

Estrategias y planes para la empresa GONTEX S.A.S

Angie Yasmin Moreno Mejía

Deisy Landazábal Verjel

Osman Rolando Hamon Rodríguez

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Especialización en Gerencia de Empresas
Bogotá, D.C.
2018

Estrategias y planes para la empresa GONTEX S.A.S

Angie Yasmin Moreno Mejía

Deisy Landazábal Verjel

Osman Rolando Hamon Rodríguez

Director

Johny Rubiel Mariño Reyes

Trabajo de grado para optar al título de Especialista en Gerencia de Empresas

Universitaria Agustiniiana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Especialización en Gerencia de Empresas

Bogotá, D.C.

2018

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo a Dios que nos ha dado la vida y la fortaleza para continuar en nuestro camino.

A nuestras familias que son nuestro impulso para salir adelante. Al docente por la orientación y acompañamiento en esta especialidad y a nuestro grupo por el esfuerzo de realizar este logro.

“El éxito depende del esfuerzo”

Sófocles

Agradecimientos

En el proceso de desarrollo de la especialización de gerencia de empresas, agradecemos a Dios por guiarnos a lo largo de nuestra vida, permitiendo estar actualmente en un nivel alto de educación, dándonos fortaleza para continuar; gracias a nuestras familias que, por medio de la colaboración, comprensión y apoyo para finalizar este proceso educativo, por confiar y creer en nuestros proyectos.

También agradecemos a los directivos, docentes y compañeros que estuvieron en el proceso durante el año transcurrido fortaleciendo nuestros conocimientos y emprender nuestras habilidades desde diferentes aspectos académicos, profesionales y laborales. Y, por último, a la empresa GONTEX SAS, que muy amablemente nos permitieron diseñar un plan estratégico, aportar conocimientos y la adquisición de experiencia desde el punto de vista del sector privado para nuestra experiencia profesional y crecimiento personal.

Tabla de contenido

Introducción	10
1. Descripción de la empresa.....	11
2. Caracterización y diagnóstico de la empresa	11
2.1. Misión.....	11
2.2. Visión.....	12
2.3. Valores empresariales.....	12
2.4. Recursos humanos de GONTEX S.A.S.....	12
2.5. Recursos tecnológicos de GONTEX S.A.S.....	12
2.5.1. Maquina fileteadora.....	12
2.5.2. Maquina plana.	12
2.5.3. Cortadora.	13
2.5.4. Mesa de corte.	13
2.6. Línea de productos.....	13
2.6.1. Productos hospitalarios.	13
2.6.2. Productos estéticos.	13
2.6.3. Productos industriales.	13
2.7. Capacidad de producción.....	13
2.7.1. Proceso de producción.	14
2.8. Situación financiera de GONTEX S.A.S.....	14
2.8.1. Análisis cualitativo.....	15
2.8.2. Análisis cualitativo.....	15
2.8.3. Análisis sector económico.....	17
2.8.4. Análisis de producto.....	18
2.9. Situación organizacional de GONTEX S.A.S	18
2.9.1. Proceso operacional.....	19
2.10. Situación de mercado de GONTEX S.A.S	19
2.10.1. Tipos de segmentos.	20
3. Análisis Sectorial.....	23
3.1. Matriz pestel	24
3.1.1. Factores políticos.....	24
3.1.2. Factores Económicos.....	25
3.1.3. Factores sociales.....	25
3.1.4. Factores tecnológicos.	26
3.1.5. Factores ecológicos.	26
3.1.6. Factores legislativos.	27
3.2. Análisis de la matriz pestel.....	27
3.3. Matriz de las cinco fuerzas Porter	29
3.3.1. El poder de negociación de los proveedores.	29
3.3.2. El poder de negociación de los compradores.	29

3.3.3.	Amenaza de nuevos entrantes.	30
3.3.4.	Amenaza de productos sustitutos.	31
3.3.5.	Rivalidad entre los competidores existentes.	32
3.4.	Análisis de la matriz cinco fuerzas de Porter	32
3.5.	Matriz del perfil competitivo	33
3.6.	Proveedores de GONTEX S.A.S.....	35
3.6.1.	Ambitex.....	35
3.6.2.	Comertex.....	35
3.6.3.	Hilos y suministros.....	35
3.7.	Clientes potenciales de GONTEX S.A.S.....	35
3.7.1.	Sensacions wellness & Spa.	36
3.7.2.	Colsanitas.	36
4.	Problema de intervención.....	36
4.1.	Formulación del problema.....	37
5.	Objetivos	37
5.1.	Objetivo general	37
5.2.	Objetivos específicos	38
6.	Alcance.....	38
7.	Antecedentes	39
8.	Marco referencial	40
8.1.	Referente normativo	40
8.1.1.	Resolución 2400 de 1979 (mayo 22) ministerio de trabajo y seguridad social.....	40
8.1.2.	Ley no. 1258 05 dic 2008.....	41
8.1.3.	Decreto 1295 de 1994 (junio 22).....	42
8.1.4.	Decreto número 1545 de 1998 (4 agosto 1998) ministerio de salud.....	42
8.2.	Referente teórico.....	43
8.3.	Referente institucional.....	44
8.4.	Referente conceptual	45
9.	Metodología marco lógico	46
9.1.	Análisis de los involucrados.....	46
9.2.	Árbol de problemas	47
9.3.	Árbol de objetivos	48
9.4.	Alternativas de solución	49
9.5.	Alternativa optima	50
9.5.1.	Clientes.....	50
9.5.2.	Motivación de los empleados.....	50
9.5.3.	Manejo adecuado y estructurado de la contabilidad.	50
9.6.	Estructura analítica del proyecto	51
9.7.	Matriz marco lógico.....	52
10.	Monitoreo y evaluación del proyecto.....	54

Conclusiones57
Recomendaciones58
Referencias59
Anexos.....63

Lista de figuras

Figura 1. Ubicación de la empresa. (Recuperado Google Maps , 2018).....	11
Figura 2. Proceso de producción. Nota: Autoría propia.....	14
Figura 3. Análisis vertical activo. Nota: Recuperado de contador público GONTEX S.A.S.	15
Figura 4. Tipo de segmento. Nota: Recuperado de (Lopez, 2015)	20
Figura 5. Rango de edad. Nota: Recuperado de (Janneth, 2016)	20
Figura 6. Personas encargadas de compras. Nota: Recuperado de (Janneth, 2016)	21
Figura 7. Productos principales para comercialización. Nota: Recuperado de (Janneth, 2016)....	21
Figura 8. Aspectos de clientes. Nota: Recuperado de (Janneth, 2016)	21
Figura 9. Motivaciones del cliente. Nota: Recuperado de (Janneth, 2016)	22
Figura 10. Particularidades de selección. Nota: Recuperado de (Janneth, 2016)	22
Figura 11. Árbol de problemas. Nota: Autoría propia	47
Figura 12. Árbol de objetivos. Nota: Autoría propia	48
Figura 13. Estructura analítica del proyecto. Nota: Autoría propia	51

Lista de tablas

Tabla 1. Precios al consumidor	15
Tabla 2. Forma de pago para segmentos hospitalarios y estéticos.....	22
Tabla 3. Promedio de compras por parte de los clientes.....	23
Tabla 4. Cinco fuerzas de Porter	32
Tabla 5. Competidores	33
Tabla 6. Precios competencia Polymedical.....	33
Tabla 7. Competencia Disa	34
Tabla 8. Competencia Mainco	34
Tabla 9. Análisis de los involucrados.....	46
Tabla 10. Estrategias de los involucrados	47
Tabla 11. Alternativas de solución	49
Tabla 12. Matriz marco lógico	52
Tabla 13. Cronograma de actividades	54
Tabla 14. Diseño de tiempo cronograma de actividades.....	56
Tabla 15. Estado de la situación financiera empresa GONTEX S.A.S.....	63
Tabla 16. Análisis vertical y horizontal de la situación financiera	64
Tabla 17. Estado de resultados integral empresa GONTEX S.A.S.....	65
Tabla 18. Análisis vertical y horizontal del estado de resultados integral	66
Tabla 19. Manual de funciones empresa GONTEX S.A.S	67

Resumen

La empresa GONTEX S.A.S., dedicada a confeccionar y comercializar productos desechables para el sector de la salud, industrial y estético. Orientada en los procesos administrativos y contables de manera informal capaz de llevar a cabo un funcionamiento óptimo para el crecimiento de la organización desde el año 2016, permitiendo efectuar programas, actividades y planes de acción acorde a las situaciones presentes dentro de la misma, formalizando la generación de alianzas comerciales con empresas el principal sector salud, con necesidades de productos textiles; en la búsqueda y diversificación de mejoras enfocadas a las áreas de la organización, determinando capacidades cualitativas y cuantitativas precisas para el posicionamiento de la empresa en el sector, ampliando el desarrollo de la empresa en diferentes entornos económicos, sociales, políticos y ambientales, que determinan manejo y toma de decisiones, logrando una prospectiva empresarial amplia, diseñada para enfrentar las capacidades de demanda, costos, ganancias, cambios tecnológicos y ambientales que enfoquen a un proceso administrativo sistematizado para lograr ser altamente competitivo en el mercado textil. Con la reestructuración a la planeación estratégica en busca de ser más competitivos en el mercado, generando un ciclo PHVA para obtener resultados financieros satisfactorios estimando un aumento de los ingresos en un 20% en el primer trimestre del año siguiente, interviniendo y ejecutando las propuestas de mejora.

Palabras clave: planeación, estrategias, proyección, posicionamiento, capacidad financiera.

Introducción

El presente trabajo se llevó a cabo por medio de un enfoque administrativo con un diagnóstico y generación de propuestas de mejora, mediante diferentes herramientas cuantitativas determinantes resultados de un análisis descriptivo; identificando las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que presenta la empresa GONTEX S.A.S, enfocada en el proceso de estructuración a la planeación estratégica de la situación actual de la misma; en busca de la disminución de costos dentro de la organización , para hacer uso eficaz de los recursos humanos, financieros y tecnológicos pronosticando capacidades en el sector textil colombiano; por medio del valor agregado del material, cuidado y cumplimiento de las normas medio ambientales apoyando y diversificando la penetración de diferentes segmentos de mercado y aumentando la competitividad para un crecimiento acelerado.

El proceso de desarrollo y ejecución de matrices macroeconómicas, mercadeo y financieras, direcciono lineamientos trascendentales para la ampliación de nuevas estrategias administrativas y toma de decisiones precisas. La ampliación de conocimiento en los marcos metodológicos para mayor eficiencia en procesos financieros, de producción y distribución de sus productos, enfocados en la mejora del método de planificación en sus procesos, la generación de análisis de los factores sociales, económicos, ambientales, tecnológicos y humanos determinaron parámetros específicos encaminado a un nivel de mejora para los grupos de interés de la empresa; y retribuir a la funcionabilidad por medio de la misión, visión y valores corporativos.

Teniendo como objetivo esencial apoyar el funcionamiento de la empresa contribuyendo al desarrollo de cada proceso por medio del ciclo PHVA, estableciendo estrategias, y el planteamiento de indicadores de gestión que proyecta para cada una de las áreas, percibiendo un enfoque eficiente a futuro de forma proactiva a la junta directiva en la toma de decisiones, determinando un entorno económico rentable.

Mediante los análisis y factores estudiados en el presente proyecto, se concluye con la capacidad de crecimiento de la empresa, por medio de procesos sistematizados que favorezcan en tiempo real la capacidad de oferta y alianzas estratégicas futuras, que se recomienda influyendo en cambios positivos por medio de funciones, responsabilidad y procesos eficientes para proceder a la ampliación y prolongación el mercado textil.

1. Descripción de la empresa

GONTEX S.A.S es una empresa dedicada a confeccionar y comercializar prendas desechables para el sector salud, industrial y de belleza, dirigidas a satisfacer las necesidades de nuestros clientes con altos estándares de calidad. Manejando tres tipos de líneas de negocio: Línea Médico Quirúrgica, Línea Estética y Belleza y Línea Industrial. (Gontex SAS, 2016).

2. Caracterización y diagnóstico de la empresa

La empresa GONTEX S.A.S, fue fundada en el mes de Julio del año 2016, ubicada en la ciudad de Bogotá D. C, en la localidad 7, Barrio Bosa Brasil dirección Calle 56 SUR No. 88C – 15 en un segundo piso. Recibe su nombre con el fin de representar el sector textil y la creadora y actual dueña de la empresa la Sra. Ingrid Gonzales que permitió el desarrollo de una idea de negocio familiar dando factibilidad y posicionamiento en el mercado.

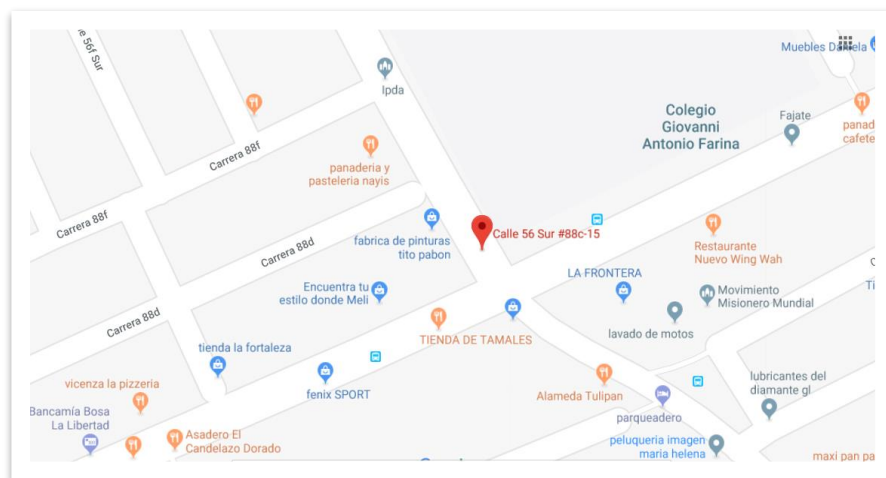


Figura 1. Ubicación de la empresa. (Recuperado Google Maps , 2018)

2.1. Misión

Comercializar y confeccionar prendas desechables para el sector salud, industrial y de belleza, mitigando contagios y riesgos para la salud; brindando calidad e innovación permanente de nuestros productos, favoreciendo el desarrollo y difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente; así mismo GONTEX S.A.S tiene como objetivo velar por la optimización de sus recursos, aumentando su rentabilidad y su crecimiento futuro, brindando un ambiente cálido a su equipo de trabajo y fortaleciendo el sentido de pertenencia. (Gontex SAS, 2016).

2.2. Visión

En el año 2025 GONTEX S.A.S habrá consolidado su liderazgo y será un referente en cuanto a ropa desechable por su calidad, excelente presentación de sus productos, diseños, colores, marca y servicio, guiada por el trabajo en equipo y por su continua innovación. (Gontex SAS, 2016).

2.3. Valores empresariales

Compromiso, trabajo en equipo, responsabilidad y calidad.

2.4. Recursos humanos de GONTEX S.A.S

Actualmente cuenta con recursos humanos, financieros y tecnológicos enfocado en generar eficiencia en la comercialización canal de distribución principal al por mayor de la línea de productos, cuenta con dos empleados en el área de producción. Por ende, los recursos tecnológicos son maquinaria especializada para el proceso textil encaminados a la producción bajo pedido, determinando el uso de los recursos por turnos y descansos cortos, entre esos recursos están:

2.5. Recursos tecnológicos de GONTEX S.A.S

2.5.1. Maquina fileteadora.

Maquina Fileteadora Portátil, filetea con tres y cuatro hilos, chasis completamente metálico, puntada de cierre y refuerzo especial para telas elásticas y encauchar, filete de 3.0 a 5.0 mm de ancho, asa Plegable para fácil transporte. Realiza alforzas, plisado, dobladillo enrollado, control manual de tensión del hilo (internas), corta hilo lateral, placa de Aguja en mm y pulgadas.

