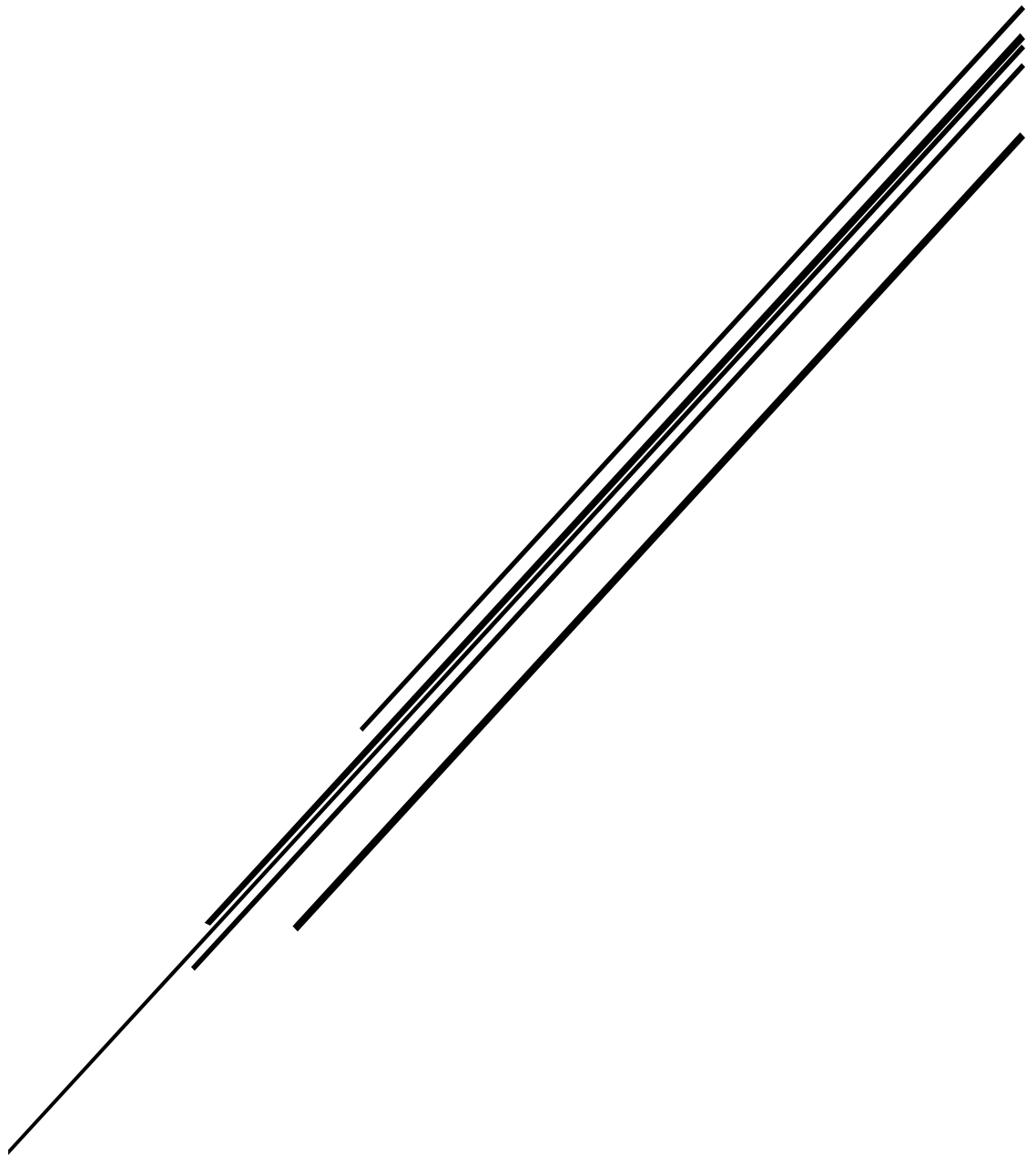


HERRAMIENTAS DE GESTION PARA EMPREDIMIENTO

Tulum Bikinis & More



- Alumna: Ricci, Victoria María • Dni: 38741792
- Tutora: Abbás, Virginia



Índice	
RESUMEN	2
1. INTRODUCCIÓN	3
2. DESCRIPCION DE LA SITUACION PROBLEMÁTICA.....	4
2.1. Preguntas de investigación	4
2.2 Objetivo general	4
3. MARCO TEORICO.....	5
Emprender	5
Análisis FODA.....	5
Modelo Canvas	6
Estructura Organizacional.....	6
Profesionalización	7
4. METODOLOGÍA.....	7
5. DESARROLLO.....	8
Descripción del emprendimiento.....	8
Mercado	8
Compañía	8
Competencia.....	9
Productos y servicios	9
Misión, Visión y valores.....	9
Análisis FODA.....	10
Modelo Canvas	11
Procesos	14
5. CONCLUSIÓN:	16
6.REFERENCIAS.....	17
7. APÉNDICE	18



RESUMEN

El presente trabajo está dirigido a profesionalizar el emprendimiento. La principal actividad de este es la comercialización de bikinis, lencería y velas aromáticas. Lo que motiva a la realización de este trabajo son las fallas en la poca formalización de sus procesos de administración. Con el mismo se busca saber qué está fallando y los objetivos que dirige el mismo, conocer las estrategias, y determinar su viabilidad económica ya que al no tener datos plasmados y organizados no se tiene conocimiento sobre su rentabilidad.

Para este plan se utilizarán distintas herramientas para lograr los objetivos planteados, tras el cumplimiento de estos se pretende que el emprendimiento sea totalmente beneficiado, su gestión se vea favorecida y funcione de manera profesional, sin fallas, así podrá utilizar la información que se genera constantemente, para beneficiar su trabajo.

Palabras Clave: emprender, formalizar, gestión, administración, estrategia



1. INTRODUCCIÓN

Tulum bikinis & More fue creado por dos hermanas, en la ciudad de San Miguel de Tucumán: Victoria y Paulina Ricci, es un emprendimiento que actualmente se dedica a la comercialización de bikinis, lencería femenina y velas aromáticas.

