

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES**

**INFORME TÉCNICO
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

CASO EMPRESARIAL MODAS VALEN

GICSE

**JULIO 2018
BUCARAMANGA**

Informe Técnico del Proyecto de Investigación
CASO EMPRESARIAL MODAS VALEN
Dirección de Investigaciones / Unidades Tecnológicas de Santander
Avenida de los Estudiantes No. 9 - 82 / Ciudadela Real de Minas
PBX 64130000 Telefax 6447777
Bucaramanga - Colombia

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO	4
RESUMEN EJECUTIVO	5
1. OBJETIVOS.....	5
2.1. Objetivo general.....	5
2.2. Objetivos específicos	5
2. DURACIÓN.....	6
3. ACTIVIDADES REALIZADAS.....	6
4. INDICADORES VERIFICACIÓN DE LOS RESULTADOS ... ¡Error! Marcador no definido.	
5. MEDIOS DE DIFUSIÓN.....	9
6. CONCLUSIONES Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	10
7. REFERENCIAS.....	11

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

FICHA TÉCNICA PROYECTO CÓDIGO XXX			
Título	CASO EMPRESARIAL MODAS VALEN		
Investigador principal	Alba Patricia Guzmán Duque		Código
	Email	aguzman@correo.uts.edu.co	Celular
Datos del investigador			Código
	Email		Celular
Datos del investigador			Código
	Email		Celular
Datos del investigador			Código
	Email		Celular
Grupo de investigación	GICSE		
Línea de Investigación	COMPETITIVIDAD Y CLIMA DE NEGOCIOS		
Lugar y fecha de ejecución	Bucaramanga, Santander, Colombia		
Duración	2 Meses		
Tipo de proyecto	Proyecto de Investigación: Creación de un banco de casos de las empresas de Santander		
Costo	59'460.000		
Palabras claves	Empresas, emprendimiento, casos de estudio, administración de empresas		
Nombre de la Empresa	MODAS VALEN		
Representante Legal.	Doris Viviana Briceño Díaz		
Cédula de ciudadanía o NIT	37724632-7		
Dirección completa	Cra 33 # 51-63 Cabecera		
Ciudad / Departamento	Bucaramanga/Santander		
Teléfonos / Fax / Celular	6310556 - Teléfono móvil: 3053567334		
Correo electrónico	No contiene		
Los abajo firmantes confirman que todos los datos incluidos en la presente propuesta son correctos y verídicos, que no incumplen ninguna ley ni norma vigente. Declaran que corresponde a las Unidades Tecnológicas de Santander la titularidad de los derechos patrimoniales sobre los productos intelectuales y creaciones obtenidas como resultado del presente trabajo de grado, teniendo en cuenta que este trabajo de grado es considerado una obra por encargo. El estudiante ostentará los derechos morales como autor y tendrá el respectivo reconocimiento académico.			
Investigador 1	Investigador 2	Investigador 3	Investigador 4

RESUMEN EJECUTIVO

En el desarrollo del trabajo se expondrá la excelente administración por parte de la gerente , el buen uso de los recursos financieros, el respeto por el capital entre otros temas relevantes teniendo en cuenta la evolución que han tenido en el transcurso de los 19 años MODAS VALEN; adicional se observa que ha tenido un proceso ascendente en todo sentido , observando la introducción al mercado de la comercialización de sus productos de ropa femenina a damas la cual ha tenido comportamiento favorable y satisfactorio ; también la extensión de planta que en su momento en el transcurso del proceso tuvieron fue un punto a favor porque las personas , es decir los clientes tenían más espacio para comprar con tranquilidad y salir en su totalidad satisfechas con sus compras.