2.5.2. Maquina plana.

Máquina mecánica, brazo libre, selector largo y ancho de zig zag, 10 puntadas, ojal en 4 pasos, enhebrado manual, 2 posiciones de aguja, devanador automático.

2.5.3. Cortadora.

Placa inferior con pulido de alta calidad que facilita el deslizamiento, cuchilla octagonal para evitar fruncidos de tela, protector frontal de cuchilla, afilador manual de fácil accionamiento, motor eléctrico de alto desempeño.

2.5.4. Mesa de corte.

Mesa de corte para tela, pintura electro estática, diseño americano, calidad y garantía. Módulo: 120 x 180 cm.

En la empresa GONTEX S.A.S existen tres líneas de productos, segmentada por productos industriales, estéticos y hospitalarios. A continuación, se muestran las categorías que se manejan:

2.6. Línea de productos

2.6.1. Productos hospitalarios.

Gorros quirúrgicos, cirujanos, pediátricos

Sábanas quirúrgicas, mortuaria

Batas quirúrgicas, cirujanos, pediátricos odontológica

2.6.2 Productos estéticos.

Kit Estética Dama (Panty, Top, Polainas, Gorro, Estraplera, Bolsa De Empaque)

Kit Estética Hombre (Pantalóneta Corta, Polainas, Gorro, Bolsa De Empaque)

Sábanas, sobre sabanas, protector de camilla panty spa, top spa.

2.6.3 Productos industriales.

Gorro Blanco

Bata Alimentos, laboratorio

Kit Alimentos, laboratorio

2.7. Capacidad de producción

La capacidad de producción de la empresa GONTEX S.A.S, se determina por producción bajo pedido contando con una capacidad de 800 unidades diarias para la línea hospitalaria, una capacidad de 600 unidades diarias en la línea estética y, por último; capacidad de 300 unidades

diarias en línea industrial. Por ende, el proceso conlleva a las actividades de mercadeo, ventas y gastos administrativos estar en una balanza que determina un equilibrio poco favorable para el crecimiento de la organización en el sector textil.

2.7.1. Proceso de producción.



Figura 2. Proceso de producción. Nota: Autoría propia.

2.8. Situación financiera de GONTEX S.A.S

De acuerdo a la descripción de GONTEX S.A.S, cuenta con un proceso de crecimiento y desarrollo en el sector textil, es una empresa que abarca un segmento de mercado específico que logra derivar y enfatizar de manera factible las necesidades de los clientes, las ventas reflejan una capacidad baja vs el proceso de producción. Definiendo a la organización con una situación financiera de venta de \$ 896.817 pesos mensuales, con un promedio de venta diaria de \$ 29.894, contando con costos de venta promedio mensual de \$452.960 pesos.

Al revisar los gastos se indica que mensualmente se generan egresos de administración por valor de \$4.306.833; gastos de ventas \$323.336; gastos no operacionales por \$ 9084. Determinando a GONTEX S.A.S con un promedio alto en egresos y un promedio bajo en ingresos dando a una pérdida mensual de \$ 4.274.154 para lo cual se indica que se inyecta capital externo por parte de sus accionistas.

Por lo anterior, se debe controlar adecuadamente los gastos generando una ventaja de ahorro, disminuyendo gastos para aumentar ingresos a largo plazo; dentro de este contexto, se

recomienda elaborar un estado de flujo de efectivo, para analizar mensualmente los rubros que se están gastando, realizando ajustes respectivos para disminuir riesgos financieros. Y la elaboración y planeación de gastos mensuales, permitiendo abarcar la oferta requerida.

Tabla 1.

Precios al consumidor

Producto	Unidad de empaque	Precio / unitario
Kit femenino	Juego	\$ 7.000
Kit masculino	Juego	\$ 7.000
Tapabocas	Paquete x 50	\$ 2.000
Guantes	Paquete x 50	\$ 2.000
Kit femenino – zap	Juego	\$ 8.000
Kit masculino – zap	Juego	\$ 8.000
Batas	Paquete x 50	\$ 3.000
Sabanas	Paquete x 50	\$ 3.000

Nota: Autoría propia

2.8.1. Análisis cualitativo.

La figura correspondiente al análisis vertical y horizontal del comportamiento financiero de los periodos contables (2016-2017), efectúa una pronóstico actual, el 5% corresponde al índice de liquidez a corto plazo cancelando compromisos con los consignatarios; los inventarios representan el 45% del activo total. De los cual, existe una concentración desproporcionada del activo corriente en relación al activo fijo, ya que la actividad económica de comercialización es determinada por los inventarios.



Figura 3. Análisis vertical activo. Nota: Recuperado de contador público GONTEX S.A.S.

2.8.2. Análisis cualitativo.

2.8.2.1. Análisis economía nacional. (Tamara G. L., *Fashion Network*, 2018) afirma que: los pronósticos para el 2018 apuestan por un crecimiento global de al menos un 3% para la industria textil, con un alza del 5% en el comercio y 3% en la producción manufacturera. (p. 01).

(Bogotá C. C., 2018) Afirma que: para el 2018 las tendencias parecen ir dirigidas hacia un público más consciente y que busca una mayor cohesión en la industria textil, es decir, que no esperan solo recibir prendas que los hagan lucir bien, sino que trascienden este concepto a uno de mayor funcionalidad, ofreciendo así nuevos desafíos tecnológicos, pero abriendo también las oportunidades hacia escenarios más incluyentes de consumidores con responsabilidad social y ambiental. minuto30.com por juan esteban garzón, se liquidaron 36 empresas textiles y se crearon 190 empresas. La industria textil muestra un panorama alentador para este 2018, es así como el presidente de inexmoda, Carlos Eduardo Botero, señaló luego de culminar la feria Colombiatex de las américas, el pasado 25 de enero, que se ha presentado un ambiente de optimismo entre los empresarios, quienes ven grandes posibilidades de aumentar la competitividad, producción y rentabilidad. (p. 01).

La empresa GONTEX S.A.S, enfrenta la amenaza y competencia constante en el sector en abarcar la innovación y aplicación de tecnologías que aumenten la competitividad nacional e internacional, el cual determina el uso de tela de propileno desechable de alta calidad, teniendo como ventaja las facilidades de la adaptación al cambio. Colombia para el año 2018 disminuye las oportunidades de mejora como en los dos años anteriores, no tan determinante para el PIB colombiano, lo que deja mantener un proceso lento en el desarrollo del sector textil en el país. En la empresa GONTEX S.A.S, se cuenta con personal femenino y actualmente se cuenta con poco personal para proyectar y posicionar la empresa en el mercado. Teniendo en cuenta este informe, la organización busca generar empleo, aumento de ingresos y posicionamiento en la industria textil.

2.8.2.2. Política tributaria. Las empresas colombianas cuentan con un porcentaje alto de pago de impuestos establecidos por el gobierno en comparación con otros países. (Dinero, Revista, 2018) de acuerdo, con Steiner y Gómez y sus afirmaciones indican que: La tasa efectiva de tributación para las empresas era de 57% para Colombia en ese momento, mientras que en México llegaba a 45%, en Perú a 44% y 33% en Chile. Las altas tasas de tributación de las

empresas, advirtieron los experimentados economistas, desincentivan la inversión en el país y afectan la generación de empleo formal. (p. 01). Esto permite que los países disminuyan su interés y capacidad de inversión en Colombia, aumentando la competencia indirecta de potencias mundiales, dando lugar a la creación de barreras de posicionamiento y desarrollo de las pequeñas empresas.

2.8.2.3. Pymes a nivel nacional. El gobierno busca fomentar la competitividad de la industria textil, cuero y el calzado, a través de nuevas líneas de crédito por \$50.000 millones por medio del ministerio de comercio, industria y turismo y Bancóldex. (Dinero, 2018, pág. 01).

Esto incentiva a las empresas para efectuar procesos de emprendimiento, acompañamiento y disminución de riesgos, en aumento de competitividad y abarcar mayor cantidad de demanda, respaldando el crecimiento del sector textil por medio de préstamos a empresarios que buscan mejorar sus fábricas. Del cual, se logra intervenir con una política de diversificación en el plan de mejoramiento las confecciones, con valor agregado en los productos fabricados a mejor precio y calidad, además, la realización de capacitaciones a los colaboradores de cada área.

2.8.3. Análisis sector económico.

El reconocimiento en el mercado de la empresa GONTEX S.A.S es bajo, evidenciando poco conocimiento de publicidad debido a que esta se encuentra en un sector exclusivo de oferta. forjando a una política de fomento de la publicidad por voz a voz, contacto con dueños de spa, empresas industriales, clínicas y escuelas estéticas, diferenciando por medio de descuentos generando impacto en la disminución de costos y aumento de ingresos. Contando actualmente con la segmentación de mercado de prendas desechables en los sectores de chapinero, Usaquén, centro, Kennedy, bosa de la ciudad de Bogotá; como fortaleza de producto un uso indispensable para los consumidores finales manteniendo un proceso adecuado de calidad e higiene. GONTEX S.A.S., el rango de edades que más utiliza los productos se encuentra entre 26 a 35 años, en el segmento hospitalario son incluyentes todas las edades. Equilibrando la venta a estratos dos y tres.

2.8.4. Análisis de producto.

El producto que ofrece GONTEX S.A.S., está dirigido al sector salud, belleza e industrial. Detectando el riesgo más latente por el bajo nivel de liquidez y mayor endeudamiento es la declinación y cierre de la organización. Proyectando una política de reestructuración a la planeación estratégica del proceso PHVA (planear, hacer, verificar y actuar) de los procesos administrativos y operativos, involucrando los recursos humanos, financieros y tecnológicos, para el posicionamiento exitoso de la organización.

2.9. Situación organizacional de GONTEX S.A.S

La empresa GONTEX S.A.S, cuenta con una estructura fundamentada para el desarrollo principal de la misma, con el manejo de manual de operaciones y funciones verbales, interviniendo a un desarrollo manual y específico para el funcionamiento básico de los procesos de los cuales genera sobrecarga laboral de los integrantes. La política planteada en la reorganización del organigrama donde se puedan evidenciar los puestos de trabajos, funciones, y responsabilidades logrando efectividad en su labor.

Permitiendo la planeación y ejecución de procesos nuevos, gestión del cambio, evaluando las capacidades actuales y proyecciones del desarrollo de funciones, procesos y esquemas administrativos forjando a los mismos, a plantear programas de desarrollo para el aumento de eficiencia y correcto funcionamiento de producción y logística viable para la comercialización y distribución capaces de mitigar riesgos a corto, mediano y largo plazo. La asignación de responsabilidades y conocimiento del sector da viabilidad para el desarrollo y crecimiento de la organización.

Esto, conlleva a un proceso de mercadeo más efectivo identificando las capacidades de producción y comercialización frente a la demanda del mercado, estableciendo parámetros de procedimientos continuos. El mercado potencial se encuentra en la localidad de Kennedy con unidades de 19.960 en kits y productos, se espera abarcar 75% del mercado de productos hospitalarios, correspondiente a 1.661 unidades, ventas en un aproximado de cuarenta clientes, esperando un crecimiento anual de ventas del 5%.

2.9.1. Proceso operacional.

La empresa GONTEX S.A.S, cuenta con tres líneas de mercado: La línea hospitalaria, línea de estética y línea industrial, esta empresa inicio sus labores en el mes de junio de 2016; actualmente la empresa dispone de dos trabajadores por planta y una persona por prestación de servicio, con edades desde 28 años hasta los 39 años. Dentro del desarrollo de sus operaciones industriales no se han realizado modificaciones por el poco nivel de desarrollo en el mercado. Dentro del talento humano se cuenta con: Inteligencia de mercados, analista de investigaciones, gerente de producción, gerente general, financiero, RRHH, asesor jurídico y operarios.

2.10. Situación de mercado de GONTEX S.A.S

El mercado potencial se encuentra en la localidad de Kennedy con 19.960 unidades Kits y productos para el desarrollo se espera abarcar con un inicial 75% mercado, correspondiente a 1661 unidades, el número de unidades se alcanzará con un aproximado de 40 clientes y como política se espera un incremento del 5% anual de ventas. El comportamiento de los productos se establece con una proyección de las ventas para los primeros tres años de la empresa se realiza teniendo en cuenta el número de empresas existentes, relacionadas con los puntos de venta que realizan distribución centros estética, clínicas y centros médicos.

Los ingresos del negocio se originarán por la venta de los productos fabricados de acuerdo con el precio de venta estimado promedio, cada kit (tapabocas, guantes) por 50 unidades se venderá a \$2.000, por paquetes (paquetes x 50 unidades) se venderán a 7.000 - 8.000 Kit femeninos y masculinos Juego y zapatos. Se fabricarán unos productos complementarios que permiten ampliar el portafolio de productos para la venta, como batas, se venderán a \$3.000 (paquetes x 5 unidades), las sabanas a \$3.000. Las cifras de ventas estimadas para el negocio generan los recursos suficientes para cubrir los gastos fijos de operación mensual de la empresa. Enfocado al sector salud de médicos, enfermeras, estudiantes de medicina y en el sector de Estética Estudiantes de Belleza, Estilistas en la ciudad de Bogotá; logrando una capacidad de mercado objetivo en el sector textil caracterizado por precio, calidad y distribución, efectuando un desarrollo de marketing en la pronosticación de la demanda del sector.

2.10.1. Tipos de segmentos.

La figura describe el segmento de mercado más amplio frente al mercado textil enfocado en procesos de productos quirúrgicos y estéticos, donde se evidencia con 17% los productos estéticos y 16% los productos hospitalarios.

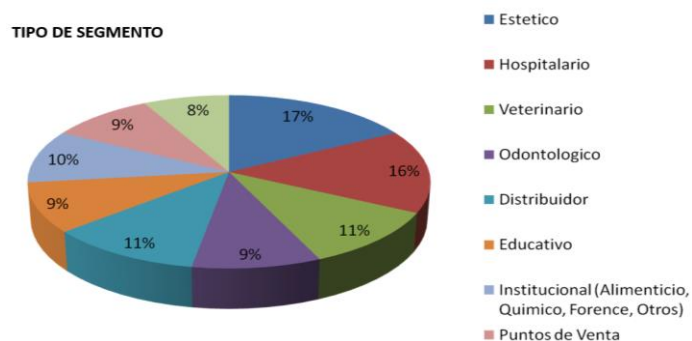


Figura 4. Tipo de segmento. Nota: Recuperado de (Lopez, 2015)

2.10.1.1. Rango de edad. La figura describe los consumidores de los productos estéticos y hospitalarios, determinando una mayor demanda en edades entre los treinta y seis y cuarenta y cinco años, evidenciando procesos de salud y belleza, estimulando un rango alto de oferta.

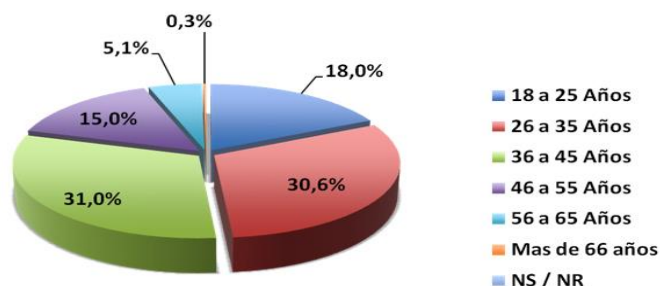


Figura 5. Rango de edad. Nota: Recuperado de (Janneth, 2016)

2.10.1.2. Personas encargadas de las compras. La figura describe los consumidores de los productos se estima por medio de una demanda del 29%, lo cual genera satisfacción a empresas de este segmento, con un factor principal en sus ventas al ser por mayor, la capacidad de producción y ventas, se realiza por medio del responsable de la compra en cada empresa.