El mismo recibe el nombre de Tulum Bikinis, tras un viaje inolvidable realizado a las playas paradisíacas “Tulum” de la Riviera Maya, México. Las hermanas a la hora de llevar a cabo su sueño, pensaron en que el nombre “Tulum” era el más indicado, porque ese lugar las llevó a idear y a encarar este desafío. Además, evaluaron que se trata de un nombre corto, en castellano y fácil de recordar. También muy ligado con el producto principal del emprendimiento (bikinis), la playa, mar, palmeras, verano. Al tratarse de un lugar tan exótico y único por su encanto natural, las llevó a pensar y a relacionar con los diseños de los trajes de baño que iban a vender.

Tulum Bikinis & More se originó hace cinco años y desde ese momento no para de crecer. En sus inicios comenzó con un stock muy reducido y vendiendo por encargo solo bikinis. Hoy, con el paso de los años, no solo cuenta con un stock permanente, independientemente de la temporada que se trate, sino también con un gran número de clientes fieles y seguidores en sus redes sociales.

Recientemente incorporó su propia línea de lencería femenina y Velas aromáticas.

Tulum tiene contacto directo con los clientes a través de las redes sociales como por ejemplo “Instagram”, la cual cuenta con más de 15.000 seguidores, y la aplicación “Whatsapp empresa”.

Dicho emprendimiento tiene una excelente atención hacia el cliente: todas las dudas de los consumidores son respondidas en menos de 24 horas.

El negocio brinda la posibilidad para que el cliente arme su propio traje de baño; eligiendo los diseños, colores, y los talles de cada pieza del conjunto; generando así una combinación exclusiva para cada uno. Esto produce cierta diferenciación con respecto al resto de los competidores, los cuales venden conjuntos armados y de un talle en particular para ambas partes, tanto para las bikinis como para las prendas de lencería. Además, Tulum brinda la posibilidad que el consumidor compre solo una de las piezas del conjunto. Esto genera una gran flexibilidad por parte de los consumidores que, muchas veces, gastan demasiado dinero en un conjunto entero solo para tener la parte de arriba o de abajo que necesitan.

