

Trabajo: Tienda “Chocolatte”

Estilo y tendencia.

Universidad Nacional de Rio Negro.

Tec. Univ. En Gestion y Adm.de Pymes

Practica Profesional Supervisada.

Proesora: Maria Garay.

Alumna: Carotti Mayra.

INDICE

| | |
|---|----|
| <i>Introducción</i> | 2 |
| <i>Historia de la Empresa</i> | 3 |
| <i>Datos de la Empresa</i> | 4 |
| <i>Entrevista</i> | 5 |
| <i>Descripción de las distintas Áreas dentro de la organización</i> | |
| <i>Marketing</i> | 6 |
| <i>Legal</i> | 8 |
| <i>Contable</i> | 9 |
| <i>Área Administrativa</i> | 10 |
| • <i>Organigrama de la empresa</i> | 11 |
| • <i>Entorno</i> | 12 |
| • <i>Ventas e inventarios</i> | 15 |
| • <i>Responsabilidad social</i> | 16 |
| • <i>Chocolatte, estilo y tendencia como pyme</i> | 16 |
| • <i>Planeamiento</i> | 17 |
| • <i>Análisis F.O.D.A.</i> | 18 |
| • <i>Logística de la empresa</i> | 19 |
| • <i>Tecnología</i> | 19 |
| <i>Conclusión</i> | 20 |

Introducción

En el presente informe se evaluará y describirá el desarrollo, funcionamiento y crecimiento de *chocolate estilo y tendencia*, una pyme de la localidad que ha crecido de manera muy favorable en los últimos tiempos.

Se hará un análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (F.O.D.A.), del entorno y dentro de la misma empresa; utilizando e incorporando conocimientos adquiridos en la Tecnicatura Universitaria en Gestión y Administración de Pymes, además de fuentes externas. Con el fin de poder ayudar y brindar los conocimientos adquiridos para detectar las falencias de la empresa y poder, si así lo permiten, corregirlas e implementar la ayuda brindada por mi parte.

Historia de la empresa

Chocolatte estilo y tendencia es una pyme de Rio Colorado (R.N), que fue fundada por Melo Silvina, Melo Caterine y Cerda Andrea en Diciembre de 2008, en un marco de necesidad de auto emplearse, y con el objetivo de poder obtener un desarrollo personal y laboral. En Diciembre de 2015 se disolvió la sociedad, quedando Silvina Melo como única propietaria monotributista.

En sus inicios chocolate, estilo y tendencia se financió por medio de préstamos personales brindados por parte de familiares de la propietaria.

Es una empresa pyme, privada y con fines de lucro. Su objetivo está orientado a la supervivencia.

Inicialmente se instaló con el objetivo de comercializar ropa interior. Pero el resultado y la respuesta positiva de la gente hicieron que se ampliara a vender ropa para dama, niños y caballeros. Esto hizo que se hiciera necesario construir un local más amplio, que gracias a las ganancias obtenidas en la actividad lo pudieron llevar a cabo.

Actualmente, después de 8 años, CHOCOLATTE, ESTILO Y TENDENCIA se ha dado un lugar dentro de la población de Rio Colorado siendo una de las Pymes más nombrada y conocida.



Imagen externa del local.



Imagen interna del local.

Datos de la Empresa

Nombre de la empresa: Chocolatte, Estilo y Tendencia.

Empresaria: Melo, Silvina.

Teléfono: 2920-15-531498

Ubicación: Paula Albarracín 380. Barrio: Villa Mitre.

Localidad: Rio Colorado.

Departamento: Pichi Mahuida.

Provincia: Rio Negro.

Persona: Unipersonal.

CUIT: 27-29251012-3.

Actividad: Venta de cosas muebles.

Entrevista

¿Qué te llevo a abrir una tienda?

- Lo que me llevo fue la necesidad de poder tener algo mío para poder mantenerme sola, para poder independizarme. Era algo que me gustaba.

¿Cómo comenzaste?

- Empecé utilizando una habitación de la casa de mis padres, como local. Vendiendo ropa interior y de a poco fui trayendo ropa de todo tipo.

Tipo de clientes al que se enfoca:

- Mujeres, hombres, niños y bebés.