Teniendo en cuenta que MODAS VALEN se ha caracterizado en ser una empresa dedicada al comercio de ropa femenina. Desde el inicio de la organización se ha presentado un incremento de las ventas y liquidez de la empresa las cuales se han reinvertido para ampliar la variedad de prendas ofertadas. Esta empresa compite con 10 entes los cuales también ofertan productos innovadores con diseños a la moda que llaman la atención al cliente además presentan precios asequibles para los compradores aumentando las ventas, pero esto no ha sido obstáculo para que MODAS VALEN se vea afectada ya que cuenta con vendedores capacitados para suministrar un buen servicio al cliente dando como resultado la obtención de utilidades que generan una alta rentabilidad a la empresa

1. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Elaborar el caso empresarial “MODAS VALEN” a partir de variables históricas, de contexto, del empresario y de la empresa, con el propósito de lograr la caracterización de la organización en un contexto con sentido para la comunidad académica.

2.2. Objetivos específicos

- Describir los aspectos relacionados el empresario, la empresa, diferentes situaciones organizaciones, sus decisiones estratégicas que han propendido por su estabilidad en el tiempo.
- Analizar los aspectos relacionados con las diferentes situaciones problemáticas que se han afrontado y que son caracterizadas por los diferentes contextos propios al empresario y a la organización: social, económico, ambiental, político, cultural, entre otros.
- Compilar la información resultante de los diferentes aspectos abordados con el propósito de elaborar el caso empresarial MODAS VALEN
- Formular un diagnóstico organizacional que permita al empresario una visión general sobre la situación actual de su empresa

2. DURACIÓN

2 MESES

3. ACTIVIDADES REALIZADAS.

Objetivo 1	ANALISIS DEL EMPRESARIO	Fecha: 2018
Actividades propuestas	Justificación de las actividades	
1. DATOS DEL EMPRESARIO	<p>Doris Viviana Briceño Díaz de 38 años propietaria de MODAS VALEN es una persona con valores como Responsabilidad, disciplina, optimismo y principios muy ligados a la consciencia los cuales cooperan por hacer siempre todo de forma correcta y de este modo lograr lo que se propone, esto lo aprendió de su familia natal ya que siempre le inculcaron que todo lo que se proponga se puede lograr. Doris Viviana Briceño siempre está en busca de proveedores los cuales oferten productos de calidad que suplan la necesidad del cliente de la organización, Doris Briceño debido al esfuerzo en el transcurso de la empresa ha dado como resultado aumentar su capital, en Bucaramanga la compañía ha tenido gran acogida y nunca han tenido el pensamiento de cierre del negocio o trasladarse a otra ciudad</p>	
2. NOMINACION	<p><input type="checkbox"/> Nombre del Empresario y/o propietario: Doris Viviana Briceño Díaz <input type="checkbox"/> Edad.38 años <input type="checkbox"/> Estado civil: Casada <input type="checkbox"/> Estudios realizados: Estudios de Primaria, Estudios de Secundaria, Estudios de Pregrado, Estudios de Especialización, Estudios de Maestría y Estudios de Doctorado. Estudio Primario: Escuela de Girón. Estudios de Secundaria: Colegio Santa Teresita. Estudios de Pregrado: UDES, Quinto semestre de Ingeniería Industrial. <input type="checkbox"/> Familiares que tiene a cargo: Sus 4 hijos <input type="checkbox"/> Lugar de nacimiento. Nacida en Bucaramanga el 21 de diciembre de 1978 <input type="checkbox"/> Datos de contacto: Teléfono fijo: 6310556 - Teléfono móvil: 3053567334 Correo electrónico: no tiene</p>	
3. ORIGEN DE LA EMPRESA	<p>1. Fecha: Año 1988 2. Situación (económico, social, político y cultural): Tener más almacenes sucursales, ayudar a la gente con trabajo, no afectó lo político ni cultural. Siempre compra como si fuera para ella la ropa, los productos que maneja es para nichos de mercado que incluye la adolescencia hasta edad adulta, se tienen en cuenta las tallas en Santander normalmente son 10, 12 cada año sube una talla, este año la talla estándar es 14. <input type="checkbox"/> Razón 2: Siempre tuvo en mente ser independiente en un negocio relacionado con atención al cliente 1. Fecha: Año 1995 2. Situación (económico, social, político y cultural): Cuando tuvo este pensamiento aún estaba muy pequeña pero en ese momento la situación del País era muy buena para vender productos como ropa ya que las personas tenían más trabajos estables y la compra de ropa nunca ha sido un producto difícil de vender en Bucaramanga. <input type="checkbox"/> Razón 3: Estabilidad económica para la familia</p>	