La oportunidad de negocios en dicho emprendimiento, nace de la necesidad de oferta de trajes de baño en la provincia de Tucumán. Además, se produjeron grandes cambios en los canales de compra y comunicación debido



al auge de las redes sociales y venta de productos online. Esto permitió que emprendimientos, como Tulum, acompañen de esta manera las nuevas demandas del mercado. Asimismo, ante la situación económica y social actual del país, buscaron reinventarse mediante la incorporación de nuevos productos que tenían pendiente: velas aromáticas y aromatizantes textiles. De esta manera intentan diversificarse, dejando de ser un negocio estacional para transformarse en un negocio rentable de todo el año.

En un futuro este emprendimiento planea dejar de dedicarse a la compra y venta de los productos que comercializa y poder involucrarse en el proceso de producción de estas desde su inicio.

2. DESCRIPCION DE LA SITUACION PROBLEMÁTICA

Tulum bikinis inició, en agosto del 2016, año tras año fue creciendo, tanto en el comportamiento de sus ventas como en la cantidad de productos ofrecidos. Sin embargo, el crecimiento y progresión del emprendimiento no es valorado en su totalidad, puesto que existe el problema de falta de una estructura formal de administración y de planificación estratégica. Esto se genera por la falta de control, formalización y profesionalización de los procesos del emprendimiento.

2.1. Preguntas de investigación

- ¿Cómo formalizar los procesos del emprendimiento?
- ¿Qué hacer para llevar el control de los procesos del emprendimiento?
- ¿Cómo generar información útil?
- ¿Cuáles son las tareas de cada dueña?
- ¿Existe una planificación estructural del mismo?
- ¿Cómo despensar los procesos del emprendimiento?
- ¿Cómo se puede seguir creciendo?

2.2 Objetivo general

Para obtener una solución a este problema, se plantea como objetivo principal diseñar y desarrollar herramientas para gestionar los procesos del emprendimiento estructurándolos y profesionalizándolos para así evitar la informalidad del mismo. Esto permitirá a Tulum bikinis conocer de manera transparente la situación actual y, así proyectar una situación futura.

Para poder llevar a cabo esto se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Formalizar los procesos del emprendimiento.
- Establecer funciones.
- Despensar.



- Diseñar herramientas para llevar un control de todos los procesos que se llevan a cabo.
- Realizar informes con información relevante disponible capturada por los sistemas que se implementen.
- Formular estrategias de largo y corto plazo.
- Establecer un control de inventarios.
- Realizar un análisis interno de la empresa.
- Crear la Visión, Misión y valores del emprendimiento
- Diseñar mecanismos para la gestión.
- Aprovechar el auge del emprendimiento para seguir creciendo.

3. MARCO TEORICO

Emprender

Según Andy Freire (2015) “un emprendedor es una persona que detecta una oportunidad y crea una organización (o la adquiere o es parte de un grupo que lo hace) para encararla”. El proceso emprendedor comprende todas las actividades relacionadas con detectar oportunidades y crear organización para concretarlas.

La planeación estratégica es el proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo” y es la herramienta con la que contamos para diseñar el futuro de nuestra empresa. La planeación estratégica requiere de un proceso estructurado en el que analizamos la empresa, el producto o servicio, el mercado, los clientes, los procesos, etc, con el objeto de alcanzar las metas planteadas y obtener una ventaja real sobre los competidores.

Análisis FODA

El análisis FODA son siglas que representan el estudio de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, de una empresa un mercado, o sencillamente a una persona, este acrónimo es aplicado a cualquier situación, en el cual, se necesite un análisis o estudio.

Cabe señalar que, el FODA es una herramienta fundamental en la administración y en el proceso de planificación, pudiendo dar fuerza a la sigla de oportunidad, logrando, además, la situación real en la que se encuentra la empresa o proyecto, y poder planificar alguna estrategia a futuro.

Se recurre a ella para desarrollar una estrategia de negocio que sea sólida a futuro, además, el análisis FODA es una herramienta útil que todo gerente de empresa o industