mi nieta, algo fresco.

Observaciones:

Ingresa cliente y a persona de la puerta pregunta sobre conjuntos y pijamas: Le dirige al sector donde le espera otra persona para atenderle sobre lo que busca. Inmediatamente otra persona me atiende a mí y me integro junto con el comprador como si yo buscara algo igual. Me justifico por ser de la capital querer conocer que lleva el señor para un bebé en Guayaquil y de ahí guiarme yo también

Textura, que sea conjunto (faldita, pantalón, blusita) color o diseño para niña (bebé de 1 año) lleva 2 prendas; al final pregunta precio. La vendedora le lleva a caja (\$ 25 - \$ 12,5 c/u) paga en efectivo. Tiempo de visita 10-15 minutos.

La mayoría de conjuntos son de algodón y polyester. Mientras más % de algodón tenga su precio varía hasta los \$ 20. No hay más clientes.

Cliente: Persona adulta de más de 60 años, solo, hombre, vestimenta sencilla. Llega a la ciudad y quiere llevar algo a su hija.

COMISARIATO AKI – T. TERRESTRE GYE (09h50 am – 10h20 am)

Actividades

Parejas que ingresan con una bebé, buscaban en Alby Store y esposo le dice que también hay en el AKI por lo que decido seguirles.

Ambiente

Comodidad, luz, orden de acuerdo al sector del producto.

Promociones por temporada de inicio escolar en la costa

Uniformes y zapatos con impulsadoras en las vitrinas principales, cerca de las cajas y en la puerta principal de ingreso

Sector de ropa de niños, conjuntos y pijamas en el centro del local, aprox. 10 mts² con un frete de 2 mts².

Interacciones

Ordenado por categoría de productos, categorizado para niños y niñas, Sólo interactúa con cajera el momento de pago.

Objeto

Anaqueles, armadores, precios, descuentos

Usuarios

Pasajeros de llegada a Guayaquil.

Buenos días, busco algo cómodo para mi nieta, algo fresco.

Observaciones: Cliente: Pareja de personas adulta de más de 30 años, vestimenta sencilla y niña de 7-9 meses en coche

Ingresan directo a zona de ropa de niñas donde revisan conjuntos y pijamas la mamá de la niña revisa además interiores, el papá revisa las pijamas, luego se cambian de sector y termina revisando las pijamas la mamá. Buscan algo que le quede, pero no revisan nada más que los diseños y los precios.

Llevan 3 conjunto a caja. De lo que pude revisar eran conjuntos de algodón 100%, el precio variaba de \$12 a \$16

.

BEBEMUNDO – MALL DEL SOL (10h30 – 11h30 am)

Actividades

Local solo con ropa de recién nacidos hasta los 4 años.

El local es muy concurrido por personas, aparentemente de clase media, media baja.

Ambiente

Comodidad, luz adecuada, orden de acuerdo al sector del producto.

Promociones y descuentos en conjuntos y pijamas.

El local es total en 100mts2 y los conjuntos y pijamas se encuentran divididos en varios sitios por sus precios

Interacciones

Ordenado por categoría de productos, categorizado para niños y niñas, Sólo interactúa con persona que está en el ingreso y al final con la cajera el momento de pago.

Objeto

Anaqueles, armadores, precios, descuentos

Usuarios

Mujeres embarazadas, abuelo(a) s, madres con niños en brazos

Observaciones: Cliente de varias edades que buscan ropa, accesorios y aditamentos para cuartos de bebés.

Ingresan directo a zona de descuentos en pijamas, todos van a ver la textura (ropa de mandil de doctor) a todos les gustan los diseños, todos cogen una.

Y sigue revisando otros sectores, al dirigirse a otros sectores observan el precio y lo dejan, la zona de pijamas desde \$ 50 está vacía. La gente revisa todo el local desde juguetes hasta cucharas, platos, se dan vueltas por aproximadamente de 20-30 minutos se acercan a caja y salen. Es el local con más visita para ropa de niños en el centro comercial.

