

CLEAN ATHLETIC



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

Tutor

RUBIO PEÑA MIGUEL ANGEL

Estudiante

JAVIER ORLANDO AMAYA CAMACHO

COORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR – CUN

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESA

BOGOTA D.C. MAYO DE 2017

CLEAN ATHLETIC



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

Tutor

RUBIO PEÑA MIGUEL ANGEL

Estudiante

JAVIER ORLANDO AMAYA CAMACHO

Trabajo de grado para tener título de técnico en administración de empresas

COORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR – CUN

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESA

BOGOTA D.C. MAYO DE 2017

DEDICATORIA

Este proyecto de trabajo lo dedico a mi Institución Corporación Unificada Nacional de Educación Superior – CUN por ser el ente que me acoge y me brinda educación, a mi familia como muestra de mi dedicación y agradecimiento por el apoyo que me brindan cada día; a mis compañeros quienes compartimos esta etapa de nuestras vidas donde adquirimos enseñanzas y experiencias en nuestras clases para presentarnos ante la sociedad como universitarios, emprendedores y futuros profesionales; también a las personas que formaron parte de mi proceso de formación y aquellos que aportaron su granito de arena en cada área de mi vida.

AGRADECIMIENTOS

Primeramente quiero agradecer sinceramente a mi tutor el sr Rubio Peña Miguel Ángel, por su amable colaboración y apoyo durante la elaboración de mi proyecto; Con sus conocimientos y correcciones brindadas, logre obtener mejores ideas para cumplir con mis objetivos, que son la fuente fundamental para mi formación como un excelente profesional.

Además, quiero agradecer a mis compañeros, familia y personas que me apoyaron para que pudiese cumplir con mis ideas y plasmarlas en este proyecto. No siendo más agradezco a dios y a la universidad CUN por permitirme salir a adelante y formarme profesionalmente.

TABLA DE CONTENIDO

| | Pág. |
|---|------|
| TITULO | 9 |
| RESUMEN | 9 |
| INTRODUCCION | 9 |
| CONTENIDO Y CAPITULOS DEL TRABAJO | |
| 1. PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA | 10 |
| 1.1DESCRIPCION DEL PROBLEMA..... | 11 |
| 1.2FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... | 11 |
| 1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA..... | 11 |
| 2. OBJETIVOS | 12 |
| 2.1 OBJETIVO GENERAL..... | 12 |
| 2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS..... | 12 |
| 3. JUSTIFICACION | 13 |
| 4. MARCO REFERENCIAL | 13 |
| 4.1 MARCO TEORICO..... | 14 |
| 4.2 MARCO CONCEPTUAL..... | 15 |
| 4.3 MARCO TEMPORAL..... | 16 |
| 4.4 MARCO ESPACIAL..... | 16 |
| 5. METODOLOGIA | 17 |

| | |
|---|-----------|
| 5.1 TIPO DE ESTUDIO..... | 17 |
| 5.2 METODOLOGIA DE ESTUDIO..... | 18 |
| 5.3 METODOLOGIA DE RECOLECCION DE INFORMACION..... | 18 |
| 5.4 FUENTES DE INFORMACION..... | 19 |
| 5.5 POBLACION, UNIVERSO Y MUESTRA..... | 19 |
| ESTRUCTURA - OPCION DE GRADO I NIVEL TECNICO | |
| 1. ESTUDIO DE LA NATURALEZA DEL PROYECTO..... | 20 |
| 1.1 LLUVIA DE IDEAS QUE PUEDAN TRANSFORMARSE EN UN PRODUCTO O SERVICIO..... | 21 |
| 1.2 JUSTIFICACION DE LA EMPRESA..... | 21 |
| 1.3 NOMBRE DE LA EMPRESA..... | 22 |
| 1.4 TIPO DE LA EMPRESA..... | 22 |
| 2. ESTUDIO ADMINISTRATIVO..... | 23 |
| 2.1 MISION DE LA EMPRESA..... | 23 |
| 2.2 VISION DE LA EMPRESA..... | 23 |
| 2.3 OBJETIVO DE LA EMPRESA..... | 23 |
| 2.4 ANALISIS DE LA INDUSTRIA..... | 23 |
| 2.5 DOFA..... | 24 |
| 2.6 ESTRUCTRA ORGANIZACIONAL..... | 25 |

| | |
|---|-----------|
| 2.7 FUNCIONES Y REQUISITOS POR PUESTO DE TRABAJO..... | 26 |
| 2.8 ADMINISTRACION DE SUELDOS Y SALARIOS..... | 28 |
| 2.9 IMPACTO LEGAL..... | 28 |
| 2.10 MARCO OBJETIVO..... | 35 |
| 6. CONCLUSIONES..... | 36 |
| 7. RECOMENDACIONES..... | 37 |
| 8. BIBLOGRAFIAS..... | 38 |
| 9. ANEXOS..... | 39 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|-----------|
| | Pág. |
| FIGURA 1. MARCO CONCEPTUAL..... | 15 |
| FIGURA 2. ORGANIGRAMA..... | 26 |

TITULO

CLEAN ATHLETIC

RESUMEN

El propósito de este proyecto es presentárselo de manera breve y precisa. El proyecto se trata de un estudio realizado a un cliente específico donde determinamos las necesidades, para lo cual realizamos un estudio y desarrollar el proyecto con una necesidad específica, realizando estudios de mercado.

INTRODUCCIÓN

Un Trabajo de grado es fundamental para el desarrollo del estudiante como profesional, pone a reto los conocimientos aprendidos para la creación de empresas y de la vida. El estudiante debe proyectar un proceso para orientarse y experimentar de capacidad desarrollar ideas mediante investigación de la necesidades del clientes, exponer sus capacidades para desarrollar diferentes bienes y servicios para beneficiar estos clientes, estructurar y organizar el proyecto de tal manera que haya una viabilidad de negoció e inversión para crear las empresas.

Este proyecto es un una investigación realizada a un cliente específico que son los “Ciclistas Urbanos” los cuales tienen una serie de necesidades en los cuales realizamos estudios para determinar una serie de soluciones y crear un bien o un servicio.

CONTENIDO DE LOS CAPÍTULOS DE TRABAJO

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El deporte es esencial para la vida, por sus beneficios para la salud y entretenimiento, en Bogotá aproximadamente el 35% de practican algún tipo de deporte y esto ha ido aumentando, en la última década se han presentado un crecimiento por el interés deportivo, esto debe por esfuerzos de promover la práctica de deporte, también por la actuaciones de los grandes deportista nacionales a nivel mundial generando una inspiración para realizar deporte, esto genera una gran demanda de productos y servicios; no cumplen con todas las necesidades que ellos requieren.

La oportunidad de negocio consiste en crear una marca especialmente para la higiene personal de las personas que practican deporte en general, innovando los productos de aseo para el uso de las personas que practican deporte, siendo este una idea de adaptación de los servicios que puede prestar nuestra marca o idea de negocio.

Con los datos recolectados se puede ver que el mercado se encuentra en un proceso de desarrollo por lo que presenta oportunidades claras para las innovaciones. En qué campo, ¿Dónde? hay una amplia oportunidad, que demuestren propuestas nuevas con altos niveles de calidad.

1.1 Descripción del problema

Realizar deporte genera una gran cantidad de energía y esfuerzo. Al realizarlo genera reacciones corporales como sudoración, suciedad, malos olores entre otras causas de incomodidad, teniendo en cuenta la actividad que realice el deportista y su lugar de entrenamiento.

Por estos motivos los deportistas necesitan productos de higiene personal durante y después de realizar sus prácticas para una mejor salud y personalidad social. En la actualidad existen productos para la higiene personal de los deportistas la mayoría no cumple con todos los requerimientos necesarios que se necesitan e incluso no hay productos con ciertas características, que ellos requieren, por esta razón es importante crear y diseñar productos innovadores con alta calidad en una marca propia para los deportistas que en el mercado nacional no se encuentra.

1.2 Formulación del problema

¿Cómo diseñar un plan de negocios para crear, diseñar y comercializar una marca de higiene personal para deportistas, enfocado en las diferentes necesidades dependiendo sus disciplinas en la ciudad de Bogotá, de modo que genere fidelidad y empatía con los clientes, proporcionando asimismo productos únicos con los mejores niveles de calidad y el más alto valor agregado?

1.3 Sistematización del problema

- ¿La mayoría de los deportistas a nivel nacional tienen problemas de higiene personal con productos que no lo satisfacen?

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

Crear e implementar un plan de negocios a mediano plazo para la creación de una marca de productos de higiene personal para deportistas que sea confiable y empatices con sus necesidades, contando con altos niveles de calidad.

2.2 Objetivo Específicos

- ✓ Realizar un análisis del mercado con el fin de establecer la viabilidad de crear una marca de productos de higiene personal para deportistas en la ciudad de Bogotá.
- ✓ Hacer el análisis de la investigación que contenga aspectos como los diseños de los productos, la forma de organización y comercializarlo con el fin de crear las estrategias que lleven al éxito del negocio.
- ✓ Realizar estudios de productos como cuales son los más necesitados y que tipo de características específicas deben tener.

3. JUSTIFICACIÓN

Colombia es uno de los países que las personas más practican algún tipo de deporte en Latinoamérica, según estudio el 35% de las personas practican algún deporte. Este porcentaje ha crecido en la última década por las campañas de incentivación, infraestructura y torneos hacia el deporte, también es motivado por las grandes actuaciones de los deportistas nacionales a nivel mundial que genera una demanda de productos y servicios. Uno de los principales problemas de los deportistas es la higiene personal, en el mercado se encuentran pocos productos para la higiene personal del deportista, los cuales algunos no cumplen con las expectativas del consumidor, se realizó un pequeño estudio para generar un plan de negocio de una marca que obtenga varios productos de higiene personal para los deportistas, se debe tener en cuenta que en el mercado de higiene personal para deportistas, no se ha presentado ninguna propuesta de una marca para la higiene personal de los deportistas, lo que genera una viabilidad para el negocio puede generar una gran oportunidad de negocio explorando este nicho de mercado más a fondo sobre nuevas propuestas y productos para atraer y así mantener personas fieles a la marca.

También es importante tener una diferencia con la competencia para ser una marca única con productos especializados para los deportistas como objetivo final una satisfacción del cliente.

4. MARCOS DE REFERENCIA

El presente trabajo es un proyecto que reúne información recopilada para un cliente específico para evaluar un plan de negocio y la viabilidad de ejecutarlo. Con este plan lo que se pretende es buscar financiamiento, socios o inversionistas, y sirve como guía para la construcción de una

compañía o empresa, que contiene la misión, las oportunidades identificadas, los objetivos, las estrategias, los planes de acción, las medidas de control y evaluación.

4.1 Marco Teórico

La higiene personal ha existido durante varios siglos pero comenzó a tener importancia en el siglo XVII. A partir de las malas condiciones higiénicas que se generan en los seres humanos, se crean enfermedades las cuales podían llegar a matar una persona, por sus condiciones habituales, por los alimentos, por heridas abiertas y por exposiciones al medio ambiente. Para ello se empezaron a crear productos como el jabón de baño o tocador el cual se creó desde la época egipcia, para tener cuidados y limpieza de la piel, con el tiempo también se empezaron a crear más productos de aseo con el fin de mejorar la higiene personal de los seres humanos.

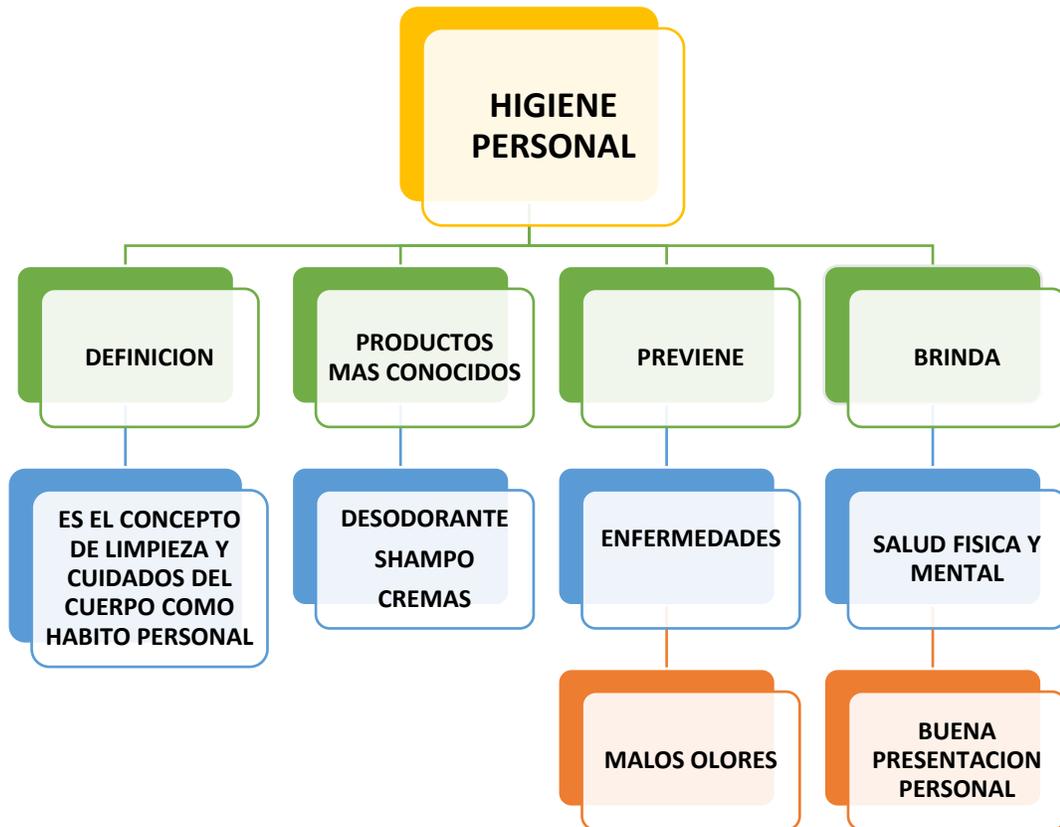
Actualmente podemos aclarar que existen hábitos de mala higiene, que pueden ser tanto personales, habituales en el medio ambiente y en la preparación de alimentos. Lo que nos aclara que la higiene en general es un aspecto y una necesidad para todo el mundo.

Es por ello que para esta época en la cual vivimos se encuentra rodeada de una gran variedad de productos para hombres, mujeres y bebés; con el fin de satisfacer las necesidades de limpieza y seguridad de las personas; existen productos para el cabello: champoo, cremas de peinar, tratamientos, gel, espumas, vitaminas. Para la piel: cremas hidratantes, bloqueadores solares, quita manchas, aceites, polvos, esencias, desodorantes, perfumes y muchos más. Para la boca: cremas dentales, productos de blanqueamiento, spray para el olor de la boca, hilo dental, cremas para los labios y enjuagues bucales.

Todos estos productos abarcan el cuidado de las personas sin embargo no hay una marca en nuestro país que sea específicamente para los deportistas en general.

Gracias a ello nace nuestra idea de negocio, siendo el mundo del deporte y de las personas que lo practican nuestro cliente esencial para la creación de una marca dedicada, saludable, detallada y única para ellos.

4.2 Marco Conceptual



4.3 Marco Temporal

El espacio en el que se ejerce la creación de nuestro proyecto es dentro de nuestra universidad Corporación Unificada Nacional de Educación Superior – CUN en la cual las partes teóricas y de investigación con la creación de una empresa se encuentran plasmadas en este proyecto es nuestro primer avance en teoría.

Para la parte tecnológica se implementará información sentando las bases de costos y organización de nuestra empresa, además de culminar la parte técnica de manera definitiva; mejorando en procesos que se implementaran con una investigación más descriptiva de la composición de nuestros productos, comprobando a su vez la viabilidad técnica.

Para la tercera opción de grado – profesional: los elementos que plasmaremos en esta última etapa van a ser el estudio económico y financiero, realizando así un análisis de los estados financieros con detalle. Culminando de esta manera nuestro proyecto para sustentar y con éxito lograr emprender como ciudadano colombiano y estudiante de la CUN nuestro proyecto.

4.4 Marco Espacial

El desarrollo del presente proyecto se lleva a cabo en las instalaciones de la corporación unificada nacional de educación superior donde se desarrollan varios proyectos, en esta etapa se busca investigar y analizar las necesidades de un cliente específico como son los deportistas para desarrollo de unas soluciones prontas de un bien o servicio. Este proceso de elaboración del proyecto se llevara a cabo entre los periodos de febrero del 2017 hasta Junio del 2019.

La idea de negocio de pondrá en práctica en la en el departamento de Cundinamarca específicamente en la ciudad de Bogotá, la ciudad más habitantes en Colombia con aproximadamente 8.000.000 hab. En tema económico es una de más mejores ciudades de desarrollo económico con un per capital 15.891 USD en el año del 2012. El escenario perfecto para albergar miles de deportistas en la ciudad.

5. METODOLOGÍA

5.1 Tipo de estudio

Hicimos un pequeño estudio basados en la información que no brindaron deportistas en diferentes disciplinas para investigar sus necesidades e inconformidades; para que nuestros productos o nuestra marca pueden brindar una solución. También realizamos un estudio investigativo dentro del mercado para confirmar que tipo de ofertas o productos existen actualmente en el mercado.

5.2 Método de estudio

Nuestro método de estudio se basa generalmente en analítico – sintético. Dado a que nuestro análisis se crea a partir de las diferentes disciplinas en deportes y sus inconvenientes en la higiene personal. Donde interactuamos con personas que realizan deportes como: ciclismo, futbol, vóleibol, natación y gimnastas; así obtuvimos sus principales inconformidades con la higiene personal desde su punto de vista y experiencia adquirida a través de sus deportes e investigando por medios de la redes sociales y la internet de la existencia de productos para deportistas de los cuales tan solo se puede concluir que hay un mínimo porcentaje de marcas o productos de aseo personal en el mercado colombiano que sean dirigidos a los deportistas .

Con esto unimos la información y creamos con el método sintético, una conclusión o determinación de la falta de una marca con productos de aseo personal que brinden limpieza y seguridad a nuestros deportistas colombianos.

5.3 Método de recolección de información

Realizamos varias entrevistas a deportistas en sus diferentes disciplinas en las cuales nos brindan información para realizar un análisis, para generar una investigación con otros medio de reclutamiento de información para verificar y concluir la investigación.

La información que recolectamos varía dependiendo la disciplina que practica el deportista, cada deportistas entrevistado tiene necesidades diferentes aunque hay algunas que tienen en común.

Datos obtenidos por la entrevista:

- Todos los deportistas que entrevistamos no tienen conocimiento de una marca exclusiva de productos para su higiene personal a nivel nacional.
- 4 de los 5 entrevistados tiene en común que el producto que más conocen para la higiene personal de deportistas es el desodorante y que se encuentra en el mercado. ejemplo: rexona
- Los otros productos aparte del desodorante que más le llamaron la atención a los entrevistados son: 2° Shampoo 3° Toallas húmedas 4° Jabones 5° Fragancias entre otros productos.
- Todos los entrevistados les gustó la idea de una marca exclusiva de diferentes productos para la higiene de los deportistas a nivel nacional.

5.4 Fuentes de información

Las fuentes de información recolectadas son tanto primarias como de fuentes secundarias.

Primarias

- Son las que obtuvimos de las entrevistas a 5 deportistas de ciclismo, natación, gimnasta y vóleibol.
- Investigación en el mercado, en busca de productos de aseo para deportistas en los principales supermercados de cadena.

Segundarios

- Páginas de Web de algunas marcas y productos de la higiene personal
- Archivos digitales de proyectos, ensayos y estadísticas de los deportistas

5.5 Población universo y muestra

Nuestro universo el deporte nuestra población son las personas que realizan deporte en la ciudad de Bogotá. En Bogotá aproximadamente el 35% de los deportistas realizan algún tipo de ejercicio o deporte. Entre la edad de los 15 años a los 50, entre hombre y mujeres, los cuales la mayoría de los deportista generan sudoración y otras suciedades corporales o ambientales generados por la disciplina que ejerza el deportista.

Recogimos una muestra que fueron entrevistamos a cinco deportista de diferentes disciplina como el ciclismo, gimnasta, natación y voleibol. Los cuales nos dieron unos datos de informaciones básicas para realizar el proyecto.

ESTRUCTURA - OPCIÓN DE GRADO I NIVEL TECNICO

1. ESTUDIO NATURALEZA DEL PROYECTO

1.1 Lluvia de ideas que puedan transformarse en un producto o servicio

Descripción del producto o servicio

Toallas húmedas: Son toalla húmeda para limpiar el sudor y la suciedad con el cuidado integral de la piel dándole una sensación fresca con aromas refrescantes.

Características:

- Uso de adsorbentes para el sudor
- Adsorbe, limpia, protegen y humecta la piel de residuos o impurezas generados.
- Su tamaño será el más grande alrededor de 32 cm x 25cm para cubrir grande superficies de la piel como son cara, cuello, espalda y pecho con una textura suave y gruesa.

Desodorantes: Un desodorantes antitranspirante, con fragancia y protección contra el sudor y la suciedad para una cesación fresca.

Características:

- En presentaciones aerosol, roll-on y stick

- Desodorante seco para no manchar la ropa con fragancia para que se sienta fresco durante momentos que se encuentras ejercitándote y después de realizar deporte.

Flagrancias: Lociones, perfumes o aceites con aromas muy agradables durante y después de ejercitación que contrasta con los malos olores corporales.

Características:

- En presentaciones aerosol

Jabón: Un jabón que se ajuste para limpieza en la piel ayudando a eliminar sudor, olores, suciedades y bacterias con olores a fresco ayudando a relajar el cuerpo de un día intenso de ejercicio.

Características:

- Jabones en barra y líquidos

Shampoo: Los atletas pueden estar expuestos a mucho estrés cloro, grasa, sal y sudor para ello necesita un shampoo suave y refrescante en la ducha para liberar la tensión que limpie las impurezas regenerando y nutriendo el cabello.

1.2 Justificación de la empresa

En la actualidad en mercado nacional no se encuentra una marca de higiene personal para los deportistas, se encuentran productos de higiene personal pero estos no cumple con todas las necesidades de los deportistas.

CLEAN ATHLECTIC es una marca de productos de aseo personal para deportistas.

Beneficios:

- ✓ Salud: La higiene personal es importante para salud se requiere un continuo aseo personal para evitar enfermedades o transmitirlas, para evitar esto se crean productos de aseo personal que ayuda a limpiar toda la impureza del cuerpo. La marca creara productos de aseo personal específicamente para deportistas que cumplas las necesidades de higiénicas que puedan generar a la hora de realizar deporte.
- ✓ Productos: La marca va crear varios productos específicos para diferentes necesidades de los deportistas como: Toallas Húmedas, Desodorantes, Fragancias, Jabones, Shampo entre otros.
- ✓ Seguridad y comodidad estos productos van estar diseñados para que los deportistas durante y después de su jornada de realizar el ejercicio se sientan seguros y cómodos de su higiene personal.
- ✓ Los productos van contar con tecnología mejorando su calidad de lo producto y adecuándolos a las necesidades de los deportistas para satisfacer las inconformidades de los clientes.

1.3 Nombre de la empresa

CLEAN ATLECTIC: inspirado en los mucho deportistas o atletas que necesitan estar limpio.

1.4 Tipo de empresa

Sector de la Actividad: Bienes de consumo

Tamaño: Pequeña

Propiedad Capital: Privada

Según el ámbito de actividad: Local

Según el destino de los beneficiarios: Con ámbito de lucro

Según la forma jurídica: Sociedad por acciones simplificadas

2. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

2.1 Misión de la empresa

Reconocer nuestra marca a todos los deportistas del país, atraerlos con innovación y tecnología con los mejores productos que se comercializan, ganando la confianza y empatía con nuestros clientes.

2.2 Visión de la empresa

Ser la marca reconocida y preferida por los deportistas a nivel nacional.

2.3 Objetivos de la empresa

Entrar al mercado creando diseños para un mejor reconocimiento de la marca, comprometiéndonos con esfuerzo entregar productos de calidad para satisfacción mutua.

2.4 Análisis de la industria

Dentro de la industria del deporte está creciendo mucho más rápido que otras industrias convirtiéndose en una de las industrias más poderosas de todo el mundo.

En Colombia no hay una marca de higiene personal para los deportistas, lo cual no hay una competencia industrial, pero hay competencia en algunos productos de higiene personal para

desodorantes, los más demandados como los desodorantes. Con principales competidores como son las marcas, AXE, Nivea, Rexona y Dove representan el 47% de ventas a nivel nacional que incluyen en sus productos líneas especiales para deportistas, pero hay otros productos que en la industria no tiene competencia como toallas húmedas, shampoo y jabones para deportistas.

Naturaliza de la industria:

Las empresas en la industria lo comprenden una amplia variedad de participantes en algunos productos, diferentes tamaño de la empresa. No existe ninguna empresa a nivel nacional que manufacture varios productos de higiene personal para los deportistas, solo cuentan con uno o dos productos.

Segmentación: Los productos que más competidos se encuentran son: desodorantes, fragancias y talcos para deportistas.

En Colombia se pueden encontrar varios proveedores de insumo para la creación de los productos hasta la distribución. Lo que no se encuentra la nivel nacional son máquinas y tecnología para realizar los productos, e consiguen internacionalmente como exportación.

2.5 DOFA

Debilidades:

- La marca tendría poco reconocimiento en el mercado.
- Escaso conocimiento en productos de aseo personal.

Oportunidades:

- La marca y sus productos tiene un amplio sector por explorar en mercado.

- Mercado amplio en deporte
- Eventos deportivos pueden catapultar marca a niveles nacionales.
- La marca promueve vida saludable.

Fortalezas:

- Innovación permitiente en diseño de los productos.
- Gran variedad de productos para diferentes necesidades.
- Los productos van estar diseñados para dar seguridad y comodidad.
- Su distribución abarca muchas tiendas, no solo grandes almacenes de cadena sino supermercados pequeños y tiendas independientes.