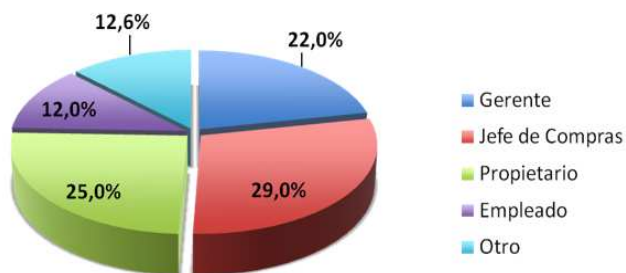


Figura 6. Personas encargadas de compras. Nota: Recuperado de (Janneth, 2016)

2.10.1.3. Principales productos para su comercialización. La figura describe los productos más vendidos en el mercado de productos quirúrgicos y estéticos, determinando variables determinantes para el proceso de producción, mercado y ventas en la empresa.

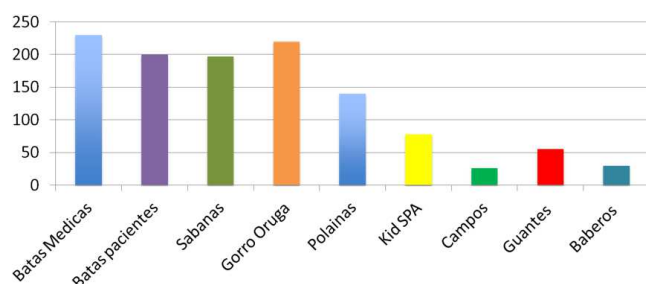


Figura 7. Productos principales para comercialización. Nota: Recuperado de (Janneth, 2016)

2.10.1.4. Que aspectos tienen los clientes al comprar prendas desechables. La figura describe las variables demográficas de un consumidor, teniendo en cuenta la facilidad de uso, presentación y calidad del producto como factores determinantes.

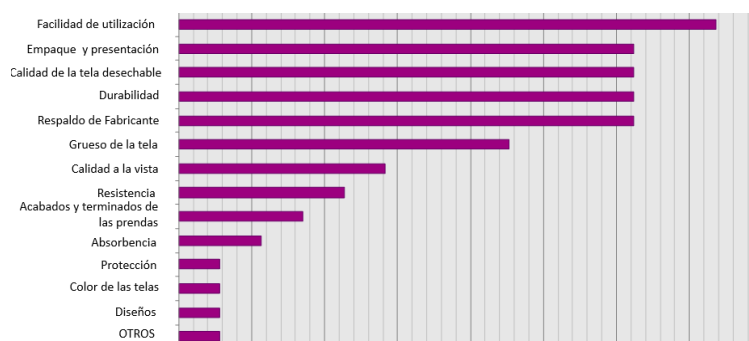


Figura 8. Aspectos de clientes. Nota: Recuperado de (Janneth, 2016)

2.10.1.5. Motivaciones del cliente para elegir un proveedor. La figura describe la decisión final de los consumidores, que permite por medio de los aspectos que un usuario fija principalmente para su compra, se encuentra las capacidades de los proveedores.

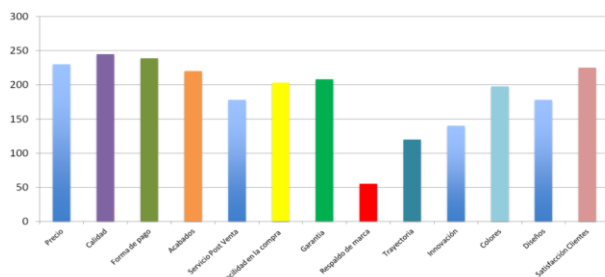


Figura 9. Motivaciones del cliente. Nota: Recuperado de (Janneth, 2016)

2.10.1.6. Particularidades que tienen los clientes al seleccionar un producto. La figura describe las decisiones de acuerdo al tipo de consumidor (mujer vs hombre), efectuando un alto porcentaje en total de 94,8% en la calidad del producto.

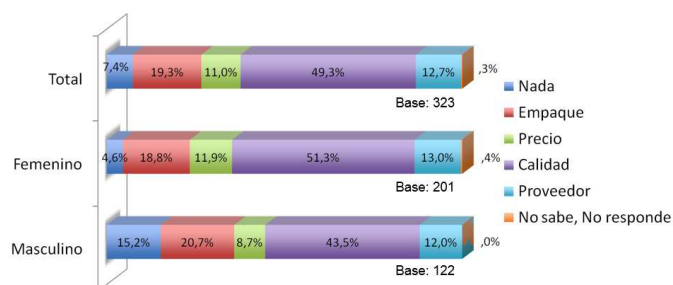


Figura 10. Particularidades de selección. Nota: Recuperado de (Janneth, 2016)

En la tabla se describe la forma de pago más continua en la segmentación de productos facilitando el continuo proceso de mercadeo y atracción del cliente. Por lo tanto, el proceso de pago se realiza contra entrega, ya que la empresa GONTEX S.A.S, por ser nueva en el mercado realiza los procesos de venta por medio de pago de contado, ya que, debe cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

Tabla 2.

Forma de pago para segmentos hospitalarios y estéticos

FORMAS DE PAGO
Efectivo contra entrega
Consignación (de 3 a 8 días)
30 días, 60 días

Nota: Adaptado de (Janneth, 2016)

En la tabla se describe la frecuencia de compra de los productos hospitalarios y estéticos, teniendo en cuenta, material y proceso de uso, la demanda determina compras semanales al por menor y por mayor lo cual permite gran viabilidad de crecimiento en el mercado.

Tabla 3.

Promedio de compras por parte de los clientes

FRECUENCIA
Semanalmente (según demanda)
Mensualmente
Trimestral
Semestral

Nota: Adaptado de (Janneth, 2016)

3. Análisis Sectorial

La empresa GONTEX SAS se encuentra en un proceso de desarrollo y crecimiento en el mercado textil, en una etapa dentro del ciclo de vida empresarial, que enfoca la capacidad de determinar y enfatizar proyecciones de ventas; donde se identifica por medio del análisis de la competencia externa, la venta de productos hospitalarios y estéticos, segmentado por las líneas de productos, generando ingresos por venta de los productos fabricados con un precio estimado de la siguiente manera:

Kit tapabocas, guantes por 50 unidades a \$2.000 pesos, paquetes x 50 unidades precio de venta de \$7.000 u \$8.000 kit femeninos y masculinos juego y zapatones. Contando con la fabricación de productos complementarios que amplían el portafolio de productos como lo son: batas con un valor de venta de \$3.000 (paquetes x 5 unidades), sabanas por valor de \$3.000. Las cifras de ventas estimadas para el negocio generan recursos pasaderos para cubrir los gastos fijos de operación mensual. Productos que son enfocados a la segmentación de: Médicos, enfermeras, estudiantes de medicina en el sector de Estética Estudiantes de Belleza, Estilistas en la ciudad de Bogotá.

La participación en el mercado es crecimiento y desarrollo, teniendo en cuenta el tiempo de funcionamiento, el cual requiere la búsqueda de calidad y satisfacción al cliente, que permita disminución de riesgos en la salud por medio de sus productos en un proceso de producción y distribución lento, teniendo en cuenta que se posiciona en la etapa de introducción y crecimiento.

El reconocimiento de la organización se determina por medio de focus group, encuestas y cuestionarios que permite un conocimiento específico de variables demográficas de los usuarios. Las oportunidades, se presentan de una forma activa por ser productos cotidianos, de uso constante, se cuenta con alto nivel de competitividad, donde la (Superintendencia de sociedades, 2015).afirma: En términos microeconómicos En el país de acuerdo al informe de súper sociedades se encuentran 725 empresas de todo el sector textil-confección, el 24,0% corresponde a grandes empresas el 56.1% a medianas, el 19,9% a pequeñas empresas. (p. 01).

Indicando a las mayores competencias a Alfa Tradin S.A.S una de las empresas que es competencia para la empresa, , Dotamecol Productos, Quality Mediacla. La determinación de los precios se mantiene en un nivel accesible para los clientes, logrando un atractivo para los usuarios con un 10% en comparación con la industria, buscando establecer diferentes procesos que disminuyan los costos y lograr enfatizar precios variables.

Por otro lado, podemos decir que la empresa GONTEX S.A.S. cuenta con una amplia gama de productos dentro del sector; (Superintendencia de sociedades , 2017) afirma: En términos microeconómicos en el país de acuerdo al informe de súper sociedades se encuentran 725 empresas de todo el sector textil-confección, el 24,0% corresponde a grandes empresas el 56.1% a medianas, el 19,9% a pequeñas empresas. (p. 01). Dicho postulado da razón a incrementar las ventas con oportunidades futuras de creación de alianzas comerciales.

3.1. Matriz pestel

3.1.1 Factores políticos.

La política comercial de Colombia afecta al crecimiento del sector textil debido a que las pymes se están llevando a la ley de insolvencia; determinando políticas de pago sin adaptarse al negocio de la moda. La empresa GONTEX S.A.S., deriva de riesgos altos a un tiempo de mediano y largo plazo con las políticas de insolvencia, enfocándose en un término de tres a cuatro meses de pago de los productos impactando la producción de la empresa, en los gastos y financiamiento para dichos pedidos. La propuesta de mejora en el plan estratégico es de minimizar los plazos de pago, delimitar tiempos de acuerdo a la capacidad del cliente y así mismo determinar contratos que establezca un proceso continuo equilibrado para los gastos administrativos y utilidad.

La nueva reforma tributaria, enfoca las necesidades de las pymes generando disminución en la carga tributaria con mayor contribución al PIB del país. Logrando eficiencia en la búsqueda y atracción de alianzas con empresas complementarias de los productos que se ofrece, generando un posicionamiento intermediario en un alza en la rentabilidad en comparación al año 2016, no logro efectuar una contribución a los ingresos de la empresa por bajo nivel de liquidez.

3.1.2 Factores Económicos.

El desarrollo económico que se rige a nivel nacional se fomenta constantemente, el apoyo a las pymes que se manejan los inversionistas permite que una empresa como GONTEX S.A.S, buscando acciones que evalúen la demanda en los cambios del mercado textil; teniendo en cuenta las variables demográficas, psicográficas, conductuales y socioeconómicas que influencia, analizar y conoce las necesidades de los usuarios de los productos; las ventajas que se han venido manejando en los últimos años frente a el sector reflejando gran participación de las empresas.

A pesar, de que el sector textil no se encuentre en su mejor auge por la competencia internacional, bajo nivel de mano de obra y calidad de los productos ha deteriorado en los últimos años la capacidad que tienen los empresarios colombianos de crecer y posicionarse en el mercado con productos de excelente calidad, lo que ha finalizado con un proceso de importación de insumos para nivelar los costos de producción, y permitir que se permanezca en el mercado. La empresa tiene una prospectiva de manejar insumos y procesos de producción colombiano que demuestre la capacidad de competir con grandes empresas.

Una de las ventajas es el desempeño actual de desarrollar y posicionarse en el mercado lo que permite de una manera cualitativa enfocarse en las ventas. Las cifras que da a conocer el Dane en torno a la coyuntura del sector textil-confección evidencia el difícil trayecto del sector textil en Colombia en comparación a la industria mundial. De tal manera, que el proceso de producción y comercialización equilibran y mantiene la oportunidad de posicionarse.

3.1.3 Factores sociales.

En Colombia los gustos y modas son clave para el surgimiento de una nueva tendencia de consumo, especialmente en los jóvenes, que busca innovar y proyectar a la sociedad. Las telas desechables han sido la última moda que viene para quedarse debido a la fácil manipulación y precios moderados. La globalización accede a que la industria textil tenga un cambio poco

constante pero positivo, permitiendo la tendencia de pret-a-porter, desechable, pasajera y accesible, que sencillamente dura una temporada y luego pasa al olvido en los guardarropas. Estos cambios favorecen a GONTEX S.A.S., ya que en la política estratégica de mejoramiento se propone crear en el área de mercadeo planes de innovación en productos desechables según la necesidad del cliente.

Los empresarios colombianos del sector textil se están viendo directamente afectados por la disminución de compras nacionales por medio de los usuarios, lo que determina una problemática central en el cambio de presidencia lo cual, se está en la expectativa de los beneficios que pueda traer la nueva administración, y las capacidades de la empresa para enfrentar los cambios positivos y negativos como: la contratación por bajo costo de los ciudadanos vecinos del país de Venezuela, que está disminuyendo las capacidades de los colombianos y el desnivel de gastos de personal. Ahora bien, el impacto que genera es positiva por ser una empresa en crecimiento con personas que cuentan con los diferentes conocimientos necesarios para el manejo de los procesos actuales, y por el momento, no contara con repercusiones de gastos altos, logrando un nivel equitativo con los gastos administrativos.

3.1.4 Factores tecnológicos.

Las tecnologías en el sector textil importante para las pymes, imponiendo un recurso de gran relevancia, teniendo en cuenta la comunicación que permite los medios electrónicos a nivel mundial, la página web de la empresa es un factor potencial para darse a conocer en el mercado.

La publicidad abarca la entrada de nuevos clientes y el control de las actividades, que ha desarrollo hasta el día de hoy la automatización para mantenerse en un proceso de innovación electrónico, controlado por medio de los objetivos que determina el plan de mejora a un control de calidad continuo, manejo de tiempo y movimientos para los procesos productivos. El manejo de telas que imponen tecnologías para su uso en la empresa GONTEX S.A.S., expande el crecimiento en el mercado como atractivo en los últimos años para el desarrollo de actividades extrabursátiles para abarcar de manera más rápida clientes del segmento hospitalario y estético.

3.1.5 Factores ecológicos.

Las leyes para la protección y seguridad del medio ambiente como las políticas y estrategias para ahorro y reciclado energético, conmueve a GONTEX S.A.S, positivamente por que se

maneja el plan de reciclaje y no afecta el medio ambiente con los desperdicios de los sobrantes de las telas ya que se utilizan como relleno para peluches; por tanto, el gobierno no ha oficializado decretos al respecto, que obliguen a las demás empresas del país a acogerse a los nuevos reglamentos del medio ambiente que rigen en la mayoría de los países del mundo. En la empresa GONTEX S.A.S., se manejan desechos que se desprenden de la tela (propileno) que se corta, mitigando los riesgos en el medio ambiente, ésta es empacada y entregada para reciclaje por ser de tipo biodegradable. Las tendencias textiles en la actualidad buscan generar conciencia más ecológica, donde la participación de las culturas sea de mezclar tejidos multi-étnicos con materiales más futuristas, una fusión entre lo físico y lo digital, lo natural y lo artificial.

La tela que se maneja en GONTEX S.A.S., está comprometida con el medio ambiente, es biodegradable, compuesta 100% a base de polipropileno, usada en diversos sectores de la industria por sus ventajas antialérgicas, 70% impermeable, antiestática y no es tóxica.

3.1.6 Factores legislativos.

En Colombia a principio de cada año los empleadores se preparan para incrementar el salario y que a su vez también las empresas se preparan para el aumento de las obligaciones laborales. Esto tiene un impacto en la economía. El incremento de salario anualmente es beneficioso para los empleados y esto a su vez repercute en el pasivo laboral de la empresa. Crear políticas para incorporar las normas de calidad.

3.2. Análisis de la matriz pestel

El sector textil en el año 2017 tuvo altibajos debido al ingreso de empresas extranjeras que ha llevado a liquidar 36 empresas textiles y constituido 190 empresas según la cámara de comercio de Bogotá. Esto significa que, si los términos comerciales no varían y se alinean con las políticas extranjeras de, al menos, un 30% del total del pedido por adelantado, muchas pymes y empresas textiles colombianas no podrían llegar más allá del 2020 con sus finanzas sin sanear (Tamara G. , 2017, pág. 01).

El gobierno nacional busca fomentar la competitividad de la industria textil, especialmente, en el sector a través de nuevas líneas de crédito por \$50.000 millones por medio del ministerio de comercio, industria y turismo y Bancóldex. El anuncio pretende respaldar el crecimiento del sector textil por medio de préstamos en condiciones favorables para los empresarios. (Dinero R. ,

2018, pág. 01) afirma “con esta línea crediticia buscamos apoyar la modernización de las compañías y el fomento de las exportaciones de las empresas del sector. Continuamos trabajando para hacer más competitivos a los productos colombianos en los mercados internacionales”, aseguró la ministra de comercio, industria y turismo a su vez, el presidente de Bancóldex.

El sector textil en Colombia ofrece las siguientes ventajas: Gracias a los acuerdos comerciales que ha suscrito Colombia y a su posición geográfica, el país se ha convertido en un centro de producción, distribución y hub de exportaciones para mercados de Suramérica, Norteamérica y Europa. La producción del sector creció 47% (us\$ 1,206 millones) entre 2002 y 2006.

Solo en junio la producción real del renglón hilatura, tejeduría y productos textiles registró una caída de 19%, frente al mismo mes de 2016, mientras en confecciones el declive fue de 13%, con su consecuente efecto sobre el empleo que se redujo, según el Dane 8,8% y 5,3%, respectivamente. En lo que hace referencia al primer semestre, las cosas no fueron muy diferentes. En el primer caso, la baja fue de 8,8%, mientras en el segundo alcanzó 9,7%, convirtiéndose en la segunda actividad que más contribuyó a la caída generalizada de las manufacturas. (Stefan, 2018, pág. 01).

Existen oportunidades de negocio en el sector de la salud, debido a la gran cantidad de población mayor. Aplicar avances tecnológicos en la industria textil da como resultado avances tan increíbles como zapatillas flexibles para personas con juanetes, o calzado que se ocupa de dolencias más graves como el pie diabético o la artritis. Pero también estas prendas de vestir pueden servir para facilitarnos el día a día. Desde zapatos que evitan el mal olor hasta tejidos que repelen el agua. Son los hidrocromicos, los que no se mojan y que son ideales para días de lluvia o para zonas con humedad alta. También existen telas bioactivas, que protegen a la piel del sol y los textiles fotovoltaicos, que aprovechan la energía que aporta el astro por ejemplo para recargar la batería del móvil. (Business, 2017, pág. 01).

En la parte ecológica se mantienen leyes para la protección y seguridad del medio ambiente como las políticas y estrategias para ahorro y reciclado energético que haga la empresa para mejorar con la sociedad, estipulado en el decreto 4741 de 2005, donde según sea la propiedad de los residuos se toman alternativas de cuidado en el reciclaje. A partir de 1997 en Colombia el ministerio del medio ambiente enmarca la ley 99 de 1993 y la ley 142 de 1994 que tienen como objetivo fundamental “impedir o minimizar” de la manera más eficiente, los riesgos para los seres humanos y el medio ambiente que ocasionan los residuos sólidos y peligrosos, y en especial

minimizar la cantidad o la peligrosidad de los que llegan a los sitios de disposición final, contribuyendo a la protección ambiental eficaz y al crecimiento económico. (Alcaldía, 2010)

La legislación laboral como las cesantías, las primas de servicios en junio y diciembre, lo anterior tiene sustento en la siguiente afirmación. Si bien las empresas deberían incrementar todos los años los salarios, esto para que el salario no pierda su poder adquisitivo, solamente es obligatorio el incremento del salario mínimo mensual legal vigente (salario mínimo) y el ajuste de aquellos salarios integrales cuyo monto equivale a menos de 13 salarios mínimos del 2018. El incremento del salario mínimo para el año 2018 fue del 5,9%, lo que implica que para este año el salario mínimo es de cop\$781.242. Este texto es tomado de asuntos legales, obligaciones laborales a tener en cuenta en 2018. (Legales, 2018, pág. 01).

3.3. Matriz de las cinco fuerzas Porter

3.3.1. El poder de negociación de los proveedores.

La empresa GONTEX S.A.S., maneja un nivel alto de poder de negociación con los proveedores al ser una pyme, sin embargo, se tiene en cuenta el poco tiempo en el mercado, como factor determinante para realizar una negociación exitosa con los proveedores. Las decisiones frente a los insumos también limitan las capacidades de la organización por las medidas de seguridad compatibles y toxicológicamente con tejidos biológicos, productos certificados de calidad. A su vez, la empresa tiene un nivel bajo de liquidez a corto plazo dificultando realizar producción por lotes y por ende dificulta la variación de precios comerciales a proveedores pequeños.

3.3.2. El poder de negociación de los compradores.

Los compradores de la empresa GONTEX S.A.S, están ubicados en el sector de servicios estéticos, hospitalarios e industriales, razón por la cual los precios son negociables, ya que el uso es continuo. Viéndose afectada por la exigencia de los compradores que cada día quieren un producto innovador, con calidad, y a un precio asequible. Basados en el modelo de Michael Porter, aumentando los precios de venta sin que logre un efecto perjudicial sobre el volumen de ventas; esto quiere decir que, los clientes no se sienten obligados a comprar en nuestra organización. Por eso, el sector y la cantidad de productos son importantes a la hora de ver los beneficios que aportan los compradores. Determinando el segmento de mercado alcanzando la

satisfacción deseada de cada cliente y así mismo fomentar el posicionamiento por medio de las buenas prácticas productivas, ecológicas y sociables; donde se establezca publicidad voz a voz mejorando y adecuándose a las exigencias de los clientes.

Del cual, la empresa cuenta con dos clases de compradores: Los primeros, los compradores intermediarios que son aquellos que distribuyen el producto textil comprado a talleres de confección distintos a los de la empresa, y los segundos los compradores finales que son aquellas entidades privadas que compran la ropa para la parte corporativa en el caso de un hospital.

3.3.3. Amenaza de nuevos entrantes.

Los participantes nuevos que se encuentren en el mercado textil, que tienen la visión de crear una empresa con los productos de la organización, enfocan una participación lenta definiendo las oportunidades actuales y futuras para llegar a posicionarse. El ingreso al mercado textil no dificulta la creación de una empresa pequeña o mediana, pero requiere de recursos humanos, financieros y tecnológicos que permita el desarrollo de procesos efectivos, la materia prima adquirida cuenta con estándares de seguridad y calidad que proporciona a los usuarios seguridad y confianza en su uso. Sin embargo, en materia tributaria en Colombia carece de variedad de impuestos, por lo cual, existen impuestos donde la producción se vea directamente afectada, obteniendo una disminución en la utilidad anual del ejercicio.

Por ende, (Lafaurie, 2018) dice: si se incluyen los efectos de la reforma tributaria, el directivo de pwc indicó que la tasa total de impuestos solo subiría 0,4 puntos para una compañía promedio, pues a esta solo le tocaría pagar adicionalmente el impuesto a la riqueza, que la deberán asumir quienes tengan patrimonios superiores a los \$1.000 millones. La sobretasa al impuesto sobre la renta para la equidad (cree) no le tocaría, pues solo es para quienes tengan utilidades superiores a \$800 millones. Con este panorama, la tasa de impuestos se ubicaría en 66,2% y sería inferior a la de Brasil, que llega a 69%. Colombia sería así el cuarto país en el que más impuestos se pagan, seguido de Venezuela con 65,5% (p. 01).

El reconocimiento de la empresa GONTEX S.A.S., es de nivel bajo frente a la competencia externa, contando con una trayectoria corta en el mercado este se da partir de julio de 2016, viendo que el sector genera un grado de confianza alta en la elaboración del producto resaltando la calidad, innovación y valores que se está transmitiendo a los clientes y usuarios finales.

Realizando esfuerzos por medio de cumplimiento y garantía que permite una prospectiva de liderazgo en la segmentación de las líneas estéticas, hospitalarias e industriales. La inversión de publicidad logra un proceso acelerado de reconocimiento en el sector evidenciando la necesidad de inversión permanente. Sin embargo, la publicidad voz a voz a permitido el conocimiento a empresas y/o clientes pequeños de productos de uso diario, permitiendo un alza en las ventas.

3.3.4. Amenaza de productos sustitutos.

La amenaza de los productos sustitutos no requiere de atención y creación por medio del sector textil, ya que se cuenta con proceso de producción únicos, como lo son:

Diferentes tipos de tela, texturas, diseño, lo que permite tener oportunidad y fortaleza como empresa. “Sin embargo, dentro de la función de vestir, y teniendo en cuenta la amplia segmentación de la que anteriormente hemos hablado, sí existen productos sustitutos dentro de otros aspectos como el diseño, la moda”. (Entretextiles, 2014, pág. 01). En el mercado textil se encuentran diseños novedosos creados con alta tecnología, pero no es considerado sustituto, ya que todas las empresas determinan sus procesos, por el cual, GONTEX S.A.S., se identifica por la calidad en sus productos, contando con una amplia gama de productos en estilos y colores diferentes. Además, está confeccionando con productos ecológicos como el propileno, propenso a tener pocos productos sustitutos.

3.3.4.1. Productos empresa GONTEX S.A.S. Conjuntos de camisa y pantalón para dama – caballero y zapatones, Tapabocas guantes (paquetes x 50 unidades) y Batas y Sabanas (paquete x 5 unidades).

3.3.4.2. Productos sustitutos. El producto predominante y competitivo para la empresa, es la bata de tela para usuarios (médico y paciente) y batas tipo toalla para pacientes en centros de estética, diseñados para un uso continuo, por tanto, la ventaja de la empresa GONTEX S.A.S, es el uso de prendas desechables que permiten disminuir riesgos de higiene personal contando con la normatividad.

3.3.5. Rivalidad entre los competidores existentes.

En la industria existen empresas con gran posicionamiento y reconocimiento en el mercado, con precios competitivos. Por lo anterior, se entiende que al ser una empresa pequeña cuenta con una absorción y creación de planes estratégicos, tecnológicos, y el desarrollo de las 4P', para establecer procesos que permitan posicionarse de manera efectiva y logre el nivel de grandes empresas, para evaluarse y lograr competir con las existentes. Inicialmente se concluye una disminución en rivalidad atendiendo las necesidades de los consumidores en la ciudad de Bogotá. Identificando a la empresa con manejo de calidad, y precios asequibles al consumidor minorista y mayorista, buscando un nivel favorable a la demanda vs oferta.

Tabla 4.

Cinco fuerzas de Porter

Nivel	Favorable	Moderado	Desfavorable
Amenaza de nuevos entrantes		X	
Poder de negociación de compradores	X		
Amenaza de productos sustitutos	X		
Poder de negociación de los proveedores			X
Determinantes de rivalidad en la industria		X	

Nota: Autoría propia

La empresa GONTEX S.A.S., hace parte del sector comercial conformando la venta y distribución de bienes por medio de proceso de producción y nivel de venta mayorista a los consumidores (hospitales, estéticas). Los productos que abarcan el sector geográfico donde se encuentra ubicada en el sector de bosa, Bogotá; productos que hacen parte del sector comercial, pero que no afectan directamente el nivel de ventas, ya que son productos de la canasta familiar y productos que interviene por medio de ventas minoristas como: supermercados, calzado, ropa, restaurantes, droguerías, y papelerías.

3.4. Análisis de la matriz cinco fuerzas de Porter

De acuerdo al poder de negociación con los proveedores se plantea la generación de un plan de mejoramiento de políticas de negociación en la empresa. La falta de reconocimiento comercial a nivel local y nacional no impide que se realicen en ámbito interno y externo cuya meta es ser una de las empresas líder del mercado, teniendo como pilar fundamental la satisfacción de los clientes. En Colombia, las pymes que pertenecen al sector textil, son poco influyentes en el

mercado, pero sí dependen de los cambios. Lo que afecta a la organización, son las reformas y el aumento que se puede generar por impuestos, o gravámenes efectuados por el gobierno.

3.5. Matriz del perfil competitivo

Se evidencian de manera directa cuales son la ventajas y desventajas con la entidad. Lo cual genera la planeación de actividades y procesos que permitan mitigar la competencia en el ámbito empresarial de pequeña (directa), mediana (intermedia), grande (indirecta) que corresponda a las necesidades de los consumidores, realizando estrategias que aumenten las oportunidades en el mercado.

Tabla 5.

Competidores

Logo de la compañía	Descripción de la empresa	Contacto y Dirección
	Producción y comercialización de insumos médicos. Ropa descartable, batas, gorros, polainas, mascarillas, mascarillas termoformadas, mandiles, campos quirúrgicos y sábanas. Vendajes de algodón y polialgodón, vendajes elásticos, vendajes de yeso, guantes de vinilo, de látex y guantes quirúrgicos.	Sandra Milena Niño - Gerente de la compañía dirección tr 76 46 -21 Bogota D.C - colombia
	Producción y comercialización de prendas contra la contaminación en el ámbito hospitalario. Elaboradas en tela no tejida con polipropileno resistente a fluidos, suaves y transpirables. Campo quirúrgico, bata paciente, bata quirúrgica, kit odontológico, mascarillas, gorros, polainas y lencería entre otros.	Diego Penagos- Gerente de la empresa - Cr 54 79 AA SUR-40 Int 121 ,La Estrella, Antioquia
	Fabricación de ropa en tela no tejida, destinada a cubrir los requerimientos de los sectores médico quirúrgico y odontológico. Pantalónetas, polainas, kit cirujano, bata paciente, batón cirujano, tapabocas, baberos, gorros, campos quirúrgicos y sábanas.	Cr 31 10-158 Bdg 2 Arroyohondo Yumbo, valle del cauca, colombia

Nota: Autoría propia

La competencia Polymedical, es una gran empresa constituida desde hace ya más de quince años y con gran acogida en el mercado, gracias a ello y por la demanda de diversos sectores han aumentado el valor de sus productos.

Tabla 6.

Precios competencia Polymedical

Producto	Unidad de empaque	Precio/ unitario
Kit femenino	Juego	7.300
Kit masculino	Juego	7.300

Tapabocas	Paquete x 50	2.100
Guantes	Paquete x 50	2.100
Kit femenino – zap	Juego	8.000
Kit masculino – zap	Juego	8.000
Batas	Paquete x 50	3.000
Sabanas	Paquete x 50	3.000

Nota: Autoría propia

En continuidad se menciona a DISA, quien desde otra ciudad posee una gran cadena para suplir las necesidades del cliente, precios más justos, como ventaja competitiva.

Tabla 7.

Competencia Disa

Producto	Unidad de empaque	Precio/ unitario
Kit femenino	Juego	7.100
Kit masculino	Juego	7.100
Tapabocas	Paquete x 50	2.000
Guantes	Paquete x 50	2.000
Kit femenino – zap	Juego	8.000
Kit masculino – zap	Juego	8.000
Batas	Paquete x 50	3.050
Sabanas	Paquete x 50	3.050

Nota: Autoría propia

En desenlace Mainco, tiene una amplia producción y cuenta con otros productos que hacen diferencia, puesto que su mercado puede ser más amplio; también cuenta con reconocimiento en el sector. Se conciernen sus precios:

Tabla 8.

Competencia Mainco

Producto	Unidad de empaque	Precio/ unitario
Kit femenino	Juego	7.000
Kit masculino	Juego	7.000
Tapabocas	Paquete x 50	2.300
Guantes	Paquete x 50	2.300
Kit femenino – zap	Juego	8.100
Kit masculino – zap	Juego	8.100
Batas	Paquete x 50	3.500

Sabanas	Paquete x 50	3.500
---------	--------------	-------

Nota: Autoría propia

Se tiene en cuenta que los precios de las tres empresas competidoras fueron tomados vía telefónica, puesto que en sus páginas y catálogos pueden variar, todos corresponden al mayoreo y para obtener los precios se deben pedir por lo menos cien unidades, también que se cobra el transporte por pedido y que en las compañías fuera de Bogotá aumenta el valor, todo ello son factores que favorecen la propuesta de GONTEX S.A.S.

3.6. Proveedores de GONTEX S.A.S

3.6.1. Ambitex.

Es una multinacional con presencia en Colombia y Perú especializada en la fabricación de tela no tejida denominada comercialmente como Non Woven, Kambrel, Notex o politex compuesta 100% a base de polipropileno, 70% impermeable, antiestática y no toxica. La empresa GONTEX S.A.S provee 20m² que equivalen al 40% de las ventas mensuales, relacionadas antes, es el proveedor con mayor influencia en la compañía ya que predomina la calidad, cumplimiento de la compra ya que son insumos que obtienen a tiempo real.