¿Qué objetivos tenías al principio del proyecto?

- Abrir mi local, tener mi espacio propio.

¿Mayores dificultades?

- Al principio fue la plata, para poder avanzar, hoy mi mayor dificultad es la ubicación al no estar en la zona céntrica de la ciudad, eso me limita en cuanto a que la gente conozca mi local.

¿Mayores logros?

- Haber podido construir mi local propio con el fruto de las ventas de la tienda.

¿Estrategias de Marketing, publicidad?

- Mi mayor publicidad es el que se hace de boca a boca, apunto mucho a eso que hasta ahora es lo que más me ha ayudado a que la otra gente conozca la tienda, además utilizo las redes sociales (Facebook, whatsapp) para mostrar lo que hay en el local y las novedades. También pago por publicidad en la radio 105.5, no utilizo los demás medios de comunicación por el alto costo que tienen.

¿Hay mucha competencia en este rubro?

- Mucha, en su mayoría las tiendas con bajos precios. Yo me enfoco a vender buena calidad y esto requiere un costo más alto.

Nombrar aspectos donde creas que superas a tus competidores:

1. Calidad
2. Buena atención, buen trato
3. Tiempo, y predisposición para con el cliente y el local
4. Variedad de producto
5. Indumentaria para toda la familia

Nombrar aspectos donde creas que la competencia te supera:

1. Publicidad, difusión
2. Ubicación
3. Horarios de atención
4. Precios

Área de Marketing

En cuanto al Marketing, la empresa se ha enfocado a un segmento de mercado donde los consumidores poseen necesidades y deseos similares, es un mercado amplio y atraen a muchos competidores. Se tiene en cuenta para la segmentación del mercado las características demográficas (edad, sexo, ingreso), y psicológicas (estilos de vida y diferentes deseos).

Las estrategias que se utilizan son orientadas a los clientes, se busca llamar la atención de los mismos, fomentando las ofertas, dándole formas de pagos flexibles y manteniendo una relación fluida y de confianza con ellos. Persiguiendo sus necesidades y deseos, sin perder la orientación de la competencia.

Al ser la indumentaria un producto de necesidad y la vez de deseo, se intenta darle un VALOR a la misma, se enfoca especialmente a motivar y cautivar la atención de las mujeres de familia, ya que estas son las que se encargan de las compras tanto para ellas como para el resto de los miembros de la familia.

En chocolate, se busca satisfacer las necesidades de los clientes, teniendo en cuenta su opinión sobre la indumentaria y el local. Además se implementa el marketing responsable, haciéndose responsable de lo que se vende realizando un servicio de post venta, dándole una respuesta a los clientes cuando surgen problemas en las prendas, se hace devolución del dinero, o se arregla el producto dependiendo del caso.

Esta área también es desarrollada por la misma propietaria, quien implemento la modalidad de publicidad en las redes sociales, por medio de Facebook, donde la misma propietaria creó una página del local mostrando las novedades del momento. Y por medio de WhatsApp, manteniendo comunicación constante con las clientas sobre novedades, precios, etc. implementando el Marketing proactivo.

También utiliza los medios de comunicación como radio para publicitar el local, pagando una cuota mensual. No utiliza otras vías de publicidad debido al alto costo que tienen las propagandas en televisión por ejemplo.

Implementa la comunicación vía mail y telefónica para mantener contacto con proveedores de novedades, encargues, precios y demás.

En ocasiones especiales la empresa participa en desfiles o fiestas que organizan otras instituciones. Con esto promociona el local y los productos que ofrece. Un ejemplo de esto es la participación en las fiestas Aniversario del pueblo donde viste a alguna participante a reina, dándole vestimenta para promocionar las prendas del local y el nombre del mismo. Además colabora en fiestas como La Feria de las Naciones y fiestas de la primavera, donde le dan un espacio publicitario a cambio de una cuota económica.

En cuanto los logos del local y las publicidades por Facebook se contratan especialistas en el tema, como imprentas y personas que tienen conocimientos informáticos. Estas diseñan las imágenes para colocar dentro y fuera del local y las que son publicitadas en la página de Facebook.