Amenazas:

- Competidores en algún los productos de la marca.
- Improvisos de decisiones políticas en materia económica.
- Posible entrada de nuevas marcas a competir.

2.6 Estructura organizacional

La estructura de la marca es lineo-funcional, dado que el organigrama por las características funcionales por la autoridad, división del trabajo y delegación. Se va a dividir en áreas de gerencia dirigido por un gerente general y supervisado por junta de directiva.

Este tipo de estructura le proporciona varias ventajas para la organización y sus integrantes. Algunas de las más importantes son las siguientes:

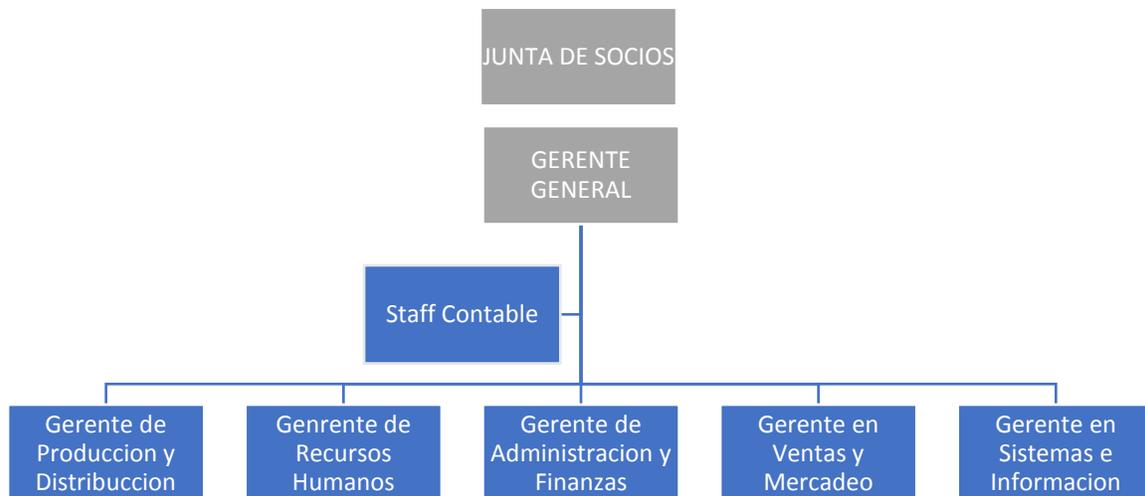
- Permite descubrir los errores más eficientemente.
- Es más sencillo imponer disciplina en todas las áreas.

- Favorece el control y la acción rápida ante los distintos imprevistos.
- La toma de decisiones se realiza sin dificultad y rápidamente.

Las desventajas son:

- Es rígida.
- La organización depende de personas claves, por lo que puede haber conflictos.

Organigrama:



2.7 Funciones y requisitos por puesto de trabajo

Junta de directiva de socios: Son los encargados de supervisar y dirigir la compañía apoyando al gerente general en toma de decisiones fundamentales y aportando nuevos socios o inversionistas a la compañía.

Requisito: Ser dueños o accionistas de la compañía

Gerente General: Es el encargado de dirigir la compañía por los objetivos y metas trazados por la junta directiva y responsable de las acciones que pase dentro de la compañía.

Requisitos: profesional en Ingeniería Industrial o Administración de empresas con experiencia mínima de dos años en cargos similares.

Gerente de área de Producción y Distribución: Es la persona encargado de gestionar el trabajo manufacturero tanto de la materia prima como de los trabajadores y la maquinaria. Debe asegurar que la producción sea lo más eficaz y eficiente cumpliendo los estándares de calidad y distribución a los clientes.

Requisitos: profesional en ingeniería industrial o administración de empresas con experiencias más de un años en cargos similares

Gerente de Administración y finanzas: Es el encargado de dirigir y supervisar el cumplimiento de las políticas de la empresa y los procesos administrativos y contables, garanticen la capacidad rentabilidad económica y financiera de la organización.

Requisitos: Profesional en administración de empresas, contabilidad o economía con experiencia en el cargo similares superior a un año.

Gerente de Recursos Humanos: Es el encargado de identificar y gestionar los recursos humanos de la compañía su bienestar como seleccionar el mejor personal para los cargos y manejo de nómina de la compañía

Requisitos: Profesional en administración de empresas, administración en recursos humanos y psicología con experiencia en el cargo superior a un año de experiencia.

Gerente de Ventas y Mercadeo: Es el encargado de aplicar estrategias e innovaciones comerciales para ser más competitivos e incrementar el porcentaje de ventas.

Requisitos: Profesional en mercadeo o publicidad con experiencia más de un año en el cargo.

Gerente de sistemas e información: Encargado de planear, diseñar y monitorear tecnología en la compañía como se seguridad informacional.

Requisitos: Profesional en ingeniería de sistemas, Ingeniería de telecomunicación o Ingeniería electrónica con más de un año de experiencia en cargos similares.

2.8 Administración de sueldos y salario

Aun no se asignado sueldos y salarios hasta que se haga un estudio contable detallado para asignarlos.

2.9 Impacto legal

A continuación se encontrara las normas establecidas por el INVIMA para la producción de productos de aseo higiene y limpieza de uso doméstico.

En el decreto 1545 de 1998

ARTÍCULO 6. Cumplimiento de las Normas de fabricación para los Productos de Aseo, Higiene y Limpieza de Uso Doméstico: Todos los establecimientos fabricantes de productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico deberán cumplir con las Normas de Fabricación para los Productos de Aseo, Higiene y Limpieza de Uso Doméstico que se adopten por parte del Ministerio de Salud.

ARTÍCULO 14. Clasificación de los productos. Para los efectos de este Decreto se considerarán productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico, los siguientes productos:

- a) Jabones y detergentes no cosméticos
- b) Productos lava loza
- c) Suavizantes y productos para prelavado y pre planchado de ropa
- d) Ambientadores
- e) Blanqueadores y des manchadores
- f) Desinfectantes de uso doméstico
- g) Limpiadores
- h) Productos absorbentes de higiene personal (toallas higiénicas, pañales desechables, tampones, protectores, protectores para la lactancia, pañitos húmedos, etc.)
- i) Los demás productos que el Ministerio de Salud determine

PARÁGRAFO: Las materias primas o productos químicos que lleven en su etiqueta instrucciones de uso como productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico, requieren Registro Sanitario y se clasificarán de acuerdo a la función indicada en la etiqueta.

ARTÍCULO 15. Modalidades de registro sanitario: El Registro sanitario tendrá las siguientes modalidades:

- a) Fabricar y vender.
- b) Fabricar, importar y vender.

- c) Importar y vender.
- d) Importar, envasar y vender.
- e) Envasar y/o empacar.
- f) Importar, semielaborar y vender.
- g) Fabricar y exportar

ARTÍCULO 26.Textos de los envases y empaques: En el texto de los envases y empaques de los productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico, deberá figurar con caracteres indelebles, fácilmente legibles y visibles, las siguientes menciones:

- a) Nombre del producto.
- b) Nombre o razón social del fabricante y del responsable de la comercialización del producto en Colombia. Podrán utilizarse abreviaturas siempre y cuando pueda identificarse fácilmente la empresa. Deberá indicarse la ciudad y el país de origen.
- c) Contenido nominal en peso o en volumen.
- d) Número de lote o la referencia que permita la identificación de la fabricación.
- e) Composición básica.
- f) Instrucciones de uso, precauciones y advertencias que sean necesarias, de acuerdo con la categoría del producto.
- g) Número del registro sanitario.

DE LAS NORMAS DE FABRICACIÓN PARA LOS PRODUCTOS DE ASEO, HIGIENE Y LIMPIEZA DE USO DOMESTICO

ARTÍCULO 6. Cumplimiento de las Normas de fabricación para los Productos de Aseo, Higiene y Limpieza de Uso Doméstico: Todos los establecimientos fabricantes de productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico deberán cumplir con las Normas de Fabricación para los Productos de Aseo, Higiene y Limpieza de Uso Doméstico que se adopten por parte del Ministerio de Salud.

ARTÍCULO 7. Plan de implementación gradual: Los establecimientos fabricantes de productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico que a la fecha de la vigencia del presente decreto, no estén cumpliendo con las Normas de Fabricación para los productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico, deberán presentar dentro de los seis (6) meses siguientes ante el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, INVIMA, un plan de implementación gradual de desarrollo y aplicación de las mismas.

En el caso de que las Normas de Fabricación para productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico no hayan sido certificadas, dentro del mismo plazo anterior, se deberá adelantar el trámite indispensable para obtener dicha certificación, mediante solicitud presentada ante el

INVIMA .El Instituto, previa justificación técnica, legalmente sustentada, definirá el plazo dentro del cual se cumplirá el plan, que no podrá exceder de cinco (5) años, contados a partir de la vigencia del presente Decreto. (Inciso Derogado por el Decreto 2198 del 5 de agosto de 2003)Dicho plan deberá establecer el cronograma en el cual se señalarán las fechas límites anuales de cumplimiento, cuya inobservancia será sancionada administrativamente por el INVIMA, en los términos de Ley.

PARÁGRAFO PRIMERO: El Ministerio de Salud establecerá las prioridades de adecuación y determinará aquellas situaciones críticas en las que el INVIMA no podrá conceder plazo alguno para la implementación gradual de las Normas de Fabricación para productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Vencido el plazo señalado para el desarrollo del plan de implementación gradual, los establecimientos que no cumplan con las Normas de Fabricación Vigentes, serán objeto de las medidas sanitarias de seguridad y de las sanciones contempladas en la Ley.

ARTÍCULO 8. Certificado de capacidad de producción (CCP): Mientras el establecimiento fabricante de productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico concluye la implementación gradual de las Normas de Fabricación, el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, INVIMA, le expedirá un Certificado de Capacidad de Producción (CCP).