3.6.2. Comertex.

Es una empresa con una moderna estructura aplicamos un cumplimiento de los estándares internacionales de calidad control y seguridad a las telas de polipropileno en todos los procesos en entregas rápidas a nuestros clientes. La compañía provee 30m² de su producción que consiste en el 15% de total de sus ventas mensualmente.

3.6.3. Hilos y suministros.

Es una empresa dedicada a la venta y producción de hilos y cauchos. Suministrando 250m de hilo y 150m de uso continuo y obligatorio para los procesos de producción y productos que se ofrece, como proveedor potencial genera nivel alto de costos.

3.7. Clientes potenciales de GONTEX S.A.S

3.7.1. Sensacions wellness & Spa.

La relación comercial se inició en el año 2017 con ventas de kit de estética equivalente al 40% de la producción del área de estética, en la ciudad de Bogotá y actualmente se distribuye en el Tequendama; con un contrato de batas y sabanas por un valor mensual de ciento ochenta mil (180.000) pesos, garantizando calidad y eficiencia de entrega para crearse como cliente potencial.

3.7.2. Colsanitas.

La empresa Colsanitas cuenta con un compromiso por ofrecer cada día mejores servicios a todos nuestros usuarios, nos ha mantenido a la vanguardia y liderazgo dentro del marco de la salud. Incorporando tecnología de punta a las instituciones clínicas y hospitalarias; llevando centros de atención médica. El acuerdo comercial del área hospitalaria corresponde al 50% de la producción en línea hospitalaria de GONTEX S.A.S, esta alianza se creó en el 2018 creando grandes beneficios para la empresa. El contrato con esta entidad deja un valor aproximado mensual de doscientos veintiséis mil (226.000) pesos. Por último, los demás productos que maneja la compañía se comercializan y distribuyen en empresas y/o negocios pequeños que usan productos como tapabocas en sus labores, determinando un 10 % que equivale a un aproximado mensual de cuarenta y cinco mil (45.000) pesos.

4. Problema de intervención

Al conocer la empresa GONTEX S.A.S., los procesos administrativos no cuentan con un manejo de tiempos y movimientos adecuados para lograr efectividad en sus ingresos anuales; por medio del estudio de caso cualitativo la organización cuenta con recorrido a nivel comercial de corto tiempo, presentando falencias estructurales como:

El limitado personal y la funcionalidad de los mismos; se evidencian los problemas y/o dificultades en el desarrollo de las actividades de cada proceso, por la sustitución de colaboradores desempeñando actividades.

Puesto que, las personas deben recargar sus esfuerzos en otras labores, es decir, los roles del talento humano que podemos encontrar (Schlemenson, 1998): Los roles y la estructura, independientes de las personas, establecen conceptualmente una separación entre persona y rol. Esta separación hace que en las organizaciones el rol sea relativamente fijo y permanente

mientras que las personas roten, lo cual obedece a una necesidad de supervivencia y de fijeza de las organizaciones en el tiempo. (pág. 30).

Dado dicha premisa es necesario que se determine tareas, responsabilidades y programas para los colaboradores. Puesto que, si la ejecución se mantiene no se proyectan cambios positivos para la organización y genera retrasos en tiempos y disminución de satisfacción en los clientes. Se puede evidenciar la falta de control en los inventarios, puesto que no se sabe en tiempo real la cantidad de catálogo que se tiene disponible para la venta, generando en ocasiones que se vuelva a hacer pedidos teniendo elementos en la bodega.

Planteando el desarrollo y manejo de un sistema contable que permita determinar en tiempo real las capacidades financieras, y productivas con las que cuenta la organización, en la búsqueda de procesos administrativos sistematizados, manual de funciones y manual de políticas para cada una de las áreas, cumpliendo a largo plazo con los objetivos de la organización llevando a cabo un plan de mejora eficiente para el desarrollo de sus actividades y aumento de rentabilidad. El buen manejo de prácticas empresariales enfocados en abastecer la organización con proveedores responsables, cuidado hacia el medio ambiente y proyectar un ámbito de responsabilidad social, enfocados a reestructurar principalmente el proceso de producción que conlleve a conservar, minimizar y reutilizar material y tiempo. Indicando el aspecto principal de plan de mejora, diseñando una estrategia que contribuya con el mejoramiento de todos los procesos administrativos como: funciones de los colaboradores, proyección de reutilización de materia prima, mecanismos de control y seguimiento de inventario oportuno para satisfacer la demanda del segmento de mercado actual, por el cual, afecta los egresos y conllevaría a la baja ganancia de los inversionistas en la organización.

4.1. Formulación del problema

¿Qué procesos requieren la reestructuración de propuestas de mejora, para la contribución a la planeación estratégica en la empresa GONTEX S.A.S?

5. Objetivos

5.1. Objetivo general

Adecuar el plan estratégico de la empresa GONTEX S.A.S con el fin de mejorar sus procesos y a su vez optimizar su gestión organizacional.

5.2. Objetivos específicos

Generar propuestas de mejoramiento en los procesos a reestructurar en la empresa GONTEX S.A.S.

Promover el crecimiento y desarrollo tecnológico para diseñar procesos sistematizados.

Intervenir en el manejo de inventarios para efectuar el procedimiento a tiempo real.

6. Alcance

Este proyecto está dirigido a la empresa GONTEX S.A.S, dedicada a la confección y comercialización de ropa desechable para las líneas hospitalarias, estéticas, e industriales en la ciudad de Bogotá, se llevará a cabo por medio de un diagnóstico y propuestas de mejora, logrando efectuar los cambios deseados, disminuyendo los riesgos financieros que se están presentando en la organización. En primer lugar, se da aplicabilidad y enfoque al área administrativa, donde se realizan los procesos destinados a la planeación, ejecución, control y toma de decisiones. Se realiza un diagnóstico a las áreas organizacionales, interviniendo de manera proactiva al planteamiento de propuestas por medio de conocimiento del mercado, de los cambios futuros con proveedores, análisis semestral de las ventajas competitivas de acuerdo al desarrollo y efectividad de los procesos sistematizados.

En segundo lugar, la reorganización de responsabilidades y funciones de cada colaborador adecuada para un desarrollo eficaz de acuerdo a la capacidad financiera, establecido por medio de tiempos y movimientos dentro de la infraestructura y recursos tecnológicos, logrando procesos efectivos.

En tercer lugar, la planeación de un sistema de producción eficiente de compra, diseño, comercialización y distribución en cantidades que satisfagan su oferta, y con ello la creación de manual de políticas de cartera, políticas contables, políticas administrativas, políticas de inventario y políticas de despacho, para el desarrollo continuo de sus operaciones financieras para aumentar la utilidad.

Por último, seguimiento y control en cada uno de los procesos administrativos y de producción que establezcan el estudio de caso por medio de indicadores de medición, en tiempos de tránsito, tiempo de producción, estudios del sector, la carga laboral para el cumplimiento de metas y determinar la demanda satisfecha aumentando la rentabilidad, variabilidad de precios de venta a

empresas mayoristas y minoristas, el aumento de oferta para ampliar mercado en diferentes sectores de la ciudad de Bogotá, generación de empleo y el buen uso de las prácticas ambientales que permitan un segundo uso de las materias primas sobrantes, ingreso a la compañía que permitirá ampliar sus mercados con el cuidado de medio ambiente, calidad y factibilidad.

7. Antecedentes

En la tesis de la señora Karla Viviana aguilera Mosquera y el señor Juan Carlos León Ortiz egresados de la universidad de la Salle de la facultad de administración de empresas que tiene por título: propuesta de un plan de reestructuración estratégica con énfasis en el área de producción para la empresa Flores San Fernando ubicada en Guasca/Cundinamarca Vereda de San José.

Se evidencia claramente similitud con la problemática de la empresa GONTEX S.A.S, abordando el enfoque a la misma, del cual, permite realizar un comparativo en la formulación del problema y el propósito, los resultados esperados y la conclusión para (Aguilera, 2008): la formulación del problema. ¿cómo proponer un plan de reestructuración estratégica con énfasis en el área de producción para la empresa flores san Fernando ubicado en el municipio de guasca departamento de Cundinamarca, vereda de san José? – los propósitos, diseño del plan de reestructuración para dar solución a los problemas que presenta actualmente; el análisis de necesidades de la organización y sus colaboradores para satisfacer las necesidades financieras con la propuesta de reestructuración, y mejorar la calidad de sus procesos. (pág. 04).

Los resultados esperados administrativos por medio de la propuesta a realizar se obtendrán de manera satisfactoria una nueva identidad, que con la reestructuración llegará a ser reconocida ante la competencia de la calidad de sus productos.

Un proceso académico que permite por medio del trabajo de grado se logrará la aplicación de los conocimientos adquiridos durante los diez semestres realizados en la universidad de la Salle. Y un enfoque profesional que con el desarrollo del trabajo de grado se conseguirá el título de administrador de empresas.

Concluyendo, por medio de esta reestructuración, deberá mejorar sus estándares de producción los cuales darán paso al desarrollo óptimo en sus procesos, logrando así, calidad y manejo eficaz de sus recursos. Flores San Fernando deberá aumentar a nivel financiero su fuerza en el capital de trabajo para dar paso a nuevas inversiones que mejoren el desarrollo técnico operativo, para estar a la vanguardia del desarrollo competitivo sostenible en el país. Para la

eficiente realización de esta reestructuración, debe distribuir sus cargos con sus respectivas funciones de una manera atenué para todo el personal, siempre y cuando perduró un sentido de liderazgo y motivación cumpliendo así las expectativas para los clientes, directivos, comunidad y personal general.

Flores San Fernando creará planes de manejo para preservar sus recursos hídricos, naturales y forestales; porque dependiendo de ellos harán que la empresa sea rentable, segura y con una buena imagen ante los organismos de prevención y conservación del medio ambiente.

Definir una buena estrategia de mercados que sirva como herramienta para la correcta comercialización de los productos de la empresa, y el desarrollo de metas administrativas por medio de la investigación realizada a la empresa curtiembres camelo e.u. implemente los resultados obtenidos de la misma y de esta manera lograr que la organización y los integrantes obtengan una mejor identidad y la empresa mejore sus métodos para administrar el área de mercados y aumente sus ventas en un 6% mensual. Teniendo en cuenta que las tendencias ambientales y culturales están llevando a las empresas a realizar productos con procesos de producción limpia, y la incursión en nuevos mercados lleva a la empresa a disminuir el nivel de ventas y de ingresos de mayores utilidades por eso es de gran importancia la implementación del programa de desarrollo de mercados logrando aumentar el nivel de clientes y un mayor reconocimiento a nivel nacional, y la implementación de este trabajo ayudara al crecimiento, desarrollo y permanencia de curtiembres camelo e.u., como una organización que aporta al desarrollo económico del sector y del país, generando empleo y escalando niveles de utilidad. (pág. 06).

8. Marco referencial

8.1. Referente normativo

En el marco se describe la normatividad colombiana y las leyes que rigen las empresas del sector textil y los procesos derivados de la comercialización y uso de los productos textiles.

8.1.1. Resolución 2400 de 1979 (mayo 22) ministerio de trabajo y seguridad social.

“Por la cual se establecen algunas disposiciones sobre vivienda, higiene y seguridad en los establecimientos de trabajo.

El ministro de trabajo y seguridad social en uso de las facultades que le confiere el artículo 348 del código sustantivo del trabajo, el artículo 10 del decreto no. 13 de enero 4 de 1967 y el decreto no. 062 de enero 16 de 1976, reorgánico del ministerio de trabajo y seguridad social, resuelve:

Título I. disposiciones generales. Capítulo I. campo de aplicación. Artículo 1o. las disposiciones sobre vivienda, higiene y seguridad reglamentadas en la presente resolución, se aplican a todos los establecimientos de trabajo, sin perjuicio de las reglamentaciones especiales que se dicten para cada centro de trabajo en particular, con el fin de preservar y mantener la salud física y mental, prevenir accidentes y enfermedades profesionales, para lograr las mejores condiciones de higiene y bienestar de los trabajadores en sus diferentes actividades.

Capítulo II. Obligaciones de los patronos. Artículo 2o. son obligaciones del patrono: a) dar cumplimiento a lo establecido en la presente resolución, y demás normas legales en medicina, higiene y seguridad industrial, elaborar su propia reglamentación, y hacer cumplir a los trabajadores las obligaciones de salud ocupacional que les correspondan.

8.1.2. Ley no. 1258 05 dic 2008.

"Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada" el congreso de Colombia decreta (distrital, 2008): Capítulo 1 disposiciones generales. Artículo 1°. Constitución. - La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

Artículo 2°. Personalidad jurídica. - La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

Artículo 3°. Naturaleza. - La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas. (pág. 01).

8.1.3. Decreto 1295 de 1994 (junio 22).

“Por el cual se determina la organización y administración del sistema general de riesgos profesionales”. (Bogotá S. J., 1994) El ministro de gobierno de la república de Colombia, delegatario de funciones presidenciales otorgadas mediante el decreto 1266 de 1994, en ejercicio de las facultades extraordinarias conferidas por el numeral 11 del artículo 139 de la ley 100 de 1993.

Decreta: Capítulo I - Disposiciones generales. Artículo 1°. Definición: El Sistema General de Riesgos Profesionales es el conjunto de entidades públicas y privadas, normas y procedimientos, destinados a prevenir, proteger y atender a los trabajadores de los efectos de las enfermedades y los accidentes que puedan ocurrirles con ocasión o como consecuencia del trabajo que desarrollan.

El Sistema General de Riesgos Profesionales establecido en este Decreto forma parte del Sistema de Seguridad Social Integral, establecido por la Ley 100 de 1993. Las disposiciones vigentes de salud ocupacional relacionadas con la prevención de los accidentes de trabajo y enfermedades profesionales y el mejoramiento de las condiciones de trabajo, con las modificaciones previstas en este Decreto, hacen parte integrante del sistema general de riesgos profesionales. (pág. 01).

8.1.4. Decreto número 1545 de 1998 (4 agosto 1998) ministerio de salud.

“Por el cual se reglamentan parcialmente los regímenes sanitarios, de control de calidad y de vigilancia de los productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico y se dictan otras disposiciones”. (Ministerio, 1998)

El presidente de la república de Colombia en ejercicio de las atribuciones que le confiere el numeral 11 del artículo 189 de la constitución política, y en desarrollo de la ley 09 de 1979”. Título III. De la calidad Capítulo VI del control de calidad. Artículo 34.- control de la calidad: el control de la calidad de los productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico se realizará por el Invima o la autoridad delegada.

Artículo 35.- evaluación de la calidad: la evaluación de la calidad, de los productos objeto del presente decreto, se surtirá mediante la verificación en las instalaciones del laboratorio o establecimiento fabricante, del cumplimiento de la información técnica presentada para el

registro sanitario y confrontándola con la documentación técnica que el fabricante deberá tener para cada lote piloto o lote industrial de cada producto. (pág. 01).

8.2. Referente teórico

La gestión estratégica se enfoca de manera asertiva los resultados de los procesos actuales , disminuyendo la alineación de dirección y control para acceder a un sistema eficiente; de manera que, la estrategia es la determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa, la instrumentación de los cursos de acción y la asignación de los recursos necesarios para alcanzar esos objetivos” (Koontz, 2008) .Una fase influyente en la determinación del modelo organizacional que detecte las oportunidades y alternativas en los procedimientos, como un comienzo de planeación que determine las capacidades de los planes creando un escenario competitivo.