	<p>1. Fecha: Año 1998</p> <p>2. Situación (económico, social, político y cultural): La venta de ropa siempre ha tenido buena acogida en la ciudad ya que es una necesidad primaria del ser humano, la empresaria siempre estaba pendiente de las últimas tendencias de moda para poder innovar.</p> <p><input type="checkbox"/> Razón 4: Quiere su propia finca para incrementar los activos</p> <p>1. Fecha: Años 1999</p> <p>2. Situación (económico, social, político y cultural): En sus proyectos siempre tuvo como mentalidad empezar la venta callejera y después posicionarse en un almacén bien ubicado y con las ganancias presentadas del negocio comprar una finca para así aumentar su finca raíz</p>
--	--

Objetivo 2	ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL	Fecha: 2018
Actividades propuestas		Justificación de las actividades
4. NOMINACION	<p><input type="checkbox"/> Nombre de la Empresa. MODAS VALE</p> <p><input type="checkbox"/> Imagen Corporativa de la Organización (Logotipo). Figura 2. Logotipo de la Empresa. Fuente: Empresa MODAS VALEN.</p> <p><input type="checkbox"/> NIT de la organización:37724632-7</p> <p><input type="checkbox"/> Razón social de la organización. MODAS VALEN</p> <p><input type="checkbox"/> Direcciones de domicilio en las que ha estado la organización a través de los años. Dirección 1: Cra 33 # 51-63 Cabecera</p> <p><input type="checkbox"/> Años de existencia de la empresa:18 años</p> <p><input type="checkbox"/> Capital inicial utilizado para la creación de la organización: \$ 3.000.000</p> <p><input type="checkbox"/> Capital actual de la organización: \$54.133.997</p> <p><input type="checkbox"/> Número de empleados en los momentos de inicio de la organización: 1 Empleado.</p> <p><input type="checkbox"/> Número actual de empleados.: 4 Empleados.</p> <p><input type="checkbox"/> Productos y/o servicios que dieron vida al origen de la organización Blusas de diferentes estilos</p> <p><input type="checkbox"/> Productos y/o servicios actuales de la organización : Blusa Manga Larga Clásica, Jean Femenino Entubado, Blusa Sin Manga,, Falda Tubo De Gola</p>	
5. DESARROLLO DE LA ORGANIZACION	<p>1999 Doris Viviana Briceño Díaz inicia a vender blusas en las calles de Bucaramanga, Santander. Centra sus ventas en ropa femenina. 2000 Se crea la empresa en un establecimiento de Cabecera. 2001 La empresa toma como nombre MODAS VALEN. 2002 Se ofertan licras, la clientela es atendida por la propietaria. 2003 Doris Viviana Briceño contrata su primera empleada. 2004 MODAS VALE empieza a vender vestidos. 2005 Se presenta una crisis financiera en la empresa debido al mal manejo del dinero. 2008 Se posiciona como uno de los grandes competidores del sector. 2009 Introduce tres nuevos productos al almacén, faldas, legan y jeans1999 Doris Viviana Briceño Díaz inicia a vender blusas en las calles de Bucaramanga, Santander. Centra sus ventas en ropa femenina. 2010 Generación de trabajo para otra vendedora. 2011 Logra contactar proveedores con productos de alta calidad. 2013 La empresaria empieza a viajar periódicamente en busca de productos innovadores. 2014</p>	

	Se inicia a vender pantalones y chaquetas femeninas. 2016 Se realiza publicidad por medio de un equipo de sonido. 2017 Actualmente la empresa está bien posicionada, con ventas cada vez más altas
--	--