ARTÍCULO 9. Trámite para obtención del certificado de cumplimiento de las Normas de Fabricación. El trámite de la solicitud presentada por los laboratorios y establecimientos fabricantes para obtener el certificado de cumplimiento de las Normas de Fabricación para productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico será el siguiente:

- a) El laboratorio o establecimiento fabricante diligenciará previamente a la solicitud de la visita, la guía de inspección con lo cual se definirá, si es procedente o no la práctica de la visita de inspección.
- b) Presentada la solicitud ante el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, INVIMA, para la expedición del certificado de cumplimiento, y determinada la

procedencia de la visita de inspección, esta se efectuará a las instalaciones del establecimiento con el fin de verificar el cumplimiento de las Normas de Fabricación para productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico vigentes.

c) Si del resultado de la visita se concluye que el establecimiento no cumple con las Normas de Fabricación Vigentes, el interesado deberá dar cumplimiento a las acciones recomendadas por el INVIMA. Cuando a juicio de dicha autoridad se encuentren satisfechas tales recomendaciones, el interesado deberá presentar una nueva solicitud del certificado, en cuyo caso se cumplirá el trámite señalado en el literal b) del presente artículo.

d) Una vez se cumpla lo dispuesto en los literales anteriores, el INVIMA, expedirá el certificado de cumplimiento de las Normas de Fabricación para productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico, de conformidad con lo establecido en el Código Contencioso Administrativo.

e) En el caso de los laboratorios o establecimientos fabricantes nuevos, que no hayan iniciado labores y soliciten certificado de cumplimiento de las Normas de Fabricación vigentes, el INVIMA, lo expedirá previa verificación del cumplimiento de los requisitos previstos en el presente Decreto. Si el laboratorio o establecimiento fabricante nuevo no cumpliera los requisitos para la obtención del certificado de cumplimiento de las Normas de Fabricación, podrá solicitar el certificado de capacidad de producción con sujeción a los mandatos establecidos en el presente Decreto. El INVIMA, en el certificado de capacidad que expida, hará constar que la infraestructura y los equipos se ajustan a los requerimientos técnicos y locativos indispensables para la iniciación de la fabricación.

PARÁGRAFO: El INVIMA tramitará la solicitud del certificado en estricto orden de radicación y de conformidad con lo dispuesto en el Código Contencioso Administrativo (Decreto 01 de 1984) respecto de las peticiones en interés particular.

ARTÍCULO 10. Vigencia del certificado de cumplimiento de las Normas de Fabricación El certificado de cumplimiento de las Normas de Fabricación tendrá una vigencia de cinco (5) años, contados a partir de la fecha de su expedición. Dicho certificado podrá renovarse por un período igual al de su vigencia inicial, para lo cual se surtirá el procedimiento señalado para las solicitudes nuevas.

ARTÍCULO 11. Visitas de Inspección: El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, INVIMA, realizará por lo menos anualmente o cuando lo estime conveniente, una visita a los laboratorios o establecimientos fabricantes de productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico, con el fin de verificar el cumplimiento de las Normas de fabricación Vigentes. De la visita efectuada, se levantará un acta, copia de la cual será entregada al representante legal del establecimiento o laboratorio visitado.

El INVIMA, podrá realizar las visitas directamente o a través de entidades acreditadas para tal efecto.

ARTÍCULO 12. Medidas sanitarias: Si en el ejercicio de las facultades de inspección, vigilancia y control, el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, INVIMA, comprueba que el establecimiento o laboratorio no cumple con las condiciones técnicas y sanitarias que sustentaron la expedición del certificado de cumplimiento de las Normas de Fabricación o del Certificado de Capacidad de Producción, según fuere el caso,

procederá a aplicar las medidas sanitarias de seguridad, sin perjuicio de las sanciones a que haya lugar.

2.10 Mercado Objetivo

Nuestro mercado va dirigido a un cliente potencial con las siguientes características:

- Deportistas
- Que vivan en la ciudad de Bogotá.
- De Edad entre los 15 y 50 año de edad.
- Nivel Socioeconómico Medio y Alto
- Hombres y Mujeres

Segmentación:

Personas que realicen deporte continuamente, que se esfuercen el deporte que tenga cierto sentido de la importancia de cuidado personal y estilo de vida sana y saludable.

6. CONCLUSIONES

El proyecto de grado se encamina a ser un plan de negocio, como resultado de la investigación y el estudio de mercado se puede concluir que existe la viabilidad que se un proyecto sea rentable y sostenible. Los resultados demuestran que los deportistas tienen unas necesidades claras sobre su higiene personal, donde aún no hay una marca con productos específicos para la higiene personal de los deportistas y sus diferentes disciplinas, este mercado puede ser explotado lo que generaría una rentabilidad.

Podemos concluir con que el aseo personal es uno de los aspectos más importantes para los seres humanos por ello el mundo abarca diferentes marcas multinacionales, con gran variedad

de productos para el cuidado de la piel, por eso nos permite crear una marca de productos de higiene personal específicamente dirigida a los deportistas.

El proyecto aún tiene que explorar diferentes factores para generar y desarrollar un plan de negocios sólidos, y así buscar financiación o inversiones y hacer que la empresa sea real. En el transcurso de la diferentes etapas que lleva el proceso se buscara que la idea de negocio de lo más solidad posible.

7. RECOMENDACIONES

Como recomendación para la ejecución y el éxito de este proyecto que hemos desarrollado y plasmado en este documento, es necesario creer en nuestro trabajo, en la innovación de una marca dedicada específicamente a cuidar el aseo personal de nuestros deportistas en general, de aquellas personas que el ejerció es parte de sus rutinas diarias y ofrecerles calidad, un buen servicio, productos agradables, buenos y prácticos.

Una buena inversión, innovación y manejo administrativo de los recursos, son el eje de nuestra idea de negocio apoyar este proyecto o idea de negocio.

8. BIBLIOGRAFÍAS

(Culturas, 2009, pág. 20)

(Oliveros, 2015)

(ELTIEMPO, 2001)

(Sanitas, 2015)

9. Anexos



ENTREVISTAS.docx