Área Legal

Chocolate, estilo y tendencia comenzó como una sociedad de hecho a cargo de Melo Silvina, Melo Caterine y Cerda Andrea. Donde Silvina Melo era la Directora-Gerente, quien lleva a cabo la dirección, control, organización y planificación de la empresa. Caterine Melo en un principio se encargaba del manejo de inventarios, atención al público y administración de la caja, actualmente se encuentra fuera de la empresa por razones personales. Por otro lado Andrea Cerda se limitaba a la atención al público y manejo de inventarios.

En Diciembre de 2015 se disolvió la sociedad por motivos ajenos a la empresa, Melo Caterine se dedicó a su casa, mientras Cerda Andrea se recibió de docente de educación primaria y se dedicó a ejercer su título. Quedando así Silvina Melo como única propietaria monotributista.

Todos los meses se pagan impuestos Nacionales como monotributo y Provinciales como ingresos brutos de acuerdo a los ingresos que posea la empresa.

Cuenta con dos empleadas en blanco, cumpliendo con las normas de derecho de trabajo y la ley N°20744 de contrato de trabajo. Ambas partes, tanto empleadas como empleadora cumplen con lo pactado en el contrato laboral, se respetan los derechos de las partes y se cumplen con los deberes y obligaciones que éstas tienen. Mantienen un vínculo familiar, lo cual hace que haya confianza mutua y una relación no formal.

Área Contable

La contabilidad de la empresa está en manos de una contadora profesional, la cual mantiene una relación fluida y de confianza con Silvina, propietaria del local. La misma la asesora sobre los ingresos y egresos de la empresa, para mantener valores de acuerdo al crecimiento, para no pagar excesos de impuestos. Informa sobre las normas tributarias vigentes y las nuevas, para que la empresa cumpla con las leyes del Estado y los tributos correspondientes.

Área Administrativa

En esta área el local cuenta con la administración, de Melo Silvina propietaria de la empresa. Es ella quien se encarga de la planificación, organización, dirección y control de la empresa. Se encarga de hacer los pedidos, financiarlos, controlar que este todo en orden e informa las directivas y decisiones a las empleadas. Cumpliendo así los roles interpersonales, informativos y decisionales de Henry Mintzberg. Motiva a sus empleadas, se encarga de las estrategias, desempeña la función de planificación global y puesta en marcha de los mecanismos de la empresa en su totalidad. Silvina es la encargada de tratar de mantener el equilibrio de la empresa y el entorno. Todo esto lo hace en base a la experiencia adquirida en los años de llevar a cabo la actividad, apelando a los instintos, conocimiento de sus clientes y consultando a fuentes externas como internet para especializarse.

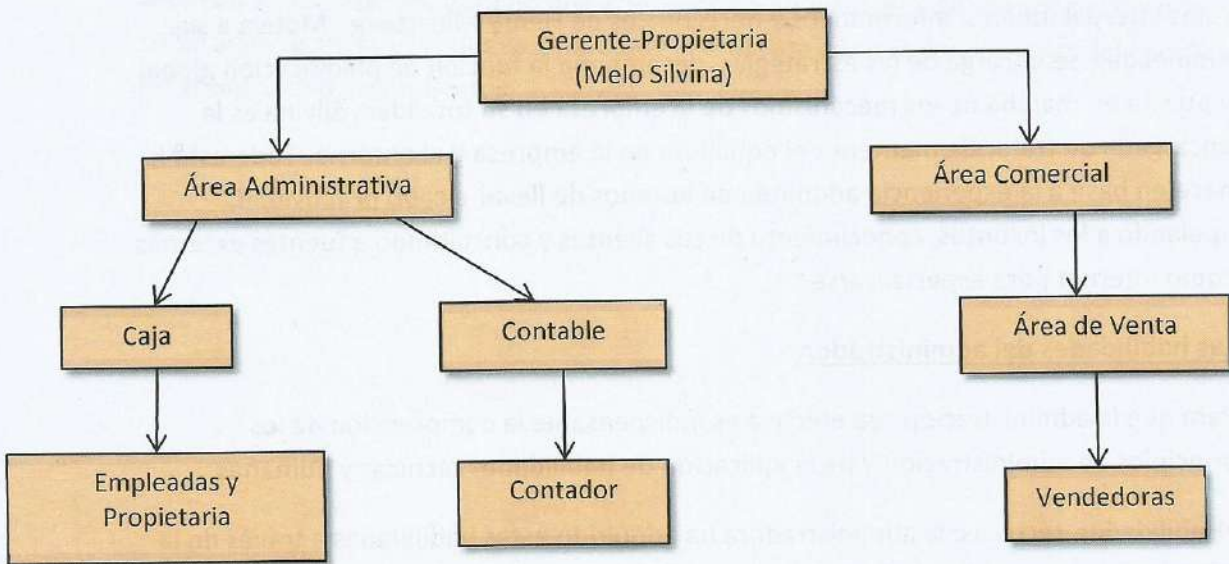
Las habilidades del administrador:

Para que la administración sea efectiva es indispensable la comprensión de los principios de administración y de la aplicación de habilidades técnicas y humanas.

- Habilidades técnicas: la administradora ha adquirido estas habilidades a través de la experiencia, no así del estudio y la comprensión de las mismas.
- Habilidades humanas: este punto es uno de los más característicos, ya que su personalidad denota seguridad, carisma, responsabilidad, decisión, lo cual otorga confianza en su entorno dentro y fuera de la empresa.

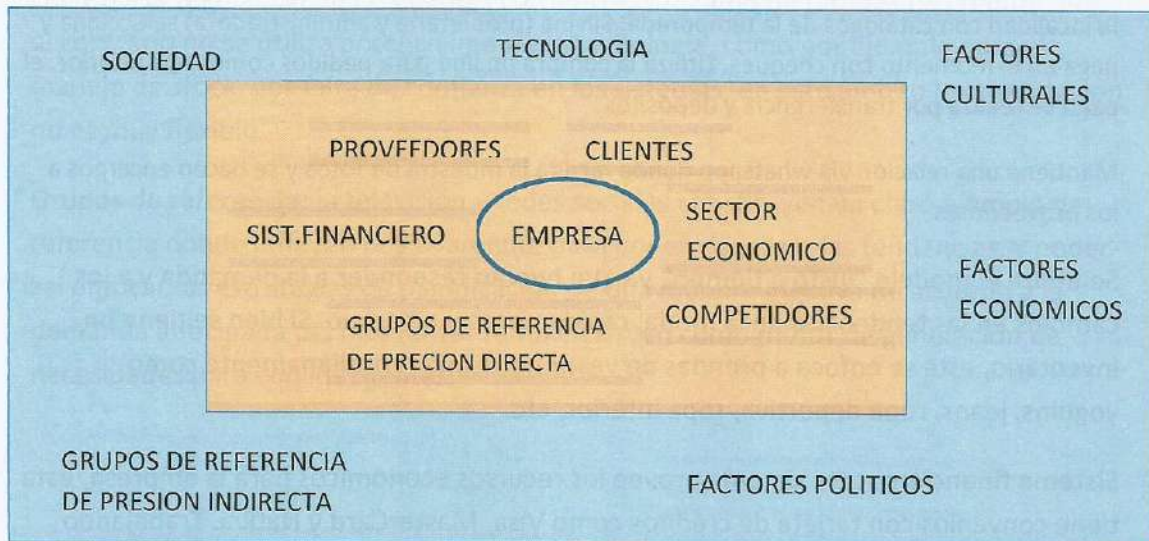
Silvina Melo, propietaria y administradora de Chocolate, no posee estudios sobre su actividad actual, adquirió conocimientos trabajando en negocios familiares que la ayudaron a ver el manejo interno de un negocio detectando las falencias y fortalezas de los negocios, para poder implementar y volcar todo lo percibido en su paso por estos lugares hacia su actual empresa. El crecimiento mantenido en los 8 años del local le ha permitido a Silvina adquirir conocimientos a través de la experiencia.

Organigrama de la Empresa



Entorno

En el entorno de la empresa se puede identificar un *entorno placido al azar y dinámico*, ya que es estable, predecible y simple, los cambios al azar son impredecibles ya que la moda está en constante cambio y hay que adaptarse de una manera flexible. Hay un número pequeño de factores y componentes del entorno, siendo similares entre si y muy cambiantes.