Objetivo 3	ELABORACION DEL CASO EMPRESARIAL	Fecha: 2018
Actividades propuestas		Justificación de las actividades
6. CONEXTO ORGANIZACIONAL		<p>Contexto Social: En el contexto social se puede observar que la empresa MODAS VALEN tiene una excelente líder con la autoridad necesaria y se desenvuelve de manera correcta ante la sociedad que compone su alrededor mostrando empatía con los clientes externos e internos.</p> <p>Contexto Económico: Los índices como el PIB, como la disminución del valor adquisitivo del dinero con respecto al tiempo, el valor del tipo de moneda, los gastos públicos, el IVA los incrementos del impuesto, siendo factores importantes que todo comerciante debe estar al tanto para el momento de hacer vinculo y adquisiciones a corto mediano y largo plazo.</p> <p>Contexto Ambiental: Teniendo en cuenta la normatividad ambiental vigente ambiental se observa que se debe tener en cuenta la Resolución 97 de 20174 "Registro Único de ecosistemas y áreas ambientales y se adoptan otras disposiciones". Resolución 0376 de 2016: hechos donde no es indispensable la rectificación de licencia ambiental. Decreto 1076 de 2015. Decreto único reglamentario del sector ambiente y desarrollo sostenible.32 Llevar a cabo los requisitos sanitarios y ambientales según el suceso estipulado por la ley 9 de 1979 además de otras normas sobre el tema.</p>

Objetivo 4	DIAGNOSTICO	Fecha: 2018
Actividades propuestas		Justificación de las actividades
7. MARCO TEORICO		<p>. Entrar en un mercado como la venta de ropa de femenina requiere conocimientos en moda, grandes proveedores, manejo de personal, inversión económica, administración de empresas y creación un nombre que haga referencia al negocio, desarrollar un logotipo. La dificultad o facilidad de entrar en un segmento de "barrera de entrada", que en este caso puede ser considerado alto también debido a la alta competencia.</p> <p>Se debe ser muy estratégico en la compra de los productos con proveedores exclusivos, y la necesidad de cursos de gestión en finanzas. Son productos con poca o ninguna diferenciación</p>

	<p>puede ser copiados fácilmente por los competidores, convirtiéndose en artículos de consumo general en el mediano plazo por lo tanto como estrategia esta brindar un buen servicio al cliente</p>
<p>8. MARCO CONCEPTUAL</p>	<p>A lo largo del caso empresarial se usó un conjunto de conceptos básicos que se revisará a continuación para un mejor entendimiento del proyecto.</p> <p>Los vendedores ambulantes son un elemento integral de las economías urbanas alrededor del mundo. Como distribuidores de mercancías y servicios accesibles, estos obreros suministran a los consumidores alternativas beneficiosas y asequibles de comercio minorista y conforman una porción importante del comportamiento económico y social de una ciudad o lugar específico.</p> <p>Adicional se puede observar el ámbito que se tenía que tener claro desde un principio , el mercado con respecto a su competencia , el comportamiento que se va adquiriendo con los clientes a tratar, el nicho de mercado relevante para las gestiones pertinentes y la evolución de la economía micro empresarial en el ámbito y contexto económico .</p>
<p>9. MARCO LEGAL</p>	<p>. Existe normatividad para establecimientos comerciales, hay un marco regulatorio que facilita el ejercicio de esta actividad económica.</p> <p>Es importante investigar en curadurías ciudadana o en la oficina de planeación, qué clase de comercio se permite en el establecimiento, teniendo en cuenta el Compromiso seis del año 1990, la Ley 325 del año 1992 y las resoluciones normalizados y de asignación de procedimientos, estipulan distintas formas de comercialización, la oportunidad de su realización, y la intensidad del uso de acuerdo con la zonificación. El decreto 2150 de 1995 eliminó las licencias de actividad, pero creó condiciones como las siguientes: Efectividad con las indicación con respecto al uso del suelo, intensidad auditiva, horario, sitio y destinación; Efectividad con las estipulaciones sanitarias y ambientales; cumplimiento con indicaciones de seguridad; mantener actualizada la matrícula mercantil, pagar los impuestos a establecimientos de comercio.</p>

4. MEDIOS DE DIFUSIÓN

Repositorio Institucional
 Blog Institucional
 Capítulo del libro

5. CONCLUSIONES Y ANÁLISIS DE RESULTADO

Se puede observar que el comportamiento de los conceptos básicos que dentro del ciclo profesional se pueden encontrar, se verificó que coordinan con la realidad comercial y que al momento de gestionar, analizar una empresa y su evolución, el mercado exige que la competencia y la capacitación de valores en el recurso humano sea vigente y el apropiado.