En búsqueda de una gestión efectiva, (Barker, 1995) Afirma: Los tres elementos claves de una gestión estratégica empresarial, para quienes deseen ser competitivos hoy en día, estos son: Excelencia, innovación y anticipación. La excelencia es la base mínima de partida para competir; la innovación tiene que convertirse en una forma de vida para todos los miembros de la organización y la anticipación en la organización proactiva es la que no espera que ocurran las cosas para responder, sino que permanentemente está identificando los elementos que la van a llevar a ser competitiva en el futuro. (pág. 15). El desarrollo de análisis de los productos sustitutos, alianzas comerciales, la competencia, el ingreso de nuevos productos y el crecimiento en el sector textil ha determinado intervenir en la toma de decisiones para proyecciones futuras que direccioné un proceso eficiente en las áreas evaluando la gestión del cambio, y el modelo organizacional logrando encaminar a un enfoque de planeación exitoso.

Permite la toma de decisiones efectivas por lo tanto, (Koontz, 2008) Afirma: “La función de la planeación, la base de todas las funciones gerenciales que consiste en seleccionar misiones y objetivos, y decidir sobre las acciones necesarias para lograrlos; requiere tomar decisiones, es decir, elegir una acción entre varias alternativas, de manera que los planes proporcionen un enfoque racional para alcanzar los objetivos preseleccionados”.

En la búsqueda de acciones para el desarrollo funcional de las áreas, enfocado a un direccionamiento estratégico que conlleve a decisiones de planeación y control.Teniendo en cuenta el proceso organizacional efectuado por procesos continuos se ve la necesidad de

proyectar las necesidades deliberando sobre los principios de planeación: “objetividad y cuantificación, al planear es necesario tener como base información real, razonamientos precisos, y no basarse en situaciones subjetivas, especulaciones y datos sin base. Este principio también se le conoce como de precisión. La factibilidad, lo que se defina como plan debe realizarse; no es correcto elaborar planes ambiciosos y optimistas que no sean posibles de lograrse. La flexibilidad, al terminar la planeación se recomienda dejar márgenes de holgura que permitan incorporar los cambios o situaciones imprevistas. La unidad, los planes deben englobarse en un todo para la empresa y encaminarse a los propósitos y objetivos generales y el cambio de estrategias, los planes definidos a un plazo determinado en el desarrollo de los mismos, es importante estar actualizados tanto interna como externamente para modificar aquellos que son necesarios”. (pág. 73).

La planeación estratégica es la toma deliberada y sistemática de decisiones que incluyen propósitos que afectan o deberían afectar toda la empresa durante largos periodos”. (Chiavenato, 2017) El desarrollo de las áreas organizacionales influyen de manera negativa a la medición de resultados, planeación y ejecución de las acciones planteadas; Por tanto, (Chiavenato, 2017) Afirma: “Mientras la estrategia empresarial se orienta hacia lo que la empresa debe hacer para conseguir los objetivos empresariales, la planeación estratégica trata de especificar cómo lograr esos objetivos. Se trata de establecer lo que la empresa debe hacer antes de emprender la acción empresarial necesaria.

8.3. Referente institucional

El proyecto de plan de mejora empresarial en el desarrollo de la especialización de gerencias de empresas en la Universitaria Agustiniiana, tiene como finalidad la ejecución de aprendizaje de procesos administrativos y contables, enfocados a consultorías en los diferentes sectores, el conocimiento de prácticas empresariales, la definición de capacidades y habilidades de cada persona involucrada en el proyecto para satisfacción de sus logros profesionales y personales; forjado por medio del proceso académico adquirido por la institución emprendiendo aumento de sus capacidades como especialista y enfocar sus conocimientos en el sector real de la economía, a largo de la vida profesional y laboral.

8.4. Referente conceptual

La planeación estratégica puede definirse de diversas formas con variedad de autores, detallando diferentes puntos de vista de la planeación estratégica, el cual es, una continuidad de pensamiento o ideas, planeación y acciones conectados a un propósito.

(Hernandez, 2014), plantea: primero tú debes de tener clara la visión del negocio, luego tú planeas los pasos para llegar a esa visión y en tercer lugar tú tomas acciones para lograr esos resultados. Alan Kay uno de los pioneros en la computadoras personales e inventor de la programación orientada a resultados: “la mejor manera de predefinir el futuro es inventándolo”. Una planeación con visión, realidad de intenciones, resultados, propósitos y desempeño.

Por la anterior, esta planeación estratégica total indica la visión, en primer lugar, es igual a la realidad puesto que si la empresa rige con parámetros determinados se realiza una cohesión que influya en su desempeño diario, como segundo lugar es enfocado a los resultados, desarrollando los factores claves de éxito diseñados a un funcionamiento efectivo y adecuado para aceptar los cambios sociales, políticos, económicos, ambientales y tecnológicos.

En este se evidencia claramente que las empresas deben hacer un continuo seguimiento de los procesos como un método de control para los colaboradores de la organización, directamente relacionada con la planeación estratégica generado un plus adicional en el manejo de inventarios, manejo de tiempo y desplazamiento de las áreas. Existen unos efectos del control de inventario que el autor indica: “el control de procesos se refiere a los métodos que se usan para monitorear y regular las condiciones de procesos durante la fabricación de un producto”. (Hernandez, 2014).

Por ende, el control y seguimiento del proceso de producción, garantiza a los clientes intermediarios y finales una satisfacción exitosa en el proceso de comercialización, distribución y calidad de los productos adquiridos el cual, no genera daño en la salud o integridad de las personas, puesto que al hacer este control la empresa diferencia los gastos y costos innecesarios garantizando el manejo efectivo en los procesos administrativos. Concluyendo, la planeación estratégica en los diferentes campos se indica en la empresa GONTEX S.A.S se sugiere la aplicabilidad de los anteriores antecedentes para tener un mejor desempeño, tanto como en eficiencia y eficacia de la organización.

Generando así una mejora sustancial que sea evidenciable a la hora de la elaboración de los estados financieros (Duarte, 2017) contempla la reestructuración empresarial, que surge cuando una empresa se encuentra en un periodo de dificultades.

Interviniendo en toma de decisiones trascendentales para la organización a nivel interno y externo, estando en una situación crítica actual con dificultades financieras y el deficiente flujo de caja son indicios claros para el planteamiento de reestructuración. (pág. 01). Por esto, la empresa necesita una reestructuración puesto que esto debe ser clave para la toma de decisiones.

9. Metodología marco lógico

9.1. Análisis de los involucrados

Este análisis nos permite sistematizar la información sobre la funcionalidad y participación de los intereses de los involucrados que afectan la empresa GONTEX SAS directa o indirectamente.

Tabla 9.

Análisis de los involucrados

Grupos	Intereses	Problemas percibidos	Mandatos y recursos
Clientes	Adecuado servicio al cliente Producto acorde a los estándares de calidad Tiempos de entregas efectivos	Baja calidad de servicio al cliente Demoras en tiempo de entrega	Dinero
Colaboradores	Capacitaciones continuas Clima laboral adecuado Funciones laborales equilibradas y aumentar el desempeño colaborativo	Carga laboral Poco manejo de oferta Disminución de productividad Procesos productivos inestables	Contrato laboral
Proveedores	Recibir materias primas en tiempos determinados Cumplimiento de estándares de calidad de los productos Recibir los pagos acordados Mantener alianzas comerciales estables	Demora en tiempo de entrega de materia prima Manejo de un (1) proveedor por insumo	Contratos Acuerdos comerciales

Nota: Autoría propia

Tabla 10.

Estrategias de los involucrados

Grupos	Estrategias
Clientes	Mejorar la atención al cliente Fidelizar a los clientes con precios asequibles y con estándares de calidad Aumento de encuesta de satisfacción
Colaboradores	Fomentar la capacidad de liderazgo Generación de nuevos puestos de trabajo Capacitación al personal operativo
Proveedores	Mantener alianza comercial a largo plazo Fidelizar compras por medio de cumplimiento de tiempos Promover la búsqueda de nuevas coaliciones

Nota: Autoría propia

9.2. Árbol de problemas

Nos permite extraer del problema, las causas y sus efectos, mejorando su la planificación estratégica.

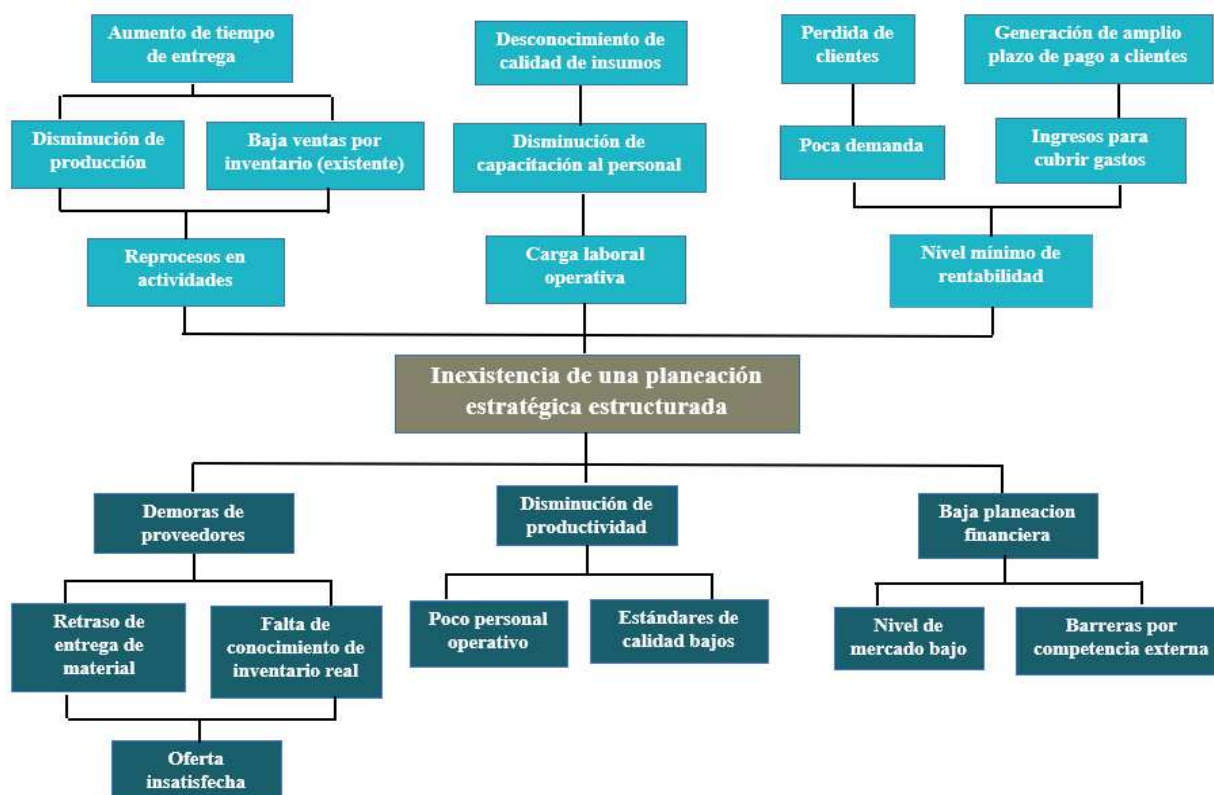


Figura 11. Árbol de problemas. Nota: Autoría propia.

9.3. Árbol de objetivos

En este árbol de objetivos se exponen las causas y efectos del árbol de problemas en estados positivos a medios y fines, el propósito de utilizar el árbol de problemas para identificar las posibles soluciones al problema de intervención de la empresa GONTEX S.A.S.

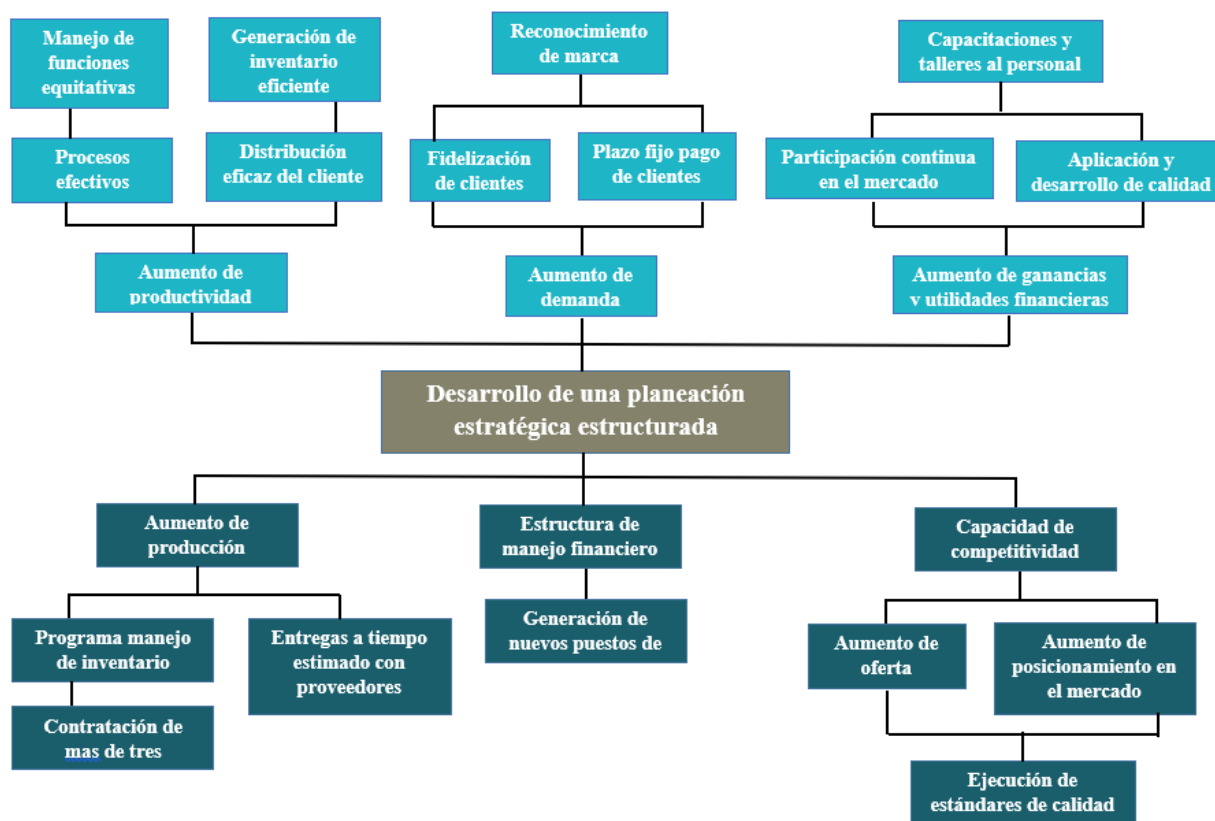


Figura 12. Árbol de objetivos. Nota: Autoría propia.

9.4. Alternativas de solución

En este análisis se toma en cuenta el árbol de problemas para proyectarla árbol de objetivos por medio de las siguientes acciones.

Tabla 11.

Alternativas de solución

Alternativas de solución	Acciones
Manejo de estándares de calidad	Se imparten cursos sobre normas de calidad a través de los estudiantes de especialización de gerencia de empresas de la Uniagustiniana.
Buen servicio al cliente	Se programan con los empleados de ventas, capacitaciones de un buen servicio al cliente.
Capacitación a personal	Talleres de motivación y sobre la especificación de producto a todo el personal de GONTEX SAS, para que de igual manera el personal de ventas explique al cliente.
Recuperación de cliente	Gestionar programas llamativos al consumidor por redes sociales.
Clientes con menos quejas	Gestionar encuestas de satisfacción mejoramiento al cliente haciéndolo así participe de mejoramiento de la atención selección de productos
Realidad económica de acuerdo a la contabilidad	Se activa el sistema contable Word office y se contrata a una persona para que realice una inducción y se ingrese todo al programa
Conocimiento de los ingresos, costos y gastos de la empresa	Esto se hará después de haber ingresado todo al sistema contable de esta manera se podrán tomar decisiones
Control y seguimiento de las facturas que llegan y salen de empresa	Se realiza el seguimiento mediante la secretaria que es la única persona encargada de recibir y enviar facturas, También se realizará copia en el cual se hace el recibido con fecha en la que se recibe.
Inventarios en tiempo real solo al revisar el sistema contable	se pondrá en marcha el lector de códigos que ingresa rápido al módulo de inventarios
Beneficios por pronto pago en las facturas	La empresa al hacerle seguimiento a la factura pagará antes de tiempo para obtener los descuentos que generan los proveedores para motivar a los compradores
Horarios de trabajo justo y adecuado cumplimiento	Se indicará hora de llegada y de salida a los empleados de esta manera se les establecerá.

Nota: Autoría propia

9.5. Alternativa optima

9.5.1. Clientes.

Las alternativas que se obtuvieron para los clientes son importantes porque estos contribuyen a que los clientes estén satisfechos y de estas Sean los clientes la misma publicidad, este está ligado directamente a tener mejores estándares de calidad que afianza en los clientes el que sus empleados estén más cómodos con la ropa que se adquiere en la empresa GONTEX S.A. También el hacer capacitación al área de venta hace que esta tenga más comunicación asertiva generando así que los clientes tengan menos quejas y menos devoluciones, optimizando los recursos y proporcionando un traje adecuado de acuerdo a sus necesidades.

9.5.2. Motivación de los empleados.

Los empleados deben de ser el recurso más importante que debe tener la empresa, puesto que ellos garantizan que los procesos se lleven a cabo de la mejor manera. Por ende, es importante tener presente siempre factores que puedan afectar este recurso como lo son la sobrecarga laboral, salarios bajos, maltrato laboral. Los anteriormente mencionados hacen parte de la motivación a los empleados que es vital en una organización si se mantienen factores positivos en estos tres ámbitos contribuirá a que la empresa funcione de manera adecuada y los estándares de calidad sean los más adecuados. Para esto se muestran las alternativas en búsqueda de que los empleados sean más motivados y por ende tenga la empresa más productividad

9.5.3. Manejo adecuado y estructurado de la contabilidad.

Cuando hacemos referencia al manejo adecuado de la contabilidad indicamos de la necesidad de la implementación de un sistema contable y la aplicabilidad también de códigos para de esta manera ser más rápida la búsqueda del inventario ya sea para el área de ventas o para lo faltante para el área de producción y compras. Estas alternativas que se proponen también son importantes para revisar facturas que estén por vencer y también tener el control sobre las cuentas pagar. La empresa cada vez está creciendo mucho más y necesita tener un sistema contable contribuya con las necesidades que se requiere.

9.6. Estructura analítica del proyecto

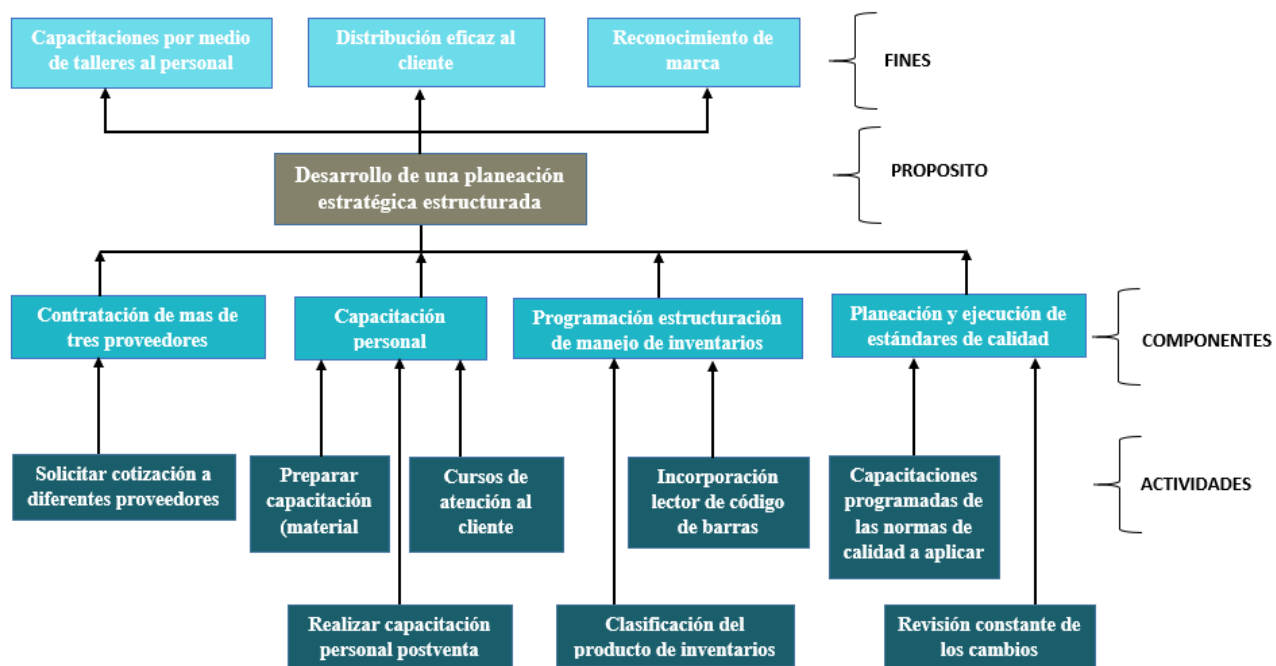


Figura 13. Estructura analítica del proyecto. Nota: Autoría propia

9.7. Matriz marco lógico

Tabla 12.

Matriz marco lógico

	Resumen	Nombre del indicador	Medios de verificación	Supuestos
Fin	Aumento de la Rentabilidad	Estrategias innovadoras	Estudios internos de clima laboral, comercial y financiero estableciendo necesidades de la organización de forma trimestral.	
	Clima laboral eficiente	Motivación de colaboradores	Encuestas de satisfacción, desempeño laboral, relaciones interpersonales, a un tiempo de doce meses.	El desarrollo de actividades se mantiene equilibrado
	Crecimiento en el mercado textil	Conocimiento del mercado	Diagnóstico de atención al cliente con encuestas de satisfacción, de manera semestral.	
	Aumento de proveedores textiles	Conocimiento de proveedores	Programas de visitas ampliando portafolio de productos. De forma trimestral.	Adaptación a nuevas alianzas de compra
	Aumento de productividad	Lead time	Estudios de competencia externa, análisis de resultados financieros y comerciales, de forma anual.	Desarrollo de tiempos y movimientos efectivos
	Capacidad de competencia en el sector	Ventajas de competitividad	Análisis de resultados de los procesos operativos, de forma anual.	
	Estructura optima de manejo de inventarios	Tiempo de transito	Diagnóstico del proceso actual de producción y distribución de forma anual.	
Proposito	Desarrollo de una planeación estratégica estructurada	Procesos sistematizados	Antecedentes del funcionamiento de los procesos actuales de forma semestral, de acuerdo a las metas cumplidas del año anterior.	

Componente	Desarrollo de objetivos, metas y presupuestos administrativas y financieras	Cumplimiento de metas	Análisis de objetivos planteados y metas cumplidas del año anterior.	
	Programa de estudios y visitas en la ampliación del mercado	Estudios del sector	Estudios previos a la experiencia y resultados de los años anteriores en un tiempo de doce meses.	
	Planeación de estrategias competitivas	Competitividad	Analizar capacidades comerciales, financieras y productivas actuales. De manera anual.	
	Distribución en los puestos de trabajo	Carga laboral	Diagnóstico de los puestos actuales, creación de nuevos puestos, descripción correcta de responsabilidades en el manual de funciones. A tiempo semestral.	Diseño y ejecución de manuales generando eficiencia
Actividades	Capacitación de normatividad ambiental del producto	Cumplimiento de normas	Formatos de requisitos exigidos por ley de manejo de prendas desechables. De forma anual.	Crecimiento optimo en los procesos de comercialización.
	Alcance de normatividad ambiental y estándares	Seguimiento de plan ambiental	Programas de prevención, formatos de medición y cumplimiento. Anualmente.	
	Programas de capacitación para el personal de atención al cliente	Satisfacción del cliente	Análisis cuantitativo de ganancias del año anterior por medio del estado de resultados integral.	Generación de publicidad voz a voz en el sector
	Programas de estrategias de mejora en los procesos	Compromiso colaborativo	Participación y desarrollo de lluvia de ideas en las diferentes áreas, de manera anual.	
	Capacitación de los factores y necesidades del sector	Demanda satisfecha	Análisis de las deficiencias y necesidades de los colaboradores al momento de prestar el servicio (comercial), de forma semestral.	

Nota:

Autoría

propia

10. Monitoreo y evaluación del proyecto

La metodología de monitoreo y evaluación del proyecto planteado, se lleva a cabo como prospectiva a largo plazo en el momento de ejecución y desarrollo de la reestructuración de planeación estratégica dentro de la empresa GONTEX S.A.S., en la búsqueda de procesos efectivos y eficaces que alcancen la rentabilidad deseada de la organización; el cumplimiento de objetivos y el alcance de la meta. Estableciendo parámetros de medición que diversifiquen las capacidades actuales vs prospectivas, que definan y establezcan en el tiempo de ejecución un proceso de seguimiento, permitiendo evaluar las propuestas de mejora planteadas para el correcto funcionamiento de los procesos en cada área.

Mediante programas y planes de acción efectuar cada proceso de acuerdo a la necesidad del área y establecer resultados a mediano plazo que estimen y adecuen las actividades para dar efectividad y cumplimiento real por medio de los indicadores de medición; interviniendo con fuentes de información primaria junto con los colaboradores que permiten la búsqueda y el desarrollo de los procesos y fuentes secundarias determinantes para la ampliación de conocimientos y técnicas aplicables a sus estrategias.

Por lo tanto, se presenta un cronograma de actividades estimado a un plazo de once (11) meses del siguiente año, proyectando un desarrollo semanal que determiné y efectué las propuestas planteadas en el presente proyecto, contando con un porcentaje de cumplimiento teniendo en cuenta el diagnóstico previamente expuesto, logrando eficiencia del desarrollo interno y externo de la organización.

Tabla 13.

Cronograma de actividades

 Cronograma de actividades				
Nombre actividad	Fecha inicio (dd/mm/aa)	Fecha final (dd/mm/aa)	Cumplimiento (%)	Duración (Semana)
Programa de estudios y visitas en la ampliación del mercado	10/01/2019	10/03/2019	30%	12semana
Capacitación de los factores y necesidades del sector	11/03/2019	18/03/2019	20%	01semana
Creación de estructura de servicio al cliente	19/03/2019	29/03/2019	40%	01semana

Programas de capacitación para el personal de atención al cliente	01/04/2019	08/04/2019	40%	01semana
Afianzar estrategias comerciales para mayor competitividad	09/04/2019	29/04/2019	30%	02semana
Estructuración y ejecución de manual de funciones	30/04/2019	07/05/2019	50%	01semana
Distribución eficiente de los puestos de trabajo	08/05/2019	15/05/2019	50%	01semana
Programas y plan de acción para mayor efectividad con proveedores	16/05/2019	24/05/2019	40%	01semana
Estructura optima de manejo de inventarios	27/05/2019	03/06/2019	70%	01semana
Creación de manual de políticas de crédito	04/06/2019	11/06/2019	50%	01semana
Diseño de plan de acción en el proceso de financiación	12/06/2019	19/06/2019	30%	01semana
Identificación de factores claves de éxito para aumentar la rentabilidad	20/06/2019	27/06/2019	60%	01semana
Planeación y creación de estrategias competitivas	01/07/2019	15/07/2019	40%	02semana
Capacitación de normatividad ambiental del producto	22/07/2019	29/07/2019	30%	01semana
Generación de políticas y alcance de normatividad ambiental y estándares	30/07/2019	06/08/2019	20%	01semana
Desarrollo de objetivos, metas y presupuestos administrativas y financieras	07/08/2019	21/08/2019	60%	02semana
Diseño de estrategias de mejora en los procesos	22/08/2019	30/08/2019	40%	01semana
Ejecución de una planeación estratégica estructurada	02/09/2019	02/10/2019	80%	04semana
Seguimiento y evaluación de la planeación estratégica estructurada	10/01/2019	10/11/2019	50%	44semana

Nota: Autoría propia

Tabla 14.

Diseño de tiempo cronograma de actividades



project: Estrategias en la empresa GONTEX SAS

- Tiempo de actividad por Área
- Tiempo total del Área
- Tiempo total de seguimiento
- Ejecución del proyecto

Nota: Autoría propia

Conclusiones

El presente proyecto se enfocó en el diagnóstico y diseño de una planeación estratégica a la empresa encaminada a la búsqueda de mejoras en las diferentes áreas y su desarrollo eficiente.

Los empleados desconocen la misión, la visión y los objetivos de la empresa, por ende se evidencia claramente que los empleados no tienen compromiso y empoderamiento de la misma.

Se evidencia grandes problemas de la falta de personal, por ende hay sobre carga laboral de los empleados y desmotivación de los mismos con la empresa, esto se puede demostrar en el actuar de los empleados a la hora de ejecutar sus funciones.

Se observa la ausencia de capacitación para los empleados que genera que estos a su vez no puedan crear líneas de trabajo innovadoras que genere una mano de obra calificada.

Se puede analizar que no existe un sistema de contable que tenga el soporte para garantizar que los procesos de cartera, facturas de compra y venta puedan mejorar la trazabilidad de la información, las trazabilidad de las obligaciones con terceros y cumplimiento del proyecto.

Se puede percibir la falta de control en los inventarios, puesto que no se sabe en tiempo real la cantidad de productos que se tiene disponible para la venta, generando en ocasiones que se vuelvan a realizar productos que están en el almacenamiento.

Falta de revisión al ingreso de las materias primas y salidas de los productos terminados que garanticen la disminución de desperdicios.

La limitada publicidad y promoción a nivel sectorial que se tiene ocasiona que este tenga solamente un segmento de mercado, generando que se tenga pocos clientes.

Recomendaciones

Finalizando el proceso de investigación y análisis del sector textil colombiano y el posicionamiento de la empresa GONTEX S.A.S., en el desarrollo de la especialización de gerencia de empresas se efectúan las siguientes recomendaciones para una planeación estratégica efectiva:

Se recomienda que la administración informe a los empleados de la existencia de la misión, visión y objetivos de la empresa para que estos a su vez puedan apoyar y aportar a los procesos de crecimiento de la misma.

Requiere contratar personal que tenga los conocimientos y experiencia de acuerdo al cargo requerido para que de esta forma, halla más personal colaborando en el buen desarrollo de las actividades y se pueda ajustar los manuales de funciones de acuerdo al tamaño de la organización.

Realizar capacitaciones, que de igual manera se lleven a la práctica, para no generar entorpecimiento de los procesos existentes, y de la existencia de una continuidad con el fin de fortalecer el talento humano.

Renovar la licencia del sistema contable y poder implementar los procesos contables de manera ágil y eficiente.

Dar uso a lector de códigos que se tiene en la empresa para optimizar en tiempo real la cantidad inventarios que hay disponible para la venta.

Crear una área de calidad con personas que tengan el conocimiento requerido para realizar los procesos de evaluación y control de los productos que entren o salgan de la misma, para generar que los clientes estén más satisfecho.

Efectuar un estudio de mercado en la segmentación actual para identificar las causas y efectos y poder contrarrestar las capacidades de la oferta para satisfacer las necesidades de la demanda.

Referencias

- Aguilera, K. V. (2008). *Propuesta de un plan de reestructuración estratégica*. Obtenido de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/4305/T11.06%20D338p.pdf?sequence=1>
- Alcaldía, m. d. (01 de Diciembre de 2010). Obtenido de Guía para la gestión y manejo Integral de residuos: http://190.27.245.106/residuos/textiles/files/guia_textiles.pdf
- Barker, J. A. (1995). Paradigmas: el negocio de descubrir el futuro. En J. A. Barker, *Paradigmas* (pág. 258). Mexico.
- Bogotá, S. J. (1994). *DECRETO 1295 DE 1994*. Obtenido de Por el cual se determina la organización y administración del Sistema General de Riesgos Profesionales: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=2629>
- Business, O. (30 de Junio de 2017). Obtenido de Avances tecnologicos en la industria textil: <http://redsineria.com/avances-tecnologicos-en-la-industria-textil/>
- Chiavenato, I. (2000). Marco teorico sobre, administración, modelo, coaching empresarial, liderazgo, empeño y eficiencia. En I. Chiavenato, *Marco teorico sobre, administración, modelo, coaching empresarial, liderazgo, empeño y eficiencia*. (pág. 40). México: McGill.
- Chiavenato, I. (2017). Planeación estratégica "Fundamentos y aplicaciones". En I. Chiavenato, *Planeación estratégica "Fundamentos y aplicaciones"* (pág. 372). España: McGraw-Hill-Interamericana.
- Contreras Fernando, N. A. (2002). Investigación Operativa. *Teoría de juegos* (pág. 11). Investigación Operativa.
- Dinero. (31 de 01 de 2018). *Mincomercio quiere impulsar la industria textil con nuevas líneas de crédito*. Obtenido de Mincomercio quiere impulsar la industria textil con nuevas líneas de crédito: <https://www.dinero.com/empresas/confidencias-on-line/articulo/mincomercio-busca-impulsar-la-industria-textil-en-colombia/254777>
- Dinero, R. (31 de Enero de 2018). Obtenido de <https://www.dinero.com/empresas/confidencias-on-line/articulo/mincomercio-busca-impulsar-la-industria-textil-en-colombia/254777>
- Dinero, R. (12 de Abril de 2018). Así arrancó la actividad económica en Colombia en 2018. Obtenido de <https://www.dinero.com/edicion-impresa/pais/articulo/actividad-economica-en-colombia-primer-trimestre-2018/257221>
- Dinero, Revista. (08 de Abril de 2018). Obtenido de Realmente, ¿quién paga más impuestos en Colombia?: <https://www.dinero.com/economia/articulo/quien-paga-mas-impuestos-en-colombia/257095>
- Dispromem. (2018). *Muebles y estanterías*. Obtenido de <https://dispromem.com/mesa-de-corte-textil-en-medellin/>

- distrital, S. j. (2008). *LEY 1258 DE 2008*. Obtenido de Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada:
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=34130>
- DOMINGUEZ, S. P. (2011). *documentos y archivos departamento Salud Ocupacional ESPORMART*. Buenaventura: Universidad del Valle.
- Duarte, C. (05 de 11 de 2017). *Reestructuracion empresarial* . Obtenido de Reestructuracion empresarial : <https://www.gerencie.com/reestructuracion-empresarial.html>
- Emprendepyme. (2 de Junio de 2018). *emprendepyme*. Obtenido de www.gestiopolis.com:
<https://www.emprendepyme.net/tipos-de-investigacion-de-mercados.html>
- Entretexiles. (18 de Diciembre de 2014). Obtenido de Las cinco fuerzas competitivas de Porter:
<http://entretexiles.blogspot.com/2014/12/las-cinco-fuerzas-competitivas-de-porter.html>
- Espectador, E. (26 de Julio de 2017). Obtenido de La tecnología digital y el sector textil-confección, juntos en Colombiamoda: <https://www.lespectador.com/economia/la-tecnologia-digital-y-el-sector-textil-confeccion-juntos-en-colombiamoda-articulo-705001>
- Facil, E. (2018). *Aprendo y gana* . Obtenido de <https://www.explicofacil.com/2014/11/para-que-sirve-cada-maquina-de-coser-y.html>
- Gontex SAS. (2016). *Suministros hospitalarios, industriales y esteticos*. Obtenido de Gontex SAS: <http://www.gontex.com.co/quienes-somos/>
- Gonzales, A. L. (2014). *Proceso administrativo* . En A. L. Gonzales. Mexico : Patria .
- Google. (s.f.). (3 de Mayo de 2018.). *Google. (s.f.)* . Obtenido de GoogleMap.
- Hernandez, G. (2014). *Planeacion estrategica total* . En G. Hernandez, *Planeacion estrategica total* . Mexico .
- Hikota, T. (1972). Polipropileno. *Textil*, (pág. 5).
- Janneth, L. F. (2016). *Diseño de proyectos* . Bogotá D.C .
- Johnston, L. (20 de Agosto de 2018). *Altonivel*. Obtenido de Cómo afecta la tecnología a la industria textil y de la moda: <https://www.altonivel.com.mx/tecnologia/afecta-tecnologia-industria-textil-moda/>
- Kenneth C. Laudon, J. P. (2004). *Sistemas de información gerencial* (Vol. VIII). Mexico: Pearson Educación.
- Koontz, H. (2008). *Administración: una perspectiva global*. En H. Koontz, *Administración: una perspectiva global*. Editorial Félix Varela.
- Lafaurie, C. M. (20 de Agosto de 2018). *La opinión* . Obtenido de Pymes colombianas sufren por alto pago de impuestos: <https://www.laopinion.com.co/pymes-colombianas-sufren-por-alto-pago-de-impuestos-85970#op>

- Legales, A. (20 de Agosto de 2018). Obtenido de Obligaciones laborales a tener en cuenta en 20: <https://www.asuntoslegales.com.co/buscar?Term=obligaciones%20laborales%20a%20tener%20en%20cuenta%20en%2020&Page=1&Pagesize=10>
- Lopez, F. J. (2015). *Diseño de proyectos* . Bogotá D.C.
- Mantilla, E. a. (Noviembre de 2015). plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de ropa quirúrgica con aplicación de nanotecnología. *plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de ropa quirúrgica con aplicación de nanotecnología*. Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander.
- Másguau. (7 de Agosto de 2017). *másguau*. Obtenido de <http://masguau.com>: <http://masguau.com/2009/08/27/el-spa-reemplazo-en-colombia-a-los-centros-de-estetica-y-los-gimnasios/>
- Ministerio, d. s. (04 de 08 de 1998). *Decreto numero 1545 DE 1998*. Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/decreto_1545_1998.pdf
- Mintzberg, H. (2009). LA FORMACIÓN DE LA ESTRATEGIA EN MINTZBERG Y. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 23.
- Olivos, P. C. (2015). Modelo de gestión logística para pequeñas y medianas empresas en México. *Contaduría y Administración* 60, 23.
- Peña, D. N. (2015). GESTION Y CONTROLE EL VALOR INTEGRAL DE SU EMPRESA. *Díaz de santos*, 23.
- peru, M. (2018). *Maquitexperu.com*. Obtenido de <http://maquitexperu.com/virtual/cortadoras-de-tela/113-cortadora-circular-de-4-pulgadas.html>
- Ponce, A. R. (2005). *Administración por objetivos* . Mexico: Limusa.
- Portafolio. (17 de Diciembre de 2017). Siguen llegando venezolanos al país: ¿ahora es más difícil encontrar trabajo? Obtenido de <http://www.portafolio.co/economia/empleo/llegada-de-venezolanos-al-pais-complica-la-busqueda-de-trabajo-512741>
- Recuperado Google Maps* . (03 de 05 de 2018). Obtenido de Google Maps : <https://www.google.com/maps/place/Cl.+56+Sur+%2388c-15,+Bogot%C3%A1/@4.6281123,-74.1888189,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e3f9e7638b67479:0xa879bb3b280794ef!8m2!3d4.6281123!4d-74.1866302>
- Referencia Google Maps*. (03 de 05 de 2018). Obtenido de Google Maps: <https://www.google.com/maps/place/Cl.+56+Sur+%2388c-15,+Bogot%C3%A1/@4.6281123,-74.1888189,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e3f9e7638b67479:0xa879bb3b280794ef!8m2!3d4.6281123!4d-74.1866302>

- Sallenave, J. P. (1985). *Gerencia y planeación estratégica*. Bogotá, Colombia: Norma.
- Sampieri Hernandez, R., & Collado Fernandez, C. y. (2003). *Metodología de la investigación*. (Interamerican, Ed.) Mexico D.F, Mexico : McGraw- Hill.
- Sayco. (2018). *Muebles y electrodomesticos* . Obtenido de <http://www.asyco.co/v4/maquinas-de-coser/422-maquina-fileteadora.html>
- Schlemenson, A. (1998). ANÁLISIS ORGANIZACIONAL DE UNA EMPRESA UNIPERSONAL. En A. Schlemenson, *ANÁLISIS ORGANIZACIONAL DE UNA EMPRESA UNIPERSONAL* (pág. 30). Buenos Aires: Editorial PAIDOS.
- Stefan, T. (20 de Agosto de 2018). Obtenido de <https://pyme.lavoztx.com/definicion-de-volumen-de-ventas-10570.html>
- Superintendencia de sociedades . (2017). *Desempeño del sector textil - confección informa* . Bogotá: Superintendencia de sociedades .
- Superintendencia de sociedades. (2015). *Desempeño del sector textil-confección*. Bogotá: Superintendencia de sociedades.
- Tamara, G. (05 de Julio de 2017). *La politica comercial de colombia afecta al crecimiento textil*. Obtenido de La politica comercial de colombia afecta al crecimiento textil: <http://mx.fashionnetwork.com/news/La-politica-comercial-de-Colombia-afecta-al-crecimiento-textil,930360.html#.w3gzbuhkjiu>
- Tamara, G. L. (15 de Noviembre de 2017). Obtenido de Colombia: Industria textil nacional carece de políticas de sostenibilidad ambiental: <https://www.america-retail.com/colombia/colombia-industria-textil-nacional-carece-de-politicas-de-sostenibilidad-ambiental/>
- Tamara, G. L. (02 de Noviembre de 2017). Obtenido de El sector Textil-Confección aporta una quinta parte del empleo manufacturero en Colombia: <http://pe.fashionnetwork.com/news/El-sector-Textil-Confeccion-aporta-una-quinta-parte-del-empleo-manufacturero-en-Colombia,886741.html#.w3sjrohkjiv>
- Tamara, G. L. (18 de 05 de 2018). *Fashion Network*. Obtenido de Radiografía de la industria textil colombiana: <http://pe.fashionnetwork.com/news/Radiografia-de-la-industria-textil-colombiana,978404.html#.w3sykehkjiv>
- Tiempo, E. (06 de Agosto de 2018). Obtenido de <https://www.eltiempo.com/pol%C3%ADtica/gobierno/los-retos-de-iv%C3%A1n-duque-como-presidente-252754>
- Wehrich, K. &. (1994). *Administración una perspectiva global*. Mexico, Mexico: Mc Graw Hill.

Anexos

Tabla 15.

Estado de la situación financiera empresa GONTEX S.A.S

Estado de la situación financiera GONTEX SAS		
ACTIVO CORRIENTE	2017	2016
Disponible y equivalente de efectivo	1.877.866	1.374.979
Deudores Neto	4.087.360	3.313.000
Inventario Neto	18.883.687	13.261.935
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	24.848.914	17.949.914
ACTIVO NO CORRIENTE		
Propiedad planta y equipo , neto	10.779.304	10.779.304
Diferido Y otros Activos	2.103.996	540.553
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	12.883.300	11.319.857
TOTAL ACTIVO	37.732.214	29.269.771
PASIVO CORRIENTE		
Cuentas por Pagar	40.640.021	38.729.688
Impuestos, gravámenes y Tasas	168.000	13.956
Obligaciones laborales	3.012.834	1.171.052
TOTAL PASIVO CORRIENTE	43.820.855	39.914.696
TOTAL PASIVO	43.820.855	39.914.696
PATRIMONIO		
Capital social	15.000.000	15.000.000
Resultados del ejercicio	-25.296.633	-25.644.925
Superávit por valorización	0	0
total del patrimonio	-10.296.633	-10.644.925
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO E INTERES MINORITARIO	33.524.222	29.269.771

Nota: Autoría propia

Tabla 16.

Análisis vertical y horizontal de la situación financiera

Análisis vertical		Análisis horizontal absoluta	Análisis horizontal relativa
2017	2016		
8%	8%	502.887	37%
16%	18%	774.360	23%
76%	74%	5.621.752	42%
100%	100%	6.899.000	38%
84%	95%	-	0%
16%	5%	1.563.443	289%
100%	100%	1.563.443	14%
93%	97%	1.910.333	5%
0%	0%	154.044	1104%
7%	3%	1.841.782	157%
100%	100%	3.906.159	1266%
-146%	-141%	-	0%
246%	241%	348.292	-1%
0%	0%	-	0%
100%	100%	348.292	-1%

Nota: Autoría propia

Tabla 17.

Estado de resultados integral empresa GONTEX S.A.S

Estado de resultados integral empresa GONTEX SAS			
	Notas	2017	2016
Ingresos Operacionales		31.050.900	5.380.903
Costo de ventas		9.659.028	2.717.759
Utilidad Bruta		21.391.872	2.663.144
Gastos operacionales de:			
Administración		27.014.950	25.841.000
Ventas		1.450.000	1.940.018
Producción		0	0
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		28.464.950	27.781.018
Utilidad Operacional		7.073.078	- 25.117.874
Otros ingresos (egresos) - neto			
Ingresos por dividendos y financieros		9.145.100	0
Gastos financieros		1.536.190	540.503
Otros ingresos y egresos, neto		9.145.100	13.453
Total otros ingresos (egresos) - no operacionales		535.832	553.956
		187.541	
Utilidad antes de provisión para impuesto de renta e interés minoritario		348.291	25.644.925

Nota: Autoría propia

Tabla 18.

Análisis vertical y horizontal del estado de resultados integral

Análisis vertical		Análisis horizontal absoluta	Análisis horizontal relativa
2017	2016		
145%	202%	25.669.997	477%
45%	102%	6.941.269	255%
190%	304%	18.728.728	703%
95%	93%	1.173.950	5%
5%	7%	- 490.018	-25%
0%	0%	-	0%
100%	100%	683.932	2%
1707%	0%	9.145.100	0%
287%	98%	995.687	184%
1707%	2%	9.131.647	67878%
3700%	100%	-18.124	-3%

Nota: Autoría propia

Tabla 19.

Manual de funciones empresa GONTEX S.A.S

 MANUAL DE FUNCIONES GERENTE DE RECURSOS HUMANOS					
SUBDIRECCIO	Gerencia de Recurso Humano	DEPENDENCIA	Gerencia de Recurso Humano	NOMBRE DEL CARGO	Gerente de Recurso Humano
DESCRIPCION DEL CARGO					
Coordinar el reclutamiento, selección, contratación, capacitación, administración o gestión del personal, administración de nómina y seguridad social, durante el tiempo de permanencia del empleado en la empresa.					
FUNCIONES					
TAREAS			PROCEDIMIENTO PARA EL DESARROLLO DE LAS TAREAS		
Programas de Recurso Humano.			Cronograma de actividades.		
Desarrollo del programa de bienestar de la empresa, manejo de nómina, proceso de selección y contratación de personal nuevo, coordinación de charlas y capacitación al personal en diferentes temas.					
Cumplimiento de la Normatividad.			Relacion de novedades		
Apoyo en temas de cumplimiento de horarios, permisos de trabajo, incapacidades, ausentismo, etc					
Selección del Personal y ejecución de procesos			Seguimiento de acuerdo al cronograma		
Ejecutar y coordinar las actividades de selección para dotar a las áreas de la empresa del personal idóneo para cada puesto de trabajo, Ejecutar las actividades relacionadas con la selección, contratación e inducción del personal nuevo, coordinar con las áreas y llevar a cabo los procesos de promoción, capacitación, vacaciones, licencias, reconocimientos, temas de descargos, llamados de atención, retiros de personal, coordinar los remplazos en casos de ausencia.					
Seguimiento al personal vinculado. Dotaciones			Planilla de recolección de información		
Hacer seguimiento al desarrollo y desempeño del personal vinculado. Coordinar el diseño, aprobación, adquisición y entrega de uniformes y dotación del personal					
Actualización de la documentación			Documentación actualizada y archivada		
Mantener actualizado el archivo de hojas de vida y de elegibles, nómina capacitaciones y todas las generadas en la ejecución de su actividad.					

Nota: Autoría propia