Componentes que actúan directamente sobre la organización.



Componentes que actúan indirectamente sobre la organización.

Componentes directos

Sector económico: este sector es muy importante, ya que la administradora evalúa y analiza constantemente el mercado del sector para poder tomar las decisiones de cambios dentro de la empresa, para poder obtener una ventaja competitiva y hacer frente a sus competidores.

Los clientes: son el principal componente de la empresa ya que ellos determinan la demanda de indumentaria. Desde la tienda se busca mantener una relación fluida y constante con ellos, dándole lugar a consultas, pedidos específicos y recomendaciones. "El cliente siempre tiene la razón" es uno de los lemas de la tienda Chocolate.

Competidores: al ser un mercado oligopólico, se tiene mucha competencia en el rubro. Desde la empresa se busca obtener una ventaja competitiva basada en la calidad y precio del producto vendido y la atención e importancia que se le brinda a cada cliente.

Proveedores: estos son elegidos por la propietaria quien enfoca su atención en la calidad de la indumentaria que estos le proveen, en la rapidez en que son capaces de responder a los pedidos y en los precios. A si mismo tiene en cuenta las facilidades de pago que estos le ofrezcan. Se compra indumentaria por medio de viajantes que pasan por la localidad con catálogos de la temporada, Silvina (propietaria y administradora) selecciona y paga en el momento con cheques. Utiliza la compra on line para pedidos como ropa interior, el pago se realiza por transferencia y depósitos.

Mantiene una relación vía whatsapp donde facilita la muestra de fotos y se hacen encargos a los proveedores.

Se utiliza el modelo "justo a tiempo" ya que buscan responder a la demanda y a los cambios en las tendencias de la moda, rápidamente y a tiempo. Si bien se tiene un inventario, este se enfoca a prendas de vestir necesarias cotidianamente como yoguins, jeans, ropa deportiva, ropa interior, etc.

Sistema financiero: este sistema provee los recursos económicos para la empresa, esta tiene convenios con tarjeta de créditos como Visa, MasterCard y Nativa. Trabajando con los bancos dela localidad, Banco Patagonia, Nación y Credicoop, estos sirven como puente en las transacciones con los proveedores y clientes. Se intenta aprovechar las promociones en cuotas sin interés para facilitar el pago de indumentaria. Además la administradora del ocal, utiliza los cheques como mecanismo de cambio para no mantener cantidades importantes en dinero líquido, por una cuestión de seguridad.

En cuanto a créditos la propietaria solo ha solicitado un préstamo en una ocasión, para poder comprar jeans de una marca con altos costos. No utiliza los créditos como un medio habitual debido a las altas tasas de interés que tienen estos.

Componentes indirectos

Factores económicos: factores como la inflación alta que hay en nuestro país, el alto costo de la mano de obra, regulación gubernamental creciente, cambios fluctuantes, altos costos de la mercadería, nuevos y constantes competidores, son una barrera alta a la hora de llevar adelante la empresa. Se intenta, desde la dirección, mantener controlados todos estos factores, analizarlos y poder hacerle frente a los cambios constantes en el ámbito macroeconómico.

Factores políticos: estos, influyen en el local a la hora de pagar los impuestos, en los últimos tiempos los controles y regulaciones por parte del gobierno se han vuelto más estrictos y tienen un costo alto para las pymes en general , condicionando las

estrategias y la toma de decisiones, en cuanto al precio de la indumentaria por ejemplo.

Factores culturales: en esta localidad generalmente se observan actitudes, intereses y preocupaciones en común. En *Chocolatte, estilo y tendencia* se busca estratégicamente ganarse la fidelidad y confianza del cliente, consultándole lo que quiere, dándole condicional indumentaria, facilidades de pago y una excelente atención.

Tecnología: el avance tecnológico en los últimos tiempos ha ayudado al local en cuanto a la regulación de las cuentas corrientes, y manejo de tarjetas de crédito. Por el contrario no se utiliza potencialmente la tecnología, como por ejemplo para el manejo de stock, por falta de confianza en los sistemas, en este ámbito la organización no es muy flexible.

Grupos de referencia: la televisión y redes sociales constituyen un claro ejemplo de referencia donde influyen positivamente para poder visualizar las tendencias, y poder así enfocar las estrategias de planificación de una manera efectiva de acuerdo a la demanda anticipada del momento. También sirven como motor de generación de necesidades para con los clientes.

Ventas e Inventarios

En las ventas se aplica medianamente el modelo "justo a tiempo" ya que buscan responder a la demanda y a los cambios en las tendencias de la moda, rápidamente y a tiempo. Si bien se tiene un inventario, este se enfoca a prendas de vestir necesarias cotidianamente como yoguins, jeans, ropa deportiva, ropa interior, etc.

Se tienen grandes volúmenes de venta en fechas especiales como días del padre, día de la madre, día del niño, etc. En estaciones como en verano, se vende mucho y el precio de la indumentaria es menor en proporción al invierno, donde la ropa tiene un precio mayor.

Con el exceso de inventarios y cambio de temporadas, se lleva a cabo una feria donde se venden las prendas de vestir a un costo mucho menor, así se reducen inventarios y se invita a conocer mejor el local y las demás prendas. Se ofrecen indumentaria de la misma temporada, es un día no laboral como feriados y domingos, con una duración de tres horas, con la atención de las mismas empleadas y propietarias.

Gracias a que este tipo de ferias han tenido una respuesta muy positiva, ha permitido que se hagan en todos los cambios de temporada y se siguen utilizando, con un beneficio tanto para el local como para los clientes.



Publicidad e Imagen de la última feria realizada en Febrero de 2016.

Responsabilidad social

En cuanto a la responsabilidad social, la empresa posee una escala de valores donde la responsabilidad, honestidad, y el buen trato y atención para con los clientes, son los principales pilares. Desde *Chocolate estilo y tendencia* se tiene una política implícita, no formal, basada en lo que el cliente, como miembro de la sociedad, necesita. Se busca obtener beneficios tanto como para la empresa, como para los clientes en la misma medida, se manejan criterios de igualdad a la hora de obtener beneficios.

La empresa colabora con organizaciones como LALCEC, donándoles una cuota mensual, además siempre que se presenta la oportunidad hace donaciones varias, como donar dinero o alimentos no perecederos a quien lo necesita, y en campañas de ayuda.

A sí mismo la propietaria participa ocasionalmente y forma parte de la Cámara de Comercio local, donde se intenta obtener beneficios tanto para el como para la empresa como para las empleadas y clientes.

Chocolate, estilo y tendencia como PYME

Características funcionales:

- ❖ Empresario- Gerente con poca especialización en administración.
- ❖ Estrecha relación o casi personal entre empresario, proveedores y clientes.
- ❖ Por influencia de la personalidad de la propietaria configuran características que no hacen practicable modelos estandarizados de consultorías.
- ❖ La familia es directamente el órgano de la empresa.
- ❖ Dirección independiente.

Consecuencias de las características anteriores:

- Falta de visión global del negocio que no permite definir una estrategia de crecimiento.
- inadecuados sistemas de información o mal uso de la informática
- Falta de sistemas de costos
- Ausencia de mecanismos para medir la eficiencia comercial
- Gestión orientada a la supervivencia
- Imposibilidad de incorporar tecnología avanzada

Planeamiento

El planeamiento en la empresa se basa en la toma de decisiones cuando surgen los inconvenientes, no hay un planeamiento definido. La misma propietaria es quien analiza el entorno, sin asesoramiento de fuentes externas. Se tiene una mirada a corto plazo, no hay intenciones de seguir creciendo pero si de desarrollarse con mejor eficiencia en la actividad.

La empresa tiene objetivos económicos y estratégicos, para poder subsistir y poder cumplir con los objetivos personales de los miembros de la misma. Se busca aumentar la rentabilidad, poder darse un lugar importante en el mercado local, poder minimizar costos, satisfacer las necesidades de los clientes y promover el comportamiento ético.

| | | |
|-------------------------|---|---|
| Análisis Interno | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
| | <ul style="list-style-type: none">• Buena calidad.• Tiempo en el rubro (antigüedad).• Local con mucho espacio.• Empleadas con relación de parentesco• Relación de confianza con los clientes• Facilidades de pago (cta corriente, tarjetas v condicional). | <ul style="list-style-type: none">• Precios• Ubicación del lugar• Poca publicidad• Escaso manejo de situaciones tensas• Escasa tecnología |
| Análisis Externo | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| | <ul style="list-style-type: none">• Clientes fieles• Abrirse a nuevos mercados• Implementar nuevos sistemas, tecnologías. | <ul style="list-style-type: none">• Competencia• Virus en el software• Crisis global (subas de precios) |

Este análisis fue elaborado con la ayuda de la propietaria del local.

En base a las debilidades y amenazas no hay una clara y definida estrategia para hacerles frente, solo se intenta mantener una ventaja competitiva en cuanto a calidad del producto y atención brindada al cliente.

Y en cuanto a las fortalezas y oportunidades, estas son producto de la trayectoria del local en los últimos años, se trata siempre de crecer y potenciar las fortalezas buscando oportunidades nuevas para mejorar como empresa.

Logística de la empresa

En el ámbito logístico en un principio, cuando las condiciones eran favorables Silvina viajaba a otras provincias como Mendoza o Buenos Aires y era ella misma quien se encargaba de la logística de la empresa. Por motivos de tiempo y por razones personales, se optó por terciarizar el área logística.

Actualmente la empresa utiliza transporte ajeno a la misma, hace pedidos a la provincia de BsAs y contrata el servicio de Transporte Cruz del Sur para que se encargue del traslado de la mercadería, cuando se hacen pedidos por internet o telefónicamente. Y utiliza los transportes de las mismas marcas a las cuales les hace pedidos por medio de viajantes.

Tecnología

La tienda utiliza un sistema de control en PC donde se manejan las cuentas corrientes de los clientes, además de un control manual por si el sistema falla. No se tiene mucha confianza y conocimientos en los sistemas informáticos, no utilizan programas de control como Excel, ni códigos de barra. Esta es una de las debilidades de la empresa, ya que la tecnología reduce costos y tiempos de control.

Conclusión

Al haber podido analizar y observar a la empresa local "Chocolatte, estilo y tendencia", puedo decir que es una pyme en desarrollo, con muchas posibilidades de crecimiento. Es una empresa que no busca obtener nuevos procesos de negocio, solo se busca tener un crecimiento reducido y enfocado a obtener mayores ganancias.

Es muy destacable la tarea de la propietaria, Melo Silvina, quien sin tener estudios en ningún tipo de área, lleva adelante su negocio hace ya 8 Años, obteniendo un desarrollo importante tanto laboral como personal.

Chocolatte es una pyme muy reconocida gracias a su enfoque de mercado orientado hacia el cliente y por la calidad del producto que ofrece.

Analizando las falencias de la empresa pude detectar que no posee estrategias de planeación y control, esto no permite conocer el rumbo de la organización, además los recursos y las energías se utilizan para resolver situaciones imprevistas y se trabaja siempre en el corto plazo.

La planificación le permitiría a la empresa estar más segura frente a la incertidumbre, y fijar y alcanzar sus objetivos.

La utilización de sistemas de información y de control le permitiría a la empresa reducir tiempos y esfuerzos, como por ejemplo utilizando códigos de barra y un sistema para el stock. Perder el miedo al cambio tecnológico, y hacer uso de la tecnología es un reto que debe afrontar la empresa para un mayor crecimiento y desarrollo.

Mantener una estructura formal donde estén las tareas bien definidas, estructura planeada y límites definidos, le permitiría obtener una administración más eficiente, canalizar el esfuerzo adecuadamente, favorecer los procesos, facilitar la información, así como también un desempeño efectivo de las empleadas.

Conocer a los competidores de sus proveedores también le permitiría a la empresa obtener una ventaja competitiva para poder obtener un beneficio.

He llegado a la conclusión de que Chocolatte es una empresa joven con un gran futuro, aunque ha obtenido un desarrollo importante sin ayuda externa, la ayuda de algún profesional en administración y marketing podría lograr un crecimiento y ventaja competitiva mucho mayor.