



**SEMINARIO: “ESTRATEGIAS EMPRESARIALES PARA FORTALECER EL
DESARROLLO EMPRESARIAL EN LORICA CORDOBA”**

ASESORA: KEREN BRUNAL RAMOS

PRESENTADO POR:

OLGA ROSARIO ARTEAGA

LINA ORTIZ LOPEZ

ERIKA RIOS ORTIZ

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

LORICA – CÓRDOBA

2017



**MEJORAMIENTO ESTRATEGICO DEL SISTEMA DE AGUA PARA LA
EMPRESA AGUA PURA FRESH EN EL MUNICIPIO DE LORICA
CORDOBA.**

ASESORA: KEREN BRUNAL RAMOS

PRESENTADO POR:

OLGA ROSARIO ARTEAGA

LINA ORTIZ LOPEZ

ERIKA RIOS ORTIZ

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

LORICA – CÓRDOBA

2017



TABLA DE CONTENIDO

	Introducción	9
1.	Planteamiento del Problema	10
1.2	Formulación del Problema	11
2.	Justificación	12
3.	Objetivos	13
3.1.	General	14
3.2.	Objetivos Específicos	15
4.	Marco de Referencia	15
4.1.	Marco Conceptual	15
4.2.	Marco Teórico	17
5.	Diseño Metodológico	18
5.1.	Tipo de Investigación.	18
5.2.	Población y Muestra.	18
5.3.	Fuentes de Información	18
5.3.1.	Fuentes primarias	20
5.3.2.	Fuentes secundarias	20
6.	Resultados Esperados	22
6.1.	Diagnóstico de la Situación Actual de la empresa de Agua pura fresh	22
6.1.1.	Descripción de la empres	22
6.1.2.	Análisis Interno	27
6.1.3.	Análisis Externo.	28
6.1.4.	Matriz DOFA	28
6.2.	Percepción de los Administradores, Empleados y Clientes con Respecto a la Empresa	30
6.2.1.	Matriz de análisis de la entrevista aplicadas a los directivos y empleados	30
6.2.2.	Encuesta a clientes	32
6.3.	Plan de mejoramiento, de la empresa agua pura fresh y manual de funciones para lograr el crecimiento y el éxito en la organización	38
6.3.1.	Direccionamiento estratégico	38
6.3.1.1.	Misión	38
6.3.1.2.	Visión.	37
6.3.1.3.	Principios	37
6.3.1.4.	Valores	38
6.3.1.5	Organigrama	38
6.3.1.6.	Objetivos Institucionales	39
6.3.2.	Balance de la empresa agua pura fresh	40
6.3.3.	Manual de Funciones	42
6.3.4	Plan de mejoramiento de la empresa agua pura fresh	47
7.	Conclusión	50
8.	Bibliografía.	51
9.	Anexos.	52



LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Portafolio de producto 1	23
Tabla 2	Portafolio de producto 2	24
Tabla 3	Portafolio de producto 3	25
Tabla 4	Análisis interno	26
Tabla 5	Análisis externo	27
Tabla 6	Matriz DOFA	28
Tabla 7	Matriz de análisis de la entrevista aplicadas a los directivos y empleados	29
Tabla 14	Objetivos Institucionales	39
Tabla 15	Balance de la empresa agua pura fresh	40
Tabla 16	Manual de funciones administrador	42
Tabla 17	Manual de funciones Secretaria	43
Tabla 18	Manual de funciones químico	44
Tabla 19	Manual de funciones operario	45
Tabla 20	Manual de funciones Vendedor	46
Tabla 21	Plan de mejoramiento	47



Lista de Gráficas

Gráfica 1	¿Ha comprado alguna vez agua pura Fresh?	31
Gráfica 2	¿Cómo considera nuestros productos?	32
Gráfica 3	¿Con qué frecuencia compra usted agua en bolsa?	33
Gráfica 4	¿Cuándo compra bolsas de agua purificada que problemas a detectado en el producto?	34
Gráfica 5	¿Cuándo usted compra nuestros productos que diferencia encuentra?	35
Gráfica 6	¿Cómo se siente con la atención que le brindan en la empresa agua Fresh?	36
Gráfica 7	Valores	38
Gráfica 8	Organigrama	38



Lista de Anexos

Anexo 01	Entrevista para los Directivos y empleados de la empresa agua pura fresh	52
Anexo 02	Entrevista para los Clientes de la empresa agua pura fresh	54
Anexo 04	Registros fotográficos	56



RESUMEN

Este proyecto de investigación fue realizado con el fin de proponer un plan de mejoramiento a los directivos de la empresa Purificadora de agua, Agua Pura Fresh. Esta investigación tubo inicio con la identificación y observación del análisis interno y externo de la empresa, luego se realizó una matriz de análisis, todo esto con el fin de proporcionar le a la empresa estrategias claras y bien definidas, así mismo, se realizó un trabajo de campo en el cual se determinarán cuáles son los puntos de vista que tienen los administradores empleados y clientes a través de encuestas y entrevistas que se realizaron a cada uno de ellos, con esto se buscó confirmar los hallazgos encontrados en los análisis anteriores, para luego poder proporcionar un plan de mejoramiento para ayudar a mejorar el desempeño de las actividades de la empresa, y para lograr el crecimiento y el éxito de la misma, teniendo en cuenta los factores que permiten un alto desempeño y que contribuyen a mejorar el desarrollo de la empresa.



ABSTRACT

This research project was carried out in order to propose an improvement plan to the managers of the Water Purification Company, Agua Pura Fresh. This research started with the identification and observation of the internal and external analysis of the company, then a matrix of analysis was carried out, all this in order to provide the company with clear and well-defined strategies, likewise, a work was carried out field in which will be determined which are the points of view that have employed managers and clients through surveys and interviews that were made to each of them, with this it was sought to confirm the findings found in the previous analyzes, for later to be able to provide an improvement plan to help improve the performance of the company's activities, and to achieve the growth and success of the same, taking into account the factors that allow a high performance and that contribute to improving the development of the company.



INTRODUCCION

En este proyecto de investigación se le realizara una indagación a la empresa purificadora de agua, Agua Pura Fresh, para estimar cómo se encuentra su situación actual tanto en su entorno interno como externo. Así mismo, se mirarán los criterios que tienen los directivos, empleados y clientes en cuanto al desempeño de la empresa, para así poder proponerle a la empresa un plan de mejoramiento.

En primer lugar, se realizara un diagnostico donde se puedan detectar las distintas debilidades y fortalezas, siendo las que contienen los aspectos propios de la empresa, su funcionamiento y el entorno laboral que posee el negocio en la actualidad; de la misma forma, se detectaran las amenazas y oportunidades siendo estas las fuerzas externas claves de la empresa, con base a este diagnóstico se realizará la Matriz Dofa, la cual es la base de la creación de las estrategias que ayuden a mejorar los debilidades y a prever las amenazas de la misma forma, reforzar y afianzar las fortalezas y oportunidades.

De igual modo, se hará una comparación de la percepción que tienen los administradores, empleados y clientes en el desempeño de esas estrategias utilizadas en la empresa que permiten el alto desempeño del capital humano, planes estratégicos corporativos, competitividad e innovación, enfocado en el área administrativa, financiera, operativa y de marketing.

Por último se propondrá a los directivos de la empresa, un plan de mejoramiento, el cual se basará en todos aquellos puntos críticos que se detectaran en los diferentes análisis que se realizaran como la matriz Dofa y las comparaciones de las entrevistas y encuestas. Para lograr el crecimiento y el éxito de los negocios teniendo en cuenta los factores que permiten un alto desempeño y que contribuyen a mejorar el desarrollo de la empresa.



1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El agua constituye un elemento natural indispensable para el desarrollo de la vida y de las actividades humanas resulta difícil imaginar cualquier tipo de actividad en la que no se utilice, de una u otra forma. El agua es la sustancia fundamental de la vida en este planeta y en el sector económico este recurso es esencial para la agricultura, la industria la generación de electricidad y el transporte. Cerca de la totalidad de personas del mundo padecen enfermedades causadas por los escasos y la contaminación de las aguas.

De allí surge la necesidad de brindar un agua apta para el consumo humano en el municipio de Lorica y sus alrededores, en el cual se viene dando la misma problemática; a pesar de que existen 5 empresas distribuidoras, no ha sido suficiente satisfacer la necesidad de los clientes.

Con el fin de mitigar este problema surgió la idea de crear una planta de tratamiento de agua potable; como es la empacadora Agua Pura Fresh la cual tiene 15 años incursionando en el mercado local y regional, esta empresa cuenta con 9 trabajadores internos y 8 externos; pero la meta es lograr alcanzar el mercado nacional, al mismo tiempo se quiere obtener un reconocimiento por parte de los consumidores. Con respecto, a los productos que ofrece la Empacadora Agua Pura Fresh, están: la paca de agua x 50 unidades de 200ml, agua para hielo x 25 unidades de 550ml, bolsa de agua por 3 litros. Mientras que las demás empacadoras ofrecen otros productos como son: la paca de 4 unidades x 4 y 6 litros, la bolsa de hielo x 25 unidades de 600ml, y la paca de hielo en cubo x 2 kilos.

Agua Pura Fresh actualmente está presentando dificultades en cuanto a la información contable y financiera, ya que no llevan un registro adecuado para sus cuentas; del mismo modo se presenta una falta de marketing que ayude a la expansión de la empresa hacia nuevos mercados, se presenta falencias en cuanto a la infraestructura ya que no cuenta con un buen higiene y es muy pequeña. Se puede percibir la mala organización por parte de la administración de la empresa.



Debido a las distintas problemáticas encontradas en esta empresa y con la ayuda de un diagnóstico se dará solución mediante un plan de mejoramiento que permita que su función sea la adecuada.

Con la ampliación de la empacadora de agua se busca satisfacer la demanda del Municipio de Lorica y sus lugares aledaños y con el pasar del tiempo lograr suplirla departamentalmente; es por esto que la creación de nuevos puntos de ventas de Aguas Pura Fresh se convierte en un proyecto vital que aporta crecimiento a la economía y ayuda disminuir los problemas de salud. Este proyecto diseña una solución a mediano plazo sobre la creación de nuevos puntos de ventas que busca satisfacer las necesidades básicas de los usuarios, con estudios técnicos, de mercados organizacionales, etc., que provean un soporte para hacerlo realidad.

1.2 Formulación del Problema

¿Cómo diseñar un plan de mejoramiento estratégico para fortalecer la parte gerencial, administrativa y el marketing, partiendo de un diagnóstico general de la empresa que permita que los procesos tanto interno como externo conlleven al posicionamiento en el mercado?



2. JUSTIFICACIÓN

Con la realización de este proyecto se pretende ayudar a la empresa Agua pura Fresh en cuanto a las distintas falencias que en ella se han visto reflejadas. Todo esto se manifestara a través de ideas innovadoras que ayuden a sobrepasar esos obstáculos y así permitan maximizar los beneficios de la empresa.

La empresa se beneficiara en gran medida ya que a través de la orientación brindada podrá alcanzar mejores resultados con mayor eficiencia y eficacia, e incluso lograr que sus procesos permitan el cumplimiento en el servicio.

Con la empacadora de Agua pura Fresh se busca satisfacer la demanda del municipio de Lorica, porque la tendencia del consumidor actual se centra básicamente en adquirir un producto económico de buen sabor, aroma y color; es por ello que la creación de esta empresa se convierte en un proyecto vital que aporta crecimiento a la economía y ayuda disminuir los problemas de salud.



3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

- Construir un direccionamiento estratégico y un plan de mejoramiento basado en estrategias gerenciales innovadoras aplicados a la empresa Agua pura Fresh como apoyo para la toma de decisiones de las empresas en el municipio de Lorica Córdoba.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico de la situación actual de la empresa Agua pura Fresh en su Gestión financiera, innovando en su imagen y mejorando su publicidad actual, para el desarrollo e implementación de los factores competitivos y hacer que cada gestión en Agua pura Fresh sea una pieza importante para la salud en la región.
- Comparar la percepción que tienen los administradores, empleados y clientes en el desempeño de esas estrategias utilizadas en la empresa Agua pura Fresh que permiten el alto desempeño del capital humano, planes estratégicos corporativos, competitividad, innovación e internacionalización en el municipio de Lorica.
- Proponer un plan de mejoramiento para lograr el crecimiento y el éxito de los negocios teniendo en cuenta los factores que permiten un alto desempeño y que contribuyen a mejorar el desarrollo de la empresa Agua pura Fresh y de la región de Lorica – Córdoba.



4. MARCO REFERENCIAL

4.1 Marco Conceptual

- ✚ **Agua purificada:** esta agua contiene un significado muy amplio ya que es pura y purificada por medio de sus procesos de purificación se puede consumir sin ningún riesgo para la salud del ser humano.
Esta agua cumple con sus normas de calidad promulgada por las autoridades locales e internaciones.
- ✚ **Agua tratada:** Producto líquido que se obtiene al someter el agua de cualquier sistema de abastecimiento a los tratamientos físicos y químicos necesarios para su purificación
- ✚ **Filtración:** Es un proceso donde el agua pasa a por un proceso de filtración para la retención de una amplia gama de solidos de suspendidos y sedimentables con tenidos con el cual el agua queda sólida y líquida.
- ✚ **Turbidez:** Es una medida del grado en el cual el agua pierde su transparencia debido a la presencia de partículas en suspensión.
- ✚ **Bacteria:** Son organismos unicelulares que presentan un tamaño de unos pocos micrómetros, y diversas formas incluyendo esferas, barras y hélices.
- ✚ **Ionización.** Es el proceso mediante ozono como fuerte agente oxidante que elimina sustancias orgánicas, pesticidas y organismos patógenos tales como virus o bacterias, para poder filtrarlos más tarde.
- ✚ **La irradiación ultravioleta:** Por medio de una lámpara de cuarzo llena de vapor de mercurio, se pueden producir rayos ultravioleta. Estos rayos matan a las bacterias, desintegrándolas.



- ✚ **Desinfección:** Se entiende la eliminación de todos los microbios patógenos que se encuentran o se sospecha que podrían encontrarse dentro de una sustancia o sobre una superficie.
- ✚ **Criterios ambientales de producto:** Requisitos ambientales que debe tener un producto para que se le otorgue una etiqueta ambiental.
- ✚ **Análisis básicos:** Es proceso donde se busca determinar la turbiedad del agua y color aparente, pH, cloro residual libre o residual de desinfectante usado, coliformes totales y *Escherichia coli*.
- ✚ **Análisis complementarios:** es el procedimiento que se efectúa para las determinaciones físicas, químicas y microbiológicas no contempladas en el análisis básico, que se enuncian en la presente resolución y todas aquellas que se identifiquen en el mapa de riesgo.
- ✚ **Análisis físico y químico del agua:** Se compone de aquellos procedimientos que se labora por medio del laboratorio que se efectúan a una muestra de agua para evaluar sus características físicas, químicas o ambas.
- ✚ **Análisis microbiológico del agua:** Es un procedimiento que se estudia en un laboratorio donde se efectúa las muestras que se van a utilizar para la evaluación del agua para el consumo humano.
- ✚ **Cloro residual libre:** Es aquella porción que queda en el agua después de un período de contacto definido, que reacciona química y biológicamente como ácido hipocloroso o como ión hipoclorito.
- ✚ **Coliformes:** Bacterias Gram Negativas en forma microscópica que fermentan la lactosa a una temperatura de 35 a 37°C, produciendo ácido y gas (CO₂) en un tiempo de 24 a 48 horas. Se clasifican como aerobias o anaerobias facultativas, son oxidasa negativa, Es un indicador de contaminación microbiológica del agua para consumo humano.



- ✚ **Color aparente:** Se refiere al color que se debe obtener al momento que se recoge para la elaboración del producto para después procesar y filtrar el agua adecuada, pasando por un filtro de 0.45 micras.

- ✚ **Población servida o atendida:** Es el número de personas abastecidas por un sistema de suministro de agua.

- ✚ **Valor aceptable:** Es la concentración de un componente o sustancia, que garantiza que el agua utilizada para el consumo humano no representa riesgos conocidos a la salud.

- ✚ **Invima:** (Instituto nacional de vigilancia medicamentos y alimentos), ente dedicado al control y vigilancia de la calidad y seguridad de los productos farmacéuticos y alimenticios.

- ✚ **Certificación Sanitaria:** Garantiza que las condiciones higiénico sanitarias y funcionales, son adecuadas para el funcionamiento de todo establecimiento comercial, industrial y de servicios abiertos o no al público.

- ✚ **BPM:** (Buenas prácticas manufactureras), son los principios establecidos por la legislación sanitaria vigente (Decreto 3075 de diciembre 23 de 1.997), que se deben aplicar a todas las actividades de fabricación, procesamiento, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización para garantizar la inocuidad de productos para el consumo y uso del ser humano de manera que no afecten su salud.

4.2 Marco Teórico

Una organización debe determinar las necesidades, los deseos y los intereses de los mercados meta, y proporcionar los satisfactores deseados de manera más eficaz y eficiente que los competidores, para mantener o mejorar el bienestar de los consumidores y de la sociedad (Kotler, Fundamentos de marketing, 2008).



La planeación estratégica ha servido durante muchos años como una guía de orientación válida para el cumplimiento de los objetivos organizacionales; sin embargo el proceso de planificación estratégica aceptado por la mayoría de los gerentes generales encontraba menor acogida entre los gerentes de nivel intermedio y demás empleados, quienes solo lo veían como "otro ejercicio más de llenado de formas", según Ansoff y McDonell (1990). Esta percepción ha influido de manera directa los resultados de los programas de planeación estratégica dando origen a la participación activa tanto de los directores como de los demás empleados con un énfasis en la ejecución de los planes estratégicos. Así surge la dirección estratégica como es un proceso continuo que apoya los objetivos y metas a largo plazo trazados dentro de las empresas.

Para (Ballou, 2004), "La logística es la parte del proceso de la cadena de suministros que planea, lleva a cabo y controla el flujo y almacenamiento eficiente y efectivo de bienes y servicios, así como de la información relacionada, desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el fin de satisfacer los requerimientos de los clientes.

Por otro lado, y cumpliendo con un aspecto de vital importancia encomendado a la alta dirección, los gerentes tratan de establecer condiciones para orientar sus empresas de tal manera que logren crecer. Según Blázquez (2006, p. 172), "el crecimiento empresarial es un proceso de adaptación a los cambios exigidos por el entorno o promovido por el espíritu emprendedor del directivo [...]", para este autor el director de la empresa puede establecer los cambios organizacionales necesarios con tal de que la oriente hacia una dinámica de crecimiento.

Tomando como referencia la teoría planteada por (Chopra & Meindi, 2008) se explica que un proceso tipo Push (empuje), la ejecución del mismo se inicia en anticipación a los pedidos

de los clientes. Los procesos de empuje pueden denominarse especulativos, ya que responden a una demanda especulada o pronosticada en lugar de la real.

El objetivo de este artículo es presentar algunos aspectos teóricos relacionados con el direccionamiento estratégico, el concepto y el proceso; luego plantea las principales temáticas relacionadas con el crecimiento empresarial: concepto y perspectivas.



De acuerdo a la ley 9ª de 1979, Código sanitario nacional, por la cual se fijan las condiciones para los procesos de obtención, envasado y comercialización de agua potable tratada con destino al consumo humano.

5. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN: Descriptivo y explicativo

El método más adecuado es el descriptivo; ya que se propone identificar elementos y características del problema de investigación como:

- Establecer la estructura organizacional de la empresa Agua pura Fresh
- Precisar sistemas de evaluación y control
- Especificar funciones administrativas

El trabajo de investigación justifica el estudio explicativo por:

- Incluye una información acerca del funcionamiento de la empresa Agua pura Fresh
- Identificar la ausencia de sentido de pertenencia por parte de los empleados de la Empresa. Explicar los Procesos de la empresa Agua pura Fresh Presentar un direccionamiento estratégico.

5.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población que se utilizará para este estudio es finita (variable aleatoria discreta) ya que se tiene un número limitado de personas el cual está conformado por los empleados de la empresa Agua Fresh pura para un total de 17 trabajadores.

EMPLEADOS AGUA FRESH	
ADMINISTRATIVOS	3



OPERATIVOS	9
TOTAL	12

5.3 FUENTES DE INFORMACIÓN

Son hechos o documentos a los que acude el investigador permitiendo obtener información.

5.3.1 Fuentes Primarias

El desarrollo de la investigación depende de la información que el investigador debe recoger en forma directa.

- Encuesta: se fundamenta en el cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de clientes.

Se realizaron encuestas a los empleados de Agua pura Fresh en donde se utilizaron preguntas abiertas acerca de aspectos relevantes sobre la empresa y las funciones que desempeñan los empleados, por medio de la cual se logró un contacto directo con los miembros del personal administrativo para poder establecer algunas posibles causas de la desorganización en dicha área y cómo esto afecta el desempeño de su trabajo y a la organización como tal en la prestación de sus servicios.

5.3.2 Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias consultadas para la investigación son:

Libros:

CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la Teoría General de la Administración. Mc Graw Hill. Colombia, Cuarta Edición. 2001. p 249.



SERNA HUMBERTO, alianzas estratégicas, facultad de administración, universidad de los andes, Bogotá.

THOMPSON, Arthur A. STRICKLAN III, A. J. Administración Estratégica, conceptos y casos. 11ª Edición. México: Mc Graw Hill. 1999. 401 p.

DAVID R., Fred. Conceptos de la Administración Estratégica. Naucalpan. México: Prentice Hall. 1997. 381 p

MINTZBER, Henry y QUINN, James B. El Proceso Estratégico. Conceptos, contextos y casos. Naucalpan, México: Prentice Hall Inc.1993. 825 p.

PEREZ, Uribe Rafael. [CD-ROM]. Un enfoque de gerencia estratégica corporativa. Bogotá. 4ª Actualización. 2004. 199 P.

SALLENAVE, Jean Paul. Gerencia y Planeación Estratégica. Bogotá, Colombia: Norma. 1985. 283 p.

Cartillas y revistas Cartilla laboral legis Revista innovar- Universidad nacional. Revista Ciencias Estratégicas. Vol. 16 - No 20 (2008) portafolio de servicios de la Facultad y actuar sobre ellos.

Internet y Archivos de la empresa Agua Fresh



6. RESULTADOS ESPERADOS

6.1 Diagnóstico de la Situación Actual de la Empresa Agua pura Fresh

6.1.1 Descripción de la empresa

Primeramente las plantas potabilizadoras de agua comenzaron su auge en el municipio en los años 1997 aproximadamente, debido a que el agua suministrada por el acueducto municipal no era 100% potable. Debido a que en el municipio no se contaba con una planta de potabilización, surgió la idea de negocio de esta empresa.

Agua Pura Fresh es una empresa que ha sido creada en el año 2002 por la idea del señor Walter Daniel Morales. Esta idea nace porque el agua es un producto de vital importancia, ya que en la evolución que ha tenido el municipio se hacía necesario contar con agua potable y tratada para la población, de ahí es donde nace la empresa Agua pura Fresh.

La infraestructura de la planta empacadora de agua se encuentra localizada dirección Cra 25· 13-24, así mismo se dedicada a la captación de agua potable; la cual es sometida a tratamientos físicos y químicos para su purificación, toda la producción se presenta sellada herméticamente y acorde con el cumplimiento de los requerimientos exigidos por la norma técnica colombiana NTC 3525, con el objetivo de ofrecer un producto de óptima calidad y que proteja integralmente la salud pública, eliminando o minimizando todos aquellos componentes del agua que puedan representar un riesgo para la comunidad.



Por su naturaleza, el producto de Agua Pura Fresh agua tratada se puede clasificar en tres grupos:

- ✓ Bien de consumo intermedio: utilizada para fabricación de otros productos o alimentos.
- ✓ Bien de consumo final: es adquirida por el cliente para su uso o consumo directo.
- ✓ Producto perecedero o no duradero: su tiempo de permanencia en el sitio de venta o de consumo es corto y no se almacena en grandes cantidades

Esta empresa está enfocada principalmente a satisfacer las necesidades de los habitantes del municipio y sus alrededores brindándoles un producto de buena calidad e incluso se

preocupa por que sus clientes se les ofrezcan un buen trato y los precios del producto sean asequible, la disponibilidad es inmediata y el surtido está acorde con las necesidades y requerimiento de los clientes, adoptando para el producto lo más innovan té y pertinente en relación a tecnología y gestión empresarial, acorde estos factores a las condiciones socioeconómicas de su propietario.

La empresa se conforma jurídicamente como persona natural, y se encuentra registrada en la cámara de comercio con el NIT: 30659486-4. La presentación y oferta de los productos se pueden diferenciar en tres presentaciones de 200ml, 550ml y 3litros. El registro sanitario con que cuenta es RSAC1916104, la cual tiene toda la documentación que se requiere para estar funcionando de acuerdo a las leyes.

Gracias a la buena administración que ha tenido ha logrado ser reconocida y obtener una buena posición en el mercado.



1. Portafolio de productos

1.2.3 Descripción y análisis de los productos

Tabla 1

Producto 1
Descripción Detallada (especificaciones) Unidades de agua x 200 ml
Presentación : Bolsa plástica Pacas x 50
Usos (funcionalidades y bondades) El agua desempeña funciones muy importantes para el ser humano: <ul style="list-style-type: none">• Ayuda a regular la temperatura corporal mediante la evaporación a través de la piel.• Facilita el transporte de nutrientes a las células y de productos de desecho desde éstas.• Constituye el medio en el que se diluyen los líquidos corporales (sangre, secreciones digestivas, orina, etc.).• Es necesaria para que exista una buena hidratación.• Ayuda a la digestión al diluir los nutrientes de los alimentos. Quando se bebe agua se obtienen muchos beneficios para la salud; la función de los riñones mejora, produciendo más cantidad de orina y más clara. Los riñones limpian mejor la sangre de



sustancias de desecho y las eliminan con mayor facilidad y existe menor riesgo de que se produzcan cálculos renales.

Aspectos diferenciadores: Es un agua que es comercializa envasada y sellada, apta para el consumo humano y que cumple con los requerimientos establecidos.

Otras características especiales: Se distribuye en pacas de 50 unidades x 200ml

FUENTE: REALIZADO POR LOS AUTORES

Tabla 2

Producto 2
<p>Descripción Detallada (especificaciones)</p> <p>Unidades de agua x 550ml</p>
<p>Presentación : Bolsa plástica</p> <p>Pacas x 25</p>
<p>Usos (funcionalidades y bondades)</p> <p>El agua desempeña funciones muy importantes para el ser humano:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ayuda a regular la temperatura corporal mediante la evaporación a través de la piel.• Facilita el transporte de nutrientes a las células y de productos de desecho desde éstas.• Constituye el medio en el que se diluyen los líquidos corporales (sangre, secreciones digestivas, orina, etc.).• Es necesaria para que exista una buena hidratación.• Ayuda a la digestión al diluir los nutrientes de los alimentos. <p>Cuando se bebe agua se obtienen muchos beneficios para la salud; la función de los riñones mejora, produciendo más cantidad de orina y más clara. Los riñones limpian mejor la sangre de sustancias de desecho y las eliminan con mayor facilidad y existe menor riesgo de que se produzcan cálculos renales.</p>



Aspectos diferenciadores: Es un agua que es comercializa envasada y sellada, apta para el consumo humano y que cumple con los requerimientos establecidos.

Otras características especiales: Se distribuye en pacas de 25 unidades x 550ml

FUENTE: REALIZADO POR LOS AUTORES

Tabla 3

Producto 3
Descripción Detallada (especificaciones) Unidades de agua x 3 litros
Presentación : Bolsa plástica Por unidad
Usos (funcionalidades y bondades) El agua desempeña funciones muy importantes para el ser humano: <ul style="list-style-type: none">• Ayuda a regular la temperatura corporal mediante la evaporación a través de la piel.• Facilita el transporte de nutrientes a las células y de productos de desecho desde éstas.• Constituye el medio en el que se diluyen los líquidos corporales (sangre, secreciones digestivas, orina, etc.).• Es necesaria para que exista una buena hidratación.• Ayuda a la digestión al diluir los nutrientes de los alimentos. Cuando se bebe agua se obtienen muchos beneficios para la salud; la función de los riñones mejora, produciendo más cantidad de orina y más clara. Los riñones limpian mejor la sangre de sustancias de desecho y las eliminan con mayor facilidad y existe menor riesgo de que se



produzcan cálculos renales.

Aspectos diferenciadores: Es un agua que es comercializa envasada y sellada, apta para el consumo humano y que cumple con los requerimientos establecidos.

Otras características especiales: Se distribuye por unidad de 3 litros

FUENTE: REALIZADO POR LOS AUTORES

6.1.2 ANÁLISIS INTERNO

Tabla 4

AREAS	DEBILIDADES	FORTALEZAS
Administrativa	<ul style="list-style-type: none"> • No hay organización. • Infraestructura no adecuada. • No cuenta con organigrama, principios ni valores corporativos. • En la época del invierno bajan las ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Antigüedad de la empresa. • Distribución del producto. • Productos de buena calidad. • Trabajo en equipo. • Se cuenta con una identificación y clasificación de actividades requeridas. <ul style="list-style-type: none"> • Colaboración y buena actitud de los empleados.
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • No posee una estrategia para la promoción y publicidad de la empresa en el municipio. • No cuenta con una gama de productos innovadores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizan estudios de mercado. • Posicionamiento en el mercado. • Precios del producto aceptable por la demanda.
Finanzas y contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • No tienen un software contable. • Falta de capital. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los ingresos son buenos ya que los clientes solicitan grandes volúmenes de pedidos.



Producción y operaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Se tiene poco espacio para la realización de las actividades de producción. • No tienen identificación de faltas y errores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Buen procedimiento de control de calidad. • Proveedores de la materia prima y componentes para la producción confiable. • Maquinaria en buen estado.
Investigación y desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> • No hay capital necesario para desarrollar esta área. 	

FUENTE: REALIZADO POR LOS AUTORES

6.1.3 ANÁLISIS EXTERNO

Tabla 5

FUERZAS	AMENZAS	OPORTUNIDADES
Económicas	<ul style="list-style-type: none"> • Tasas de intereses muy altos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se cuenta con disponibilidad de ingresos. • Se cuenta con un capital humano que realiza bien su trabajo dando como resultado productos de calidad.
sociales, demográficas ambientales culturales, y	<ul style="list-style-type: none"> • Cambio climático (disminución de ventas). • Mercado exigente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Buena ubicación geográfica. • El consumo de agua aumenta dependiendo la temperatura, entre más calor se consume más. • Su producto es necesario para el consumo diario de los humanos.



<p>políticas, legales y gubernamentales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementos de nuevos impuestos a la materia prima. 	<ul style="list-style-type: none"> • Esta legalmente registrada: • Cámara de comercio • DIAN • Está regulada por los entes de control sanitarios: • Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA).
<p>Tecnológicas</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con servicios a domicilios por medio de llamas.
<p>Competitivas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia desleal. • Que la competencia incremente cada día más. • Los precios de la competencia son más bajos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento del mercado.

FUENTE: REALIZADO POR LOS AUTORES

6.1.4 Matriz DOFA

Tabla 6

<p>Factores internos</p> <p>Factores externos</p>	<p>Fortalezas</p>	<p>Debilidades</p>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Distribución del producto. 2. Antigüedad de la empresa. 3. Productos de buena calidad. 4. Maquinaria en buen estado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No cuenta con organigramas, principios, ni valores corporativos. 2. Se tiene poco espacio para la realización de las actividades de producción. 3. Infraestructura no adecuada. 4. No hay organización.



Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Buena ubicación geográfica. 2. Crecimiento del mercado. 3. Su producto es necesario para el consumo diario de los humanos. 4. Esta legalmente registrada. 	<ol style="list-style-type: none"> 2.1 Crear puntos de distribución cercanas a las zonas de difícil acceso. 3.2. Vender los productos a buen precio y en opimas condiciones para la aceptación de los clientes. 	<ol style="list-style-type: none"> 3.1 Mejorar las condiciones del entorno en la infraestructura para que el cliente se lleve una mejor impresión y se sienta a gusto con el lugar. 4.4 Implementar estrategias para que se cumplan a cabalidad los procesos en la empresa.
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cambio climático (disminución de ventas). 2. Mercado exigente. 3. Los precios de la competencia son más bajos. 4. Tasas de intereses muy altos. 	<ol style="list-style-type: none"> 3.2 Mantener los precios de venta ajustando el margen de utilidad considerable. 	<ol style="list-style-type: none"> 1.2 Plasmar el organigrama, los principios y valores de la empresa. 2.3 ofertar precios competitivos para enfrentar las reacciones de las empresas líderes del mercado.

FUENTE: REALIZADO POR LOS AUTORES

6.2 Percepción de los Administradores, Empleados y Clientes con Respecto a la Empresa.

6.2.1. Matriz de análisis de la entrevista aplicadas a los directivos y empleados.

Tabla 7

Área	Indicador variable	Respuesta	Análisis	Referencias
	¿Cree usted que el personal contratado por la empresa cumple con los requisitos del cargo?	No, porque el personal contratado no cumple con los estudios requeridos para esa labor.	Se debe hacer el manual de funciones ya que este es fundamental para que cada trabajador demuestre que esta acto para el cargo y que pueda cumplir cabalmente.	(Terry. G. R). El manual de funciones, es un registro escrito de información e instrucciones que concierne al empleado y pueden ser utilizados para orientar los esfuerzos de un empleado en una empresa.



Administrativa	¿Qué cambios piensas que serían convenientes realizar en los procesos que manejas para facilitar tu trabajo y el de tus compañeros?	El cambio que se necesitaría sería en la parte administrativa para que la empresa pueda funcionar adecuadamente.	Se requiere contar con una parte administrativa que sea capaz de llevar el control adecuado de la empresa.	Elton Mayo: La tarea básica de la administración es formar una élite capaz de comprender y de comunicar, dotada de jefes democráticos, persuasivos y apreciados por todo el personal.
Financiera	¿Considera usted que los precios son adecuados para los clientes?	Sí, porque se hizo un acuerdo con las demás empresas.	En el mercado se estandarizan los precios teniendo en cuenta que es un producto, básico los clientes (tenderos) obtienen una rentabilidad gratificante.	Establecer un mismo precio para todos los compradores es una idea que surgió con el desarrollo de las ventas al detalle a gran escala F. W. Woolworth, Tiffany & Co., anunciaron una "política estricta de un solo precio" por que trabajaban tantos artículos y supervisaban a tantos empleados.
	¿Manejan un pronóstico de ventas para el control de sus inventarios?	Si se hace un control de ventas y producción a diario.	Diariamente se registra la producción para llevar un debido control de las ventas con el fin de poder cumplirle los clientes.	Según Stanton, Etzel y Walker, cuando se ha preparado el pronóstico de ventas, concierne a todos los departamentos de la compañía. El pronóstico de ventas es la base para decidir cuánto gastar en diversas actividades como publicidad y ventas.
	¿La empresa les ofrece incentivo a sus empleados?	No lo tienen en cuenta.	De acuerdo a su teoría se puede decir que los incentivos son importante para los trabajadores porque esto los motiva a tener un mejor desempeño laboral y la empresa debe tenerlo presente.	Según Frederick Taylor dice en su teoría que los incentivos promueven el interés del trabajador y la productividad.
	¿Considera que el lugar de trabajo es adecuado para la realización de las actividades?	En algunas áreas si esta acondicionado para los operarios y en otras no.	Se requiere de un mejoramiento en todos los ambientes de la empresa.	Herzberg: la relación que un individuo tiene con su trabajo es básica, y que su actitud hacia el mismo bien puede determinar su éxito o fracaso.



Operativa	¿En qué estado se encuentra la maquinaria de la empresa?	Se encuentran en buen estado para la realización del producto.	Contar con buenas maquinarias ayuda a que el proceso productivo sea efectivo.	E. Mansfield “Sin duda el cambio tecnológico es uno de los determinantes más importantes de la configuración y la evaluación de la economía el cambio tecnológico ha mejorado las condiciones de trabajo, ha permitido la reducción de las horas de trabajo, ha producido un incremento de la producción.
	¿La empresa brinda medidas de protección al momento de realizar su labor?	Si las brinda.	Es indispensable que los trabajadores se sientan seguros en sus labores porque esto les permite ser eficientes.	Por su parte Fernández, dice que la empresa tendrá la responsabilidad de brindar a sus trabajadores unas condiciones laborales seguras e higiénicas que les permitan adquirir cierto nivel de salud de acuerdo con el conocimiento existente y la legislación que a tal efecto resulte aplicable.
Marketing	¿Qué estrategias utilizan para atraer nuevos clientes?	Hacen publicidad a través de entregas de camisetas, gorras e incentivan a las personas para que compren el producto.	Son necesarias las estrategias en las empresas porque con ellas se obtiene un resultado esperado.	Michael E. Porter dice que la formulación de una estrategia consiste en relacionar a una empresa en su medio ambiente.
	¿Cómo realiza actualmente el marketing de la empresa?	Solo llegan directamente al cliente. Les hace falta tener más en cuenta el marketing.	Es muy importante tener un buen marketing ya que a través de él se puede atraer nuevos clientes y conseguir los objetivos deseados.	Stanton, Etzel y Walker, explican que el concepto de marketing "hace hincapié en la orientación del cliente y en la coordinación de las actividades de marketing para alcanzar los objetivos de desempeño de la organización"

FUENTE: REALIZADO POR LOS AUTORES

6.2.2 Encuesta a clientes.

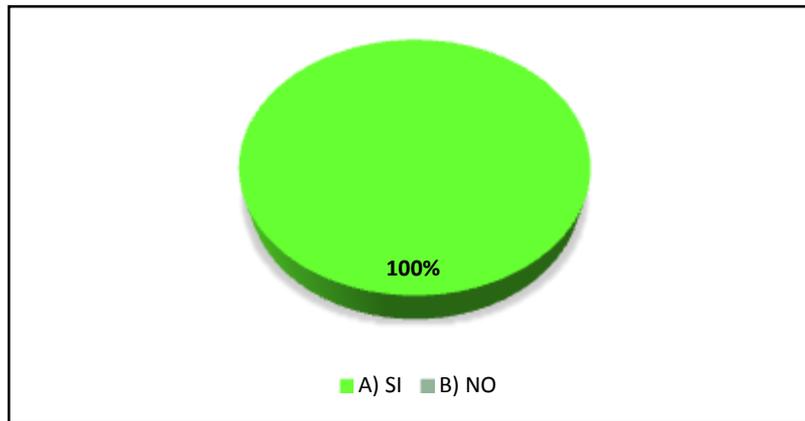
A continuación se presentan los resultados de las encuestas aplicadas a un grupo de 30 clientes siendo la base de datos de 100 clientes seleccionados al azar, teniendo en cuenta que la base de datos es de 100 clientes.



Tabla 8. ¿Ha comprado alguna vez agua pura fresh?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Si	30	100%
No	0	0%
Total	30	100%

Gráfica 1



FUENTE: REALIZADO POR LOS AUTORES

Se les pregunto a los encuestados que si alguna vez ha comprado agua pura fresh y el 100% respondió que sí ha comprado, ya que agua fresh es una empresa más reconocida y una de las pocas que cumple con normas establecidas por la ley para ejercer este servicio en el municipio de Loricá.

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Económico	14	47%

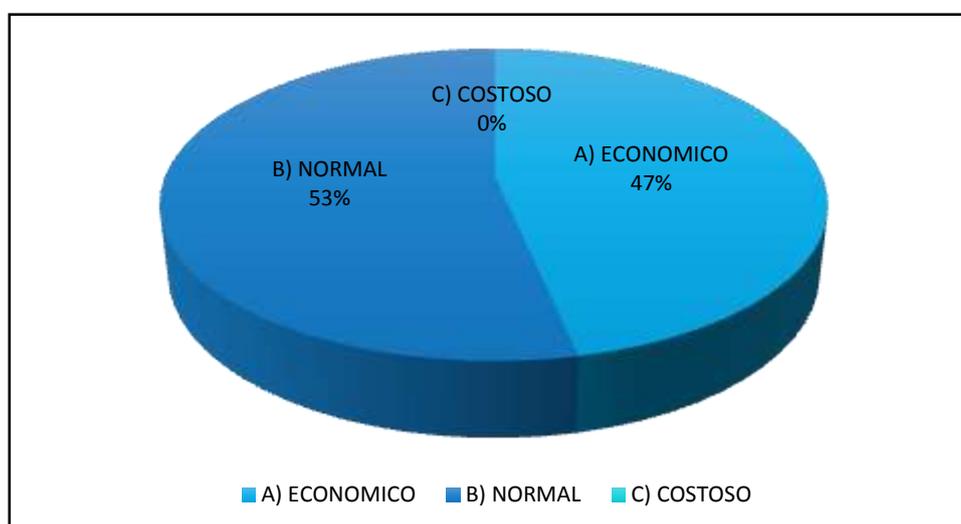


Tabla 9.
considera

Normal	16	53%
Costoso	0	0%
Total	30	100%

**¿Cómo
nuestros
productos?**

Gráfica 2



FUENTE: REALIZADO POR LOS AUTORES

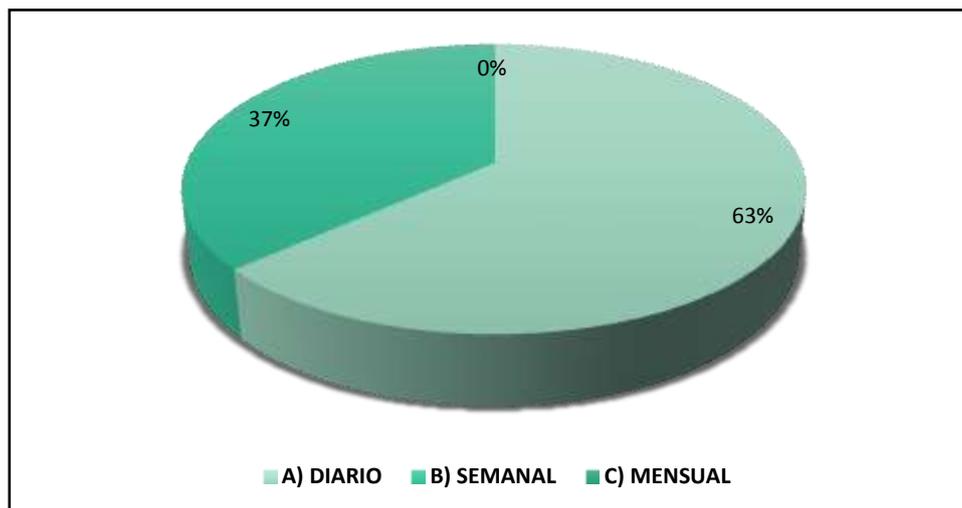
En esta grafica se aprecia un porcentaje del 53% que los encuestados afirman que el producto ofrecido por esta empresa en este caso bolsas de agua es económico, mientras que el otro 47% afirma que el precio del producto es normal con respecto al mercado.



Tabla 10. ¿Con que frecuencia compra usted agua en bolsa?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Diario	19	63%
Semanal	11	37%
Mensual	0	0%
Total	30	100%

Gráfica 3



FUENTE: REALIZADO POR LOS AUTORES

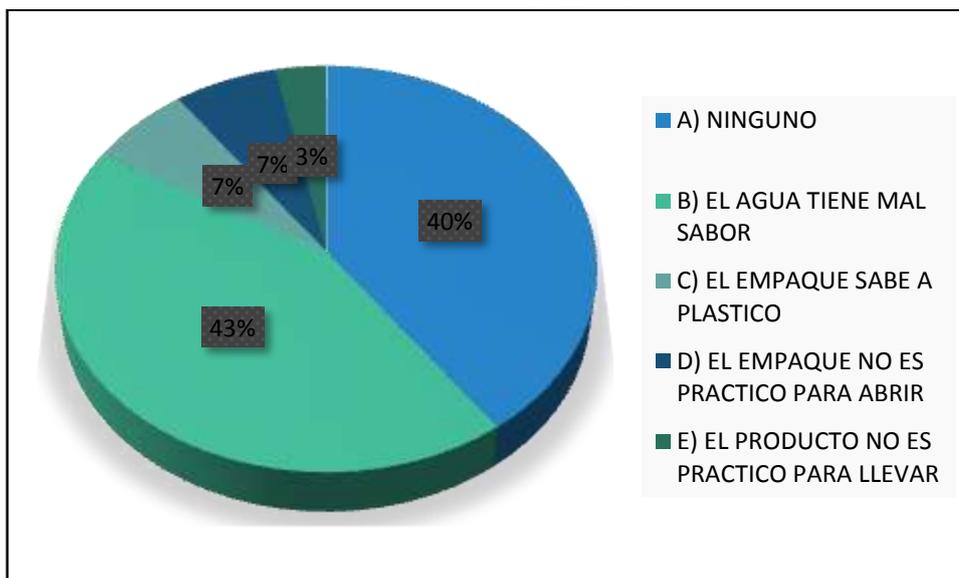
Se puede concluir que las 30 personas encuestadas el 63% afirman que compran agua purificada para el consumo humano diario y el 37% semanal para el consumo doméstico y en la respuesta mensual nadie respondió que consumían mensualmente y por este motivo se concluye que la empresa tiene una buena demanda la cual genera ingresos diarios.



Tabla 11. ¿Cuándo compra bolsas de agua purificada que problemas a detectado en el producto?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	12	43%
El agua tiene mal sabor	13	40%
El empaque sabe a plástico	2	7%
El empaque no es práctico para abrir	2	7%
El producto no es práctico para llevar	1	3%
Total	30	100%

Gráfica 4



FUENTE: REALIZADO POR LOS AUTORES

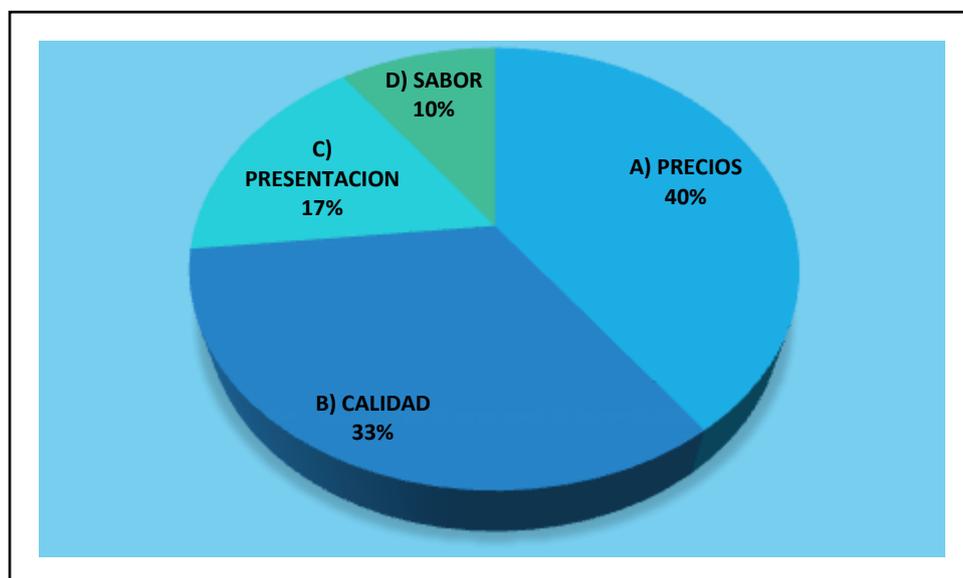
Con un porcentaje del 43% los encuestados opinan que no encuentran ningún problema en las bolsas de agua, 40% afirman que el agua tiene mal sabor lo cual es una alerta para la empresa y debe implementar alternativas para mejorar ese inconveniente, el 7% detecta que el empaque sabe a plástico, el otro 7% dice que el empaque no es práctico para abrir y el resto que corresponde al 3% afirma que el producto no es práctico para llevar.



Tabla 12. ¿Cuándo usted compra nuestros productos que diferencia encuentra?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Precios	12	40%
Calidad	10	33%
Presentación	5	17%
Sabor	3	10%
Total	30	100%

Gráfica 5



FUENTE: REALIZADO POR LOS AUTORES

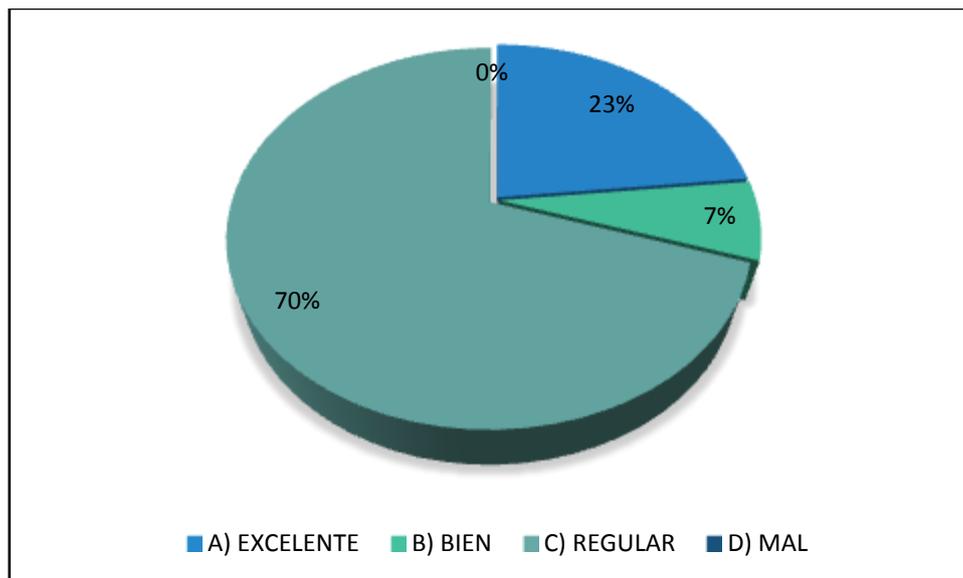
Se puede analizar que después de realizar las encuestas a los clientes se obtuvo un resultado en el cual el 40% respondió que la diferencia que encuentran es el precio del producto porque es económico, el 33% afirma que la calidad es 17% dice que la presentación y un 10% que el sabor, ya que el producto de la empresa agua pura fresh es un producto de buena calidad.



Tabla 13. ¿Cómo se siente con la atención que le brindan en la empresa agua fresh?

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Bien	2	7%
Regular	21	70%
Mal	0	0%
Excelente	7	23%
Total	30	100%

Gráfica 6



FUENTE: REALIZADO POR LOS AUTORES

De acuerdo a las encuestas realizadas en esta pregunta podemos concluir que los clientes no están satisfechos con la atención al clientes que brinda la empresa ya que el 70% dijo que la atención es regular lo cual debe ser preocupante para la empresa, un 23% dijo que es excelente, mientras que un 7% dijo que bien.



6.3 PLAN DE MEJORAMIENTO, DE LA EMPRESA AGUA PURA FRESH Y MANUAL DE FUNCIONES PARA LOGRAR EL CRECIMIENTO Y EL ÉXITO EN LA ORGANIZACIÓN

6.3.1 DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO

6.3.1.1 MISIÓN

AGUA PURA FRESH, tiene como misión ofrecer en nuestro departamento la comercialización y distribución de agua altamente purificada para consumo humano, brindando seguridad y confiabilidad en nuestros productos. Para ello contamos con una excelente planta física dotada de modernos equipos y un personal especializado y capacitado, para así satisfacer de manera positiva las necesidades de nuestros consumidores.

6.3.1.2 VISIÓN

Ser líder en nuestro departamento a partir de los siguientes años con la mejor Agua Purificada; implementando nuestra planta física con los mejores equipos, con un excelente recurso humano. Para la adquisición de nuevos mercados en otras ciudades y departamentos.

6.3.1.3 PRINCIPIOS

Agua Pura Fresh se rige por los siguientes principios:

- ❖ Respetar los derechos del trabajador.
- ❖ Ser responsable con las actividades asignadas.
- ❖ Poseer buen comportamiento según su mando.
- ❖ Brindar lealtad y honestidad con su ente organizacional.
- ❖ Dirigirse con amabilidad con sus compañeros y clientes.
- ❖ Cumplir con los deberes destinados y pactados según la normatividad.



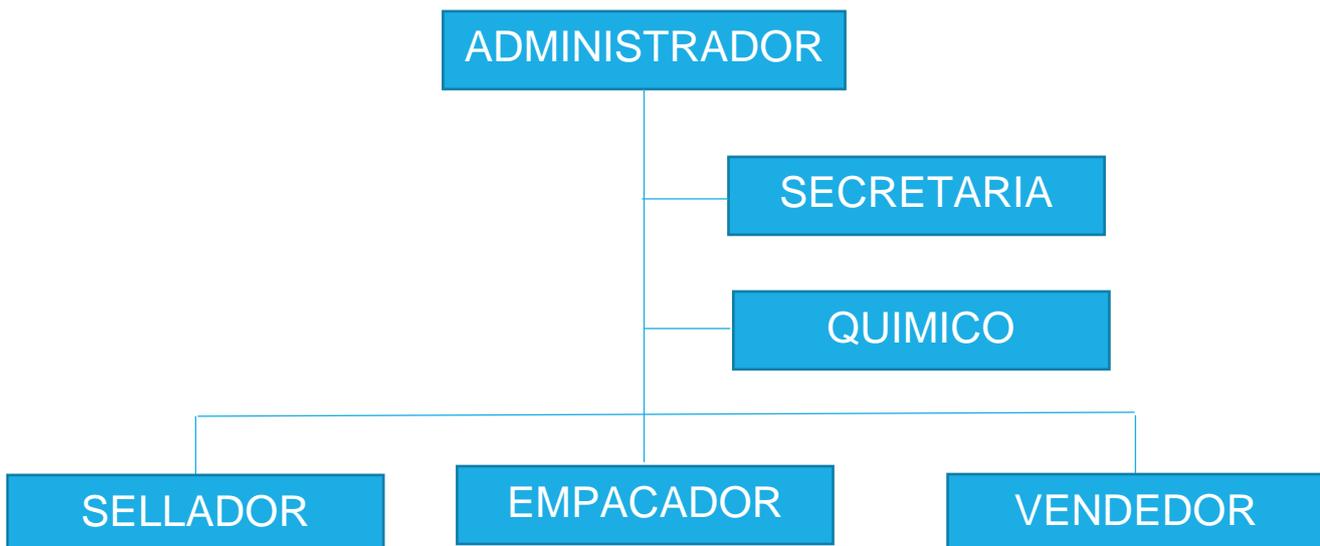
6.3.1.4 VALORES



FUENTE: REALIZADO POR LOS AUTORES

6.3.1.5 ORGANIGRAMA.

El esquema organizacional propuesto, parte de la necesidad de atender fundamentalmente las actividades de producción en planta y de ventas en la distribución.