Anexo 2

- ¿Cómo calificaría la idea?, califique del 1 al 5, donde 1 es poco atractiva y 5 muy atractiva

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | | |

- Califique del 1 al 5, donde 1 es poco cierto y 5 es muy cierto

| | | | | | |
|-----------------------------------|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Esto es lo que estaba necesitando | | | | | |

- Califique del 1 al 5, donde 1 es poco importante y 5 es muy importante

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Considero que lo que ofrecen es importante | | | | | |

- ¿Qué le gustó?
- ¿Qué le cambiaría?
- ¿Cuál cree que es el principal beneficio de este producto/servicio?
- ¿Para qué tipo de personas cree usted que es este producto/servicio?
- ¿Qué esperaría como resultado de este producto/servicio?
- ¿Considera que se le puede agregar algo para que esté completo?
- ¿Qué siente usted respecto al producto/servicio?
 - Yo definitivamente lo compraría
 - Probablemente lo compraría
 - Podría o no podría comprarlo
 - Probablemente no lo compraría
 - Definitivamente no lo compraría

- Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto/servicio.

Anexo 3

Manual de funciones y descripción de Cargos

Gerente Comercial y Marketing

Nivel de mando: Ejecutivo

Área: Comercial y marketing

Reporta a: CEO

Supervisa a: Coordinador Trade marketing

Misión

Diseñar; definir e implementar las estrategias de marketing; así como los objetivos por categoría y producto; con la finalidad de cumplir con los indicadores establecidos por la empresa; y manteniendo la marca claro como líder a nivel nacional.

Responsabilidades

1. Definir las estrategias de marketing basadas en el conocimiento de los objetivos del negocio, del producto, precio, canal de venta, promoción, características del mercado y los factores que permitan a la empresa alcanzar los objetivos definidos (ingresos, ventas y rentabilidad)
2. Diseñar el plan de marketing donde se establecen los pasos necesarios para implementar o ejecutar las estrategias, así como los recursos a utilizar, los tiempos o plazos y el presupuesto o inversión requerida.
3. Evaluar los aspectos financieros para el desarrollo del producto, controlando el presupuesto, costo de la inversión, eficiencia y la eficacia y rentabilidad del producto.
4. Definir los planes de comunicación, promoción y activación de productos y servicios que se generan en el área de marketing.

5. Identificar oportunidades para la generación de nuevos negocios, analizando las necesidades, preferencias, gustos, deseos, hábitos y costumbres de los consumidores
6. Desarrollar personal a su cargo, reforzando conocimientos y promoviendo su desarrollo integral
7. Demás funciones asignadas por su jefe inmediato

Educación

Ingeniería comercial; ingeniería en marketing; licenciatura en mercadotecnia o carreras afines.

Experiencia

Mínimo 3 años de experiencia en cargos similares; 2 años de experiencia liderando personal

Conocimientos adicionales

Conocimiento en: relaciones humanas; servicio al cliente; negociación; marketing; internet; manejo y control estadístico de procesos; manejo de utilitarios office

Experiencia

Mínimo 3 años de experiencia en cargos similares; 2 años de experiencia liderando personal

Analista de Trade Marketing

Nivel de mando: medio

Área: Comercial y Marketing

Reporta a: Gerente Comercial Y Marketing

Misión

Asegurar que los canales de ventas cumplan con los objetivos comerciales trazados en plan de negocios.

Responsabilidades

1. Desarrollar e implementar estrategias de Trade marketing orientadas a incrementar la venta y estandarización de la imagen de la marca en los puntos de venta.
2. Manejar las redes sociales de la empresa y aumentar la audiencia y vistas a la página.
3. Desarrollar estrategias e implementar acciones que impulsen la venta en canales de segmento masivo (digitales y retails).

Educación

Ingeniería en marketing; Marketing Digital, Ingeniería comercial.

Experiencia

De 3 a 5 años desempeñando funciones similares en áreas de mercadeo; preferible en empresas de consumo masivo. Manejo de personal

Conocimientos adicionales

Conocimientos en planificación estratégica de mercadeo; elaboración y administración de proyectos; merchandising y publicidad. Conocimientos en Trade. Utilitarios office.

Vendedores

Nivel de mando: Apoyo

Área: Comercial y mkt

Reporta a: Gerente Comercial Y Marketing

Supervisa a: Fuerza de Ventas y Mercadeo

Misión

Cumplir con los objetivos de venta, así como la fidelización de clientes

Responsabilidades

1. Desarrollar estrategias de campo que le permitan cumplir con su meta de ventas.
2. Incrementar la cartera de clientes.
3. Fidelizar a los clientes a través de contenidos y servicio de post venta.