La creación de una empresa no es un tema simple y menos al llevarlo a la práctica, las compañías hoy en día están sujetas a cambios bruscos en el entorno los cuales pueden llevar a la empresa a su cierre o a hacerla más prospera, es importante que se mantenga planes de acción en la empresa que ayuden al buen funcionamiento de esta y de esta forma estar preparados para cualquier modificación de las variables que componen una organización.

Una de las bases que hace que se mantenga en el mercado la empresa y sus estrategias internas y externas es la experiencia y el conocimiento en el ámbito comercial que se moverá el empresario. En este caso empresarial se aspiró adquirir conocimiento de la vida real de una empresa, de cómo diariamente se busca satisfacer las necesidades del cliente de manera oportuna y eficaz mediante productos sometidos a estándares de calidad tanto en el precio como en su material.

Por lo tanto es importante para los autores del caso empresarial que se pueda cumplir con los objetivos propuestos a corto, largo y mediano plazo. La fuente que se utilizará de información es primaria, teniendo en cuenta documentos oficiales de instituciones públicas o privadas, e investigación de instituciones públicas o privadas, normas técnica, Pagina web entre otros.

6. REFERENCIAS

- Consejo empresarial colombiano para el desarrollo sostenible – CECODES. Sostenibilidad en Colombia. Casos empresariales. Año 2011. ISBN 978-958-99020-4-2
- Departamento de ingeniería de sistemas y computación de la universidad de los Andes. Casos relacionados con los sistemas y arquitecturas empresariales focalizados en la cadena de valor, y los procesos de front- office y back- office.
- Easton, G. Learning from case studies. Gran Bretaña: Prentice Hall. Año 1992.
- Ellet, W. The Case Study Handbook .How to Read, Discuss, and Write Persuasively About Cases.
- Espíndola, J. Reingeniería Educativa el pensamiento crítico: como fo–mentarlo en los alumnos. México: Pax. Año 2000.
- Grupo de investigación estrategia y gestión empresarial. Proyectos de investigación del grupo. Universidad tecnológica de Bolívar.
- Harvard Business School Press. Boston, Massachu–setts. p. 658. Año 2007.
- Libro: Empresas y empresarios en la historia de Colombia: siglos XIX-XX, Volumen 1 Escrito por Dávila L. de Guevara Página 12
- Ogliastri, E. El método de casos. Recuperado el 13 de marzo de 2014, del sitio Web de Universidad ICESI:
http://www.icesi.edu.co/contenido/pdfs/cartilla_el_metodo_de_casos.pdf. Año 1991
- Puchol L, Ongallo C, Puchol I, Berlinches, A, Martín, M. J, Nuñez A., & et al. Nuevos casos en dirección y gestión de recursos humanos. 25 casos de recursos humanos acompañados de las soluciones pro–puestas por sus autores. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos. Año 2005.
- Pujol, J. & Fons. Los métodos en la enseñanza universitaria. Pamplona: Eunsa. Año 1981.
- Rave E, Gonzalo J. Casos empresariales colombianos. Decisiones gerenciales ante momentos de crisis. Serie 1. Institución universitaria CEIPA. Año 2011. ISBN 978-958-99767-7-7
- Schnarch, A. Desarrollo de nuevos productos y empresas: creatividad innovación y marketing. (5th Ed.). Bogotá, Colombia. Mc Graw Hill. Año 2009.
- Triadó, Ivern, X. La metodología del caso: Utilización de medios audiovisuales en el estudio de las disciplinas del área de organización de empresas. Recuperado el 17 de mayo de 2009, del sitio Web de dialnet: www.dialnet.com , www.unirioja.es. Año 2004.
- Vargas A, Rodríguez F y Moreno J. Guía Metodológica para la elaboración de casos emprendedores. Corporación andina de fomento.
- Yin, R. E. Case Study Research and Methods. Thousand Oaks: Sage. Año 1994.