FUENTE: REALIZADO POR LOS AUTORES

6.3.1.6 Objetivos Institucionales



AREA	OBJETIVOS
------	-----------

Tabla 14

FUENTE: REALIZADO POR LOS AUTORES



ADMINISTRATIVA	Construir en EMPRESA AGUA PURA FREHS la planeación estratégica como herramienta que integre todas las dependencias, manteniendo una política de eficiencia que se proyecte a nivel competitivo para aumentar el mercado potencial y la calidad de los servicios prestados por la empresa.
FINANCIERA	Adquirir un software donde se evidencie facilidad para obtener la información de inventario, facturas, proveedores y clientes de forma rápida y eficaz.
MARKETING	Diseñar una estrategia de marketing para la EMPACADORA DE AGUA PURA FRESH, con la cual se incremente la cobertura de mercado y cuyo fin sea incrementar la demanda, a través de los diferentes medios y herramientas virtuales, y proporcionando la información necesaria de la empresa a nuestros clientes cuando lo deseen.
OPERACIONAL	Desarrollar estrategias para el crecimiento físico de la empresa e introducir maquinaria de última tecnología consiguiendo con esto la evolución progresiva de la empresa, en cuanto a mayor capacidad de producción, para abarcar mejor demanda de clientes, presentando un mejor producto (calidad).
INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO	Verificar que el sistema de calidad este implantando y cumpla continuamente con los requisitos especificados por la ley



6.3.2 BALANCE DE LA EMPRESA AGUA PURA FRESH

	OBJETIVOS	INDICADORES	METAS	RESPONSABLES	ESTRATEGIAS
FINANCIERO	Aumentar las ventas.	Resultado del balance general Estado de pérdidas y ganancias	Las ventas aumentaran en un 50% mensual	Distribuidores	Implementar un software contable que ayude a la gerencia a organizar toda la información financiera. Destinar un presupuesto mensual de los ingresos a promocionar el negocio por diferentes medios. Capacitar a los vendedores para que aprendan técnicas y estrategias de ventas que les permitan ser más efectivos en cada oportunidad.
	Disminuir costos	Resultado del balance general Estado de pérdidas y ganancias	Reducir los costos en un 40 %	Administrador	Reducción del tiempo ocioso de las máquinas y equipos. Reducción de en los precios de los insumos.
Marketing	Agilizar tiempo de entrega del producto.	Formatos de pedidos entregados diarios.	0% de quejas en entrega de los pedidos a tiempo	Distribuidores	Crear una cadena de abastecimiento para las solicitudes realizadas por los clientes.
	Mejorar la atención al cliente	Índice de reclamaciones y quejas	0% de PQRS por atención al cliente	Secretaria	Establecer un tiempo promedio de atención por persona.



	Aumentar la fidelización de los clientes	Tasa de adquisición de nuevos clientes	Aumentar la cantidad de clientes en un 30% mensual	Secretaria y distribuidores	Ofrecer descuentos. Construya relaciones en lugar de enfocarse en vender.
PROCESOS	Alinear los procesos de producción de la empresa con lo exigido por la ley.	Calidad en el producto	Alcanzar la alineación total del proceso de producción en la empresa un 100%	Químico	Establecer las políticas de calidad
	Evitar el error en la elaboración del producto	Disminución desperdicio de material	Lograr la reducción total en el desperdicio de la materia prima	Empacadores	Supervisar el trabajo de los operarios
APRENDIZAJE Y DESARROLLO	Capacitar a los empleados en temas especializados.	% de empleados capacitados	11 empleados capacitados por mes	Administrativos y capacitadores	Capacitaciones especializadas
	Mejorar las herramientas tecnológicas y planta física	Evidencia de los resultados de productividad a través del bien adquirido	Ampliar la planta física a 50 metro cuadrados	Administrador	Ampliar la planta física y obtener maquinaria con tecnología de punta

FUENTE: REALIZADO POR LOS AUTORES

Tabla 15



6.3.3 MANUAL DE FUNCIONES

Tabla 16

AGUA PURA FRESH			
MANUAL DE FUNCIONES			
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
DENOMINACIÓN: N:	ADMINISTRADOR		
DEPENDENCIA:	ÁREA ADMINISTRATIVA		
2. OBJETO GENERAL DEL CARGO			
Dirección, planeación, gestión y control general de la empresa.			
3. REQUISITOS y especificaciones para el desempeño del cargo			
3.1 De educación: Administrador de Empresa.			
3.2 Especialización: Opcional, MBA			
3.3 De experiencia: Conocimiento y manejo de empresas relacionadas con productos de consumo masivo.			
4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES			
Planeación general			
Contratación con terceros			
Relaciones con instituciones gubernamentales y organizaciones privadas			
Cumplimiento del objeto social			

FUENTE: REALIZADO POR LOS AUTORES



Tabla 17

AGUA PURA FRESH			
MANUAL DE FUNCIONES			
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
DENOMINACIÓN:	SECRETARIA		
DEPENDENCIA:	Area Administrativa		
2. OBJETO GENERAL DEL CARGO			
Colaborar en el desempeño eficiente de la empresa, atendiendo de forma ágil y oportuna los requerimientos de la misma y cumpliendo a cabalidad los trámites relacionados.			
3. REQUISITOS y especificaciones para el desempeño del cargo			
3.1 De educación: Secretariado Comercial.			
3.2 Especialización: Opcional.			
3.3 De experiencia: Actitud de servicio. Proactiva, y con capacidad de trabajar bajo presión, dinámica, activa, excelentes relaciones interpersonales, organizada, metódica y responsable.			
4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES			
Atención al público personal y telefónicamente.			
Elaborar y entregar los documentos y certificaciones solicitadas por la empresa.			
Organizar y responder por el archivo.			
Control documental.			
Manejo de agenda.			

FUENTE: REALIZADO POR LOS AUTORES



Tabla 18

AGUA PURA FRESH			
MANUAL DE FUNCIONES			
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
DENOMINACIÓN:	QUIMICO		
DEPENDENCIA:	ÁREA OPERATIVA		
2. OBJETO GENERAL DEL CARGO			
VERIFICACION,ANALISIS, DOSIFICACION DE TODO EL PROCESO			
3. REQUISITOS y especificaciones para el desempeño del cargo			
3.1 De educación: Ingeniero, de alimento o químico.			
3.2 Especialización: Opcional.			
3.3 De experiencia: Conocimiento y manejo de empresas relacionadas con productos de consumo masivo.			
4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES			
Verificación de todos los procesos químicos.			
Realizar todos los análisis de laboratorio.			
Preparar las dosificaciones de todos los químicos para el tratamiento.			

FUENTE: REALIZADO POR LOS AUTORES



Tabla 19

AGUA PURA FRESH
MANUAL DE FUNCIONES

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
DENOMINACIÓN:	OPERARIO		
DEPENDENCIA:	ÁREA OPERATIVA		

2. OBJETO GENERAL DEL CARGO

Operación de maquinaria y/o operación de envase y empaque y/o labores generales.

3. REQUISITOS y especificaciones para el desempeño del cargo

3.1 De educación: Bachiller

3.2 Especialización: Producción de alimento.

3.3 De experiencia: Conocimiento y manejo de máquinas y herramientas utilizadas en los procesos.

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES
--

Capacidad para levantar elementos pesados y/o livianos.

Agudeza visual y auditiva para desempeñar funciones relacionadas.

Seguimiento de normas sanitarias.

Recibir instrucciones directas de jefes.

FUENTE: REALIZADO POR LOS AUTORES



Tabla 20

AGUA PURA FRESH			
MANUAL DE FUNCIONES			
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
DENOMINACIÓN:	VENDEDOR		
DEPENDENCIA:	ÁREA DE VENTAS		
2. OBJETO GENERAL DEL CARGO			
Distribución del producto según pedidos.			
3. REQUISITOS y especificaciones para el desempeño del cargo			
3.1 De educación: Bachiller.			
3.2 Especialización: Conocimiento en distribución directa de productos de consumo masivo.			
3.3 De experiencia: Manejo de vehículos de dos ruedas.			
3.4 Otras especificaciones: Manejo de tránsito vehicular.			
4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES			
Capacidad para levantar elementos pesados y/o livianos.			

FUENTE: REALIZADO POR LOS AUTORES



6.3.4 PLAN DE MEJORAMIENTO

Este plan de mejoramiento tiene como fin mostrar las fortalezas y debilidades de la empresa Agua pura Fresh y los procesos administrativos y operativos de cada área.

Tabla 21

1. OBJETIVO AREA ADMINISTRATIVA: Construir en EMPRESA AGUA PURA FREHS la planeación estratégica como herramienta que integre todas las dependencias, manteniendo una política de eficiencia que se proyecte a nivel competitivo para aumentar el mercado potencial y la calidad de los servicios prestados por la empresa.						
Hallazgo: Fortaleza / Debilidad	Estrategias	Acciones e Indicador de acciones	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Responsable	Recursos Necesarios
No hay un plan estratégico para la empresa. No cuenta con una infraestructura adecuada.	Diseñar y ejecutar planes estratégicos para direccionar la empresa y lograr los objetivos deseados.	Documentos donde se plasme el plan estratégico.	Noviembre12	Enero12	Administrador	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos humanos • Computador • Hojas • Marcadores
	Destinar un presupuesto para la ampliación de la planta física.	Evidencias del bien adquirido.	Diciembre 20	Junio 20	Administrador	<ul style="list-style-type: none"> • Computador • Recurso humano • Papelería.



<p>2. OBJETIVO AREA MARKETING: Diseñar una estrategia de marketing para la EMPACADORA DE AGUA PURA FRESH, con la cual se incremente la cobertura de mercado y cuyo fin sea incrementar la demanda, a través de los diferentes medios y herramientas virtuales, y proporcionando la información necesaria de la empresa a nuestros clientes cuando lo deseen.</p>						
<p>No posee una estrategia para la promoción y publicidad de la empresa en el municipio.</p> <p>No cuenta con una gama de productos innovadores</p>	<p>Crear promociones con descuentos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Volantes • Notas radiales • Campañas en las que se entreguen suéter, gorras. <p>Cantidad de demanda por los productos nuevos</p>	<p>Enero 10</p>	<p>Febrero 10</p>	<p>Administrador</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Especialistas en publicidad • Medios radiales • Recursos humanos • Especialistas en publicidad Medios radiales.
	<p>Ingresar nuevos productos al portafolio</p>		<p>Enero 20</p>	<p>Febrero 28</p>	<p>Administrador</p>	
<p>3. OBJETIVO ÁREA FINANZAS Y CONTABILIDAD: Adquirir un software donde se evidencie facilidad para obtener la información de inventario, facturas, proveedores y clientes de forma rápida y eficaz.</p>						
<p>No tienen un software contable.</p> <p>Falta de capital</p>	<p>Implementar un software contable que le ayude a la gerencia a llevar un buen control de la información financiera.</p>	<p>Adquisición y el trabajo del software.</p> <p>Conseguir bancos con menores tasas de intereses.</p>	<p>Noviembre 12</p>	<p>Diciembre 12</p>	<p>Administrador</p>	<p>Personal con estudio en contabilidad y finanzas o contador.</p> <p>entidades bancarias *personal con estudio en contabilidad y finanzas o contador.</p>
	<p>Estrategias de inversión.</p>		<p>Enero 04</p>	<p>Febrero 10</p>	<p>Administrador</p>	



4. **OBJETIVO ÁREA PRODUCCIÓN Y OPERACIONES:** Desarrollar estrategias para el crecimiento físico de la empresa e introducir maquinaria de última tecnología consiguiendo con esto la evolución progresiva de la empresa, en cuanto a mayor capacidad de producción, para abarcar mejor demanda de clientes, presentando un mejor producto (calidad).

<p>Se tiene poco espacio para la realización de las actividades de producción.</p>	<p>Estrategias de ampliación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Plan de remodelación de la planta física Cotización de maquinaria de última tecnología. 	<p>Enero 20</p>	<p>Marzo 20</p>	<p>Administrador</p>	<ul style="list-style-type: none"> Personal capacitado Nuevas tecnologías.
<p>No tienen identificación de faltas y errores.</p>	<p>Supervisar el trabajo de los operarios y maquinas empacadoras.</p>	<p>Disminución en la compra de insumos</p>	<p>Noviembre 2</p>	<p>Diciembre 6</p>	<p>Administrador</p>	<ul style="list-style-type: none"> Personal capacitado

5. **OBJETIVO ÁREA INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO:** Verificar que el sistema de calidad este implantando y cumpla continuamente con los requisitos especificados por la ley

<p>No hay capital necesario para desarrollar esta área.</p>	<p>Auditoria para el tratamiento de agua.</p>	<p>Certificado de calidad y control proceso</p>	<p>Enero 10</p>	<p>Febrero 10</p>	<p>Empresas capacitadoras</p>	<p>Personal capacitado</p>
---	---	---	-----------------	-------------------	-------------------------------	----------------------------



7. CONCLUSIÓN

Con este estudio que se realizó a la empresa agua pura fresh, se pudo observar que la empresa tiene falencias en las áreas de la administración, organización lo cual se analizaron las fortalezas, debilidades, oportunidades y las amenaza de la empresa agua pura fresh, donde e arrojó unos resultado de diferencia en sus diferentes área adecuadas.

De acuerdo a esto se vio la necesidad de profundizar la MATRIZ DOFA, ya que las debilidades no son favorables para empresa, pero también se resaltan las fortalezas porque ellos distribuyen el producto de buena calidad. De acuerdo a esto las oportunidades que ella tiene es que cuentan con buena ubicación geográfica y está legalmente registrada. En la parte de su debilidad observamos que no cuenta con una infraestructura no adecuada y no hay organización.

De acuerdo a sus áreas como son la contabilidad y finanzas se estudió que no cuenta con un sistema adecuado para su contabilidad adecuada, en su área de producción encontramos que cuenta con un buen procedimiento de control de calidad, maquinaria en buen estado. Área de marketing se observó que le falta mucha estrategia para la promoción y publicidad de la empresa en el municipio. Ya que solo se están limitando al producto y no innovan, por últimos tenemos el are de producción operacionales donde se mostró que Se tiene poco espacio para la realización de las actividades de producción.

Para darnos cuenta de cómo estaba marchando la empresa agua pura fresh a de cuadamente se realizaron unas encuestas a la parte interna y externa de la empresa donde nos pudimos dar cuenta que esta empresa cuenta con una ventaja competitiva en el mercado como es la confianza que el cliente tiene en sus productos; así como las inconformidades de los trabajadores en cuanto a las condiciones del área de trabajo, esto nos fue de tal utilidad para percibir las falencias en la implementación del proceso administrativo.

Con esta investigación pudimos implementar un plan de mejoramiento para la empresa agua pura fresh donde se busca que tengan una estrategia adecuada para la comercialización del producto.

Y así garantizar el logro de los objetivos a corto y largo plazo, esta empresa se encuentra posesionada en el mercado y se busca que sea más reconocida a nivel nacional.



8. BIBLIOGRAFIA

- ✓ <http://www.bdigital.unal.edu.co/1079/1/gloriamatinezlainasolanabetancourth.2003.pdf>
- ✓ <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewfile/1020/641>
- ✓ http://www.living-water.org/agua_purificada.html
- ✓ <https://es.slideshare.net/eremdirita/14fuerzas-externas-e-internas>
- ✓ http://www.academia.edu/16434996/conceptos-de-administracion-estrategica-14edi-david_1_
- ✓ thompson, arthur a. stricklan iii, a. j. administración estratégica, conceptos y casos. 11^a edición. México: mc graw hill. 1999. 401 p.



9. ANEXOS

ANEXO 01

ENTREVISTA REALIZADA A LOS DIRECTIVOS Y EMPLEADOS DE LA EMPRESA EMPACADORA AGUA PURA FRESH

Nombre: _____

Género: F _____ M _____

Cargo que ocupa en EMPACADORA AGUA FRESH: _____

1. ¿Qué función desempeña usted en la empresa?
2. ¿Cómo es su relación con los compañeros de trabajo?
3. ¿Considera usted que los precios son adecuados para los clientes?
4. ¿Manejan un pronóstico de ventas para el control de sus inventarios?
5. ¿Considera que el lugar de trabajo es adecuado para la realización de las actividades?
6. ¿En qué estado se encuentra la maquinaria de la empresa?
7. ¿Qué estrategias utilizan para atraer nuevos clientes?
8. Las metas y la visión de la empresa son clara para usted?
9. ¿Conoce usted el manual de funciones de la empresa?
10. La empresa le ofrece incentivos a sus empleados?



11. ¿Cree usted que el personal contratado por la empresa cumple con los requisitos del cargo?
12. ¿Cree usted, que la motivación influye en el desempeño de sus actividades?
13. ¿La empresa brinda medidas de protección al momento de realizar su labor?
14. ¿Cómo realiza actualmente el marketing de la empresa?
15. ¿Qué cambios piensas que serían convenientes realizar en los procesos que manejas para facilitar tu trabajo y el de tus compañeros?
16. Se sienten bien con respecto a la seguridad del lugar de trabajo y la ética de la empresa?



ANEXO 02

ENCUESTA PARA LOS CLIENTES DE LA EMPRESA EMPACADORA AGUA PURA FRESH

Nombre: _____

Edad: _____

1. Ocupación:

- a) cliente casual ()
- b) Tendero ()
- c) otras ()

2. ¿ha comprado alguna vez Agua Fresh?

- a) Sí ()
- b) No ()

3. ¿Cómo considera nuestros productos ¿

- a) Económico ()
- b) Normal ()
- c) costoso ()

4. ¿Compra agua en bolsa teniendo en cuenta la marca?

- a) Sí ()
- b) No ()
- c) A veces ()
- d) muy poco ()

5. ¿Cuándo compra bolsas de agua purificada que problemas ha detectado en el Producto?

- a) Ninguno ()
- b) El agua tiene mal sabor ()
- c) El empaque sabe a plástico ()
- d) El empaque no es práctico para abrir ()
- e) El producto no es práctico para llevar ()

6. ¿cuándo usted compara nuestros productos que diferencia encuentra

- a) Precios ()
- b) Calidad ()
- c) Presentación ()
- d) Sabor ()



7. ¿Cuánto dinero paga normalmente por la bolsa de agua que compra?

- a) Menos de 300 pesos ()
- b) 300 pesos ()
- c) más de 300 pesos ()

8. ¿con que frecuencia compra usted agua en bolsa?

- a) Diario ()
- b) Semanal ()
- c) Mensual ()

9. Como se siente con la atención que le brindan en la empresa Agua Fresh?

- a) Bien ()
- b) Regular ()
- c) Mal ()
- d) Excelente ()

10. ¿Por qué medios ha conocido la marca de nuestro producto?

- a) Radio ()
- b) Perifoneo ()
- c) Redes sociales ()
- d) Referido ()
- e) Volantes ()
- f) Ninguno ()

12. ¿Dónde obtiene regularmente nuestro producto?

- a) Tiendas ()
- b) Supermercado ()
- c) Graneros ()
- d) La propia fábrica ()

13. Están satisfecho con la ubicación de la empresa?

- a) Sí ()
- b) No ()



ANEXO 03.

REGISTROS FOTOGRÁFICOS