Educación

Cursando Ingeniería en ventas; ingeniería comercial; administración de empresas o carreras afines.

Experiencia

1 año en experiencia en venta de productos y servicios

Conocimientos adicionales

Conocimientos en ventas; economía; administración de estadísticas; análisis financiero; inglés intermedio y utilitarios office.

Gerente de Finanzas

Nivel de mando: Ejecutivo

Área: Financiero

Reporta a: CEO

Supervisa a: Contador

Misión

Definir los objetivos, estrategias financieras dirigiendo las actividades de adquisiciones de bienes y servicios, administración de recursos materiales y financieros, procesos tributarios y contables y garantizando el cumplimiento de los objetivos financieros de la empresa.

Responsabilidades

1. Diseñar estrategias, puesta en marcha, dirección y control de todos los aspectos financieros de la empresa.
2. Gestionar y disponer de recursos financieros necesarios para alcanzar los objetivos de la compañía.
3. Vigilar los aspectos tributarios y contables de la operación de la empresa.
4. Garantizar que las adquisidores locales y extranjeras que realiza la empresa cumplan con las políticas y procedimientos definidos para este proceso.
5. Controlar que exista una adecuada administración de los recursos materiales y financieros en todas las áreas de la empresa.

Educación

Ingeniería comercial, economía, administración de empresas, finanzas. Inglés Avanzado

Experiencia: De 3 a 5 años en el manejo de áreas financieras, contables, auditoría, manejo de inversiones y negociación con instituciones financieras. 3 años manejando personal.

Asistente de Contabilidad

Nivel de mando: Apoyo

Área: Financiero - administrativo

Reporta a: Contador

Supervisa a: No supervisa

Misión

Ejecutar procesos contables; financieros y de caja a fin de cumplir con las normativas locales.

Responsabilidades

1. Gestionar el cierre contable con las diferentes áreas para cumplir con las fechas programadas de acuerdo al cronograma local y corporativo.
4. Preparar la información destinada a atender requerimientos de los entes de control.
7. Demás funciones asignadas por su nivel superior.

Educación

Universidad incompleta Contaduría pública, auditoría, ingeniería comercial o afines.

Experiencia

De 1 a 3 años como analista contable o asistente de auditoría.

Conocimientos adicionales

Normas internacionales de contabilidad, fiscales, control interno y utilitarios office.

Inglés: N/A

Gerente Administrativo

Nivel de mando: Ejecutivo

Área: administrativa

Reporta a: CEO

Supervisa a: Asistente Administrativo

Misión

Controlar el flujo de los servicios administrativos a fin de garantizar la atención oportuna a los requerimientos recibidos y cumplimiento de los procesos internos y normativas legales.

Responsabilidades

1. Asegurar que todos los sitios donde opera la empresa cuenten con permisos de funcionamiento (bombero, municipio); y con el pago de impuestos prediales.
2. Asegurar que se cumpla con las obligaciones laborales (pago de planillas de aportación, pago oportuno de haberes, beneficios legales, distribución y pago de utilidades).
4. Desarrollar el personal a su cargo, retroalimentando su gestión, reforzando conocimientos y promoviendo su desarrollo integral.

Educación

Administración de empresa, ingeniería comercial, cpa o afines.

Experiencia

De 1 a 3 años en posiciones similares; manejando procesos mantenimiento de oficina; Manejo de personal.

Conocimientos adicionales

Conocimientos en ley para la contratación de servicios complementarios; seguridad industrial; administración de presupuesto; utilitario office (Excel e inglés intermedio)

Asistente administrativo

Nivel de mando: Apoyo

Área: Talento humano

Reporta a: Gerente administrativo

Supervisa a: N/A

Misión:

Apoyar en la gestión administrativa coordinando asuntos específicos de reclutamiento, selección, capacitaciones y desarrollo del talento Humano.

Responsabilidades

1. Planifica, coordina y organiza la agenda de entrevistas, capacitaciones, inducciones y publicaciones de reclutamientos.
2. Recibe y canaliza oportunamente la correspondencia y documentación, en general que se reciba tanto interna como externa.
3. Elabora y envía de manera oportuna documentación en general generado por su área, manteniendo un registro cronológicamente ordenado de los mismos.
4. Mantiene ordenado y con las seguridades respectivas los archivos a su cargo.
5. Coordina requerimientos, solicita, recibe y despacha materiales de oficina (proveeduría) para uso del departamento.
6. Demás responsabilidades asignadas por su nivel superior

Educación

Universidad incompleta en psicología Industrial, Ingeniería en administración y carreras afines.

Conocimientos adicionales

Office intermedio e inglés intermedio

Experiencia: de 1 a 3 años en cargos de recursos humanos

Mensajero

Nivel de mando: Apoyo

Área: Talento humano

Reporta a: Gerente administrativo

Supervisa a: N/A

Misión:

Apoyar en la gestión administrativa realizando los trámites administrativos, pagos de servicios y demás diligencias que aporten a la compañía

Responsabilidades

1. Recopila los tramites que hay que realizar en el día.
2. Recopila y canaliza oportunamente la correspondencia y documentación, en general que se reciba tanto interna como externa.
3. Demás responsabilidades asignadas por su nivel superior

Educación

Universidad Incompleta

Conocimientos adicionales

Office intermedio

Experiencia: N/A

Gerente de Operaciones

Nivel de mando: Ejecutivo

Área: Operaciones

Reporta a: Presidente ejecutivo

Supervisa a: Coordinador de importaciones y Compras, Analista de investigación y Desarrollo Tecnológico.

Misión

Definir los objetivos, estrategias y lineamientos generales del área técnica que permitan encaminara la empresa hacia el desarrollo tecnológico, liderando la adquisición de los equipos y medios técnicos precisos para el desarrollo de la operación.

Responsabilidades

- 1- Planificar, ejecutar y controlar el correcto crecimiento y operación tecnológica de todos sus componentes
- 2- Supervisar las compras e importaciones.
- 3- Hacer seguimiento de resultados de operaciones de mantenimiento de los componentes tecnológicos y velar por el buen desempeño del mismo.
- 4- optimizar el uso de recursos y propender a minimizar los costos de operación e implementación.
- 5- administrar adecuadamente el clima y ambiente de trabajo.
- 6- demás responsabilidades asignadas por su nivel superior.

Educación: Ingeniería electrónica

Experiencia: De 5 a 7 años en manejo de personal, compras y logística

Inglés: Avanzado

Analista de investigación y Desarrollo Tecnológico

Nivel de mando: Apoyo

Área: Técnico - Sistemas y Tecnología

Reporta a: Gerente de Operaciones

Supervisa a: N/A

Misión

Optimización de los recursos y el mejoramiento de la calidad de los productos; analizando al mismo tiempo nuevas propuestas tecnológicas y oportunidades de negocios con el propósito de asegurar el logro y cumplimiento de los resultados operacionales y estratégicos.

Responsabilidades

1. Analizar nuevas propuestas de desarrollo tecnológico.
2. Revisar periódicamente los reportes que se remitan a la dirección técnica, presidencia y organismo de control.
3. Demás funciones asignadas por su nivel superior.

Educación

Ingeniería electrónica o de telecomunicaciones.

Experiencia

De 3 a 5 años en funciones de administración de proyectos de telecomunicaciones.

Conocimientos adicionales

Administración de presupuesto manejo de utilitarios Project.

Ingles

Avanzado

Coordinador de importaciones y Compras

Nivel de mando: Apoyo

Área: Técnico - Sistemas y Tecnología

Reporta a: Gerente de Operaciones

Supervisa a: N/A

Misión

Dirigir y controlar los procesos de compras e importaciones de acuerdo a las políticas y procedimientos establecidos en la empresa.

Responsabilidades

1. Asegurar que las negociaciones cumplan con las mejores condiciones de calidad, plazos de entrega, pagos, precios y descuento en beneficio de la empresa.
2. Controlar que todos los procesos de exportación e importación y la adquisición de bienes y servicios, se efectúen de acuerdo a las normas legales vigentes y políticas de la empresa.
4. Supervisar los estados de los procesos de compras locales e internacionales.

Educación

Ingeniería comercial; economía; administración de empresas; comercio exterior o afines.

Experiencia

De 3 a 5 años supervisando procesos de adquisición; compras e importaciones.

Conocimientos adicionales

Conocimientos en normativa aduanera vigente; comercio exterior; básicos de contabilidad y finanzas, inglés avanzado y redacción de informes ejecutivos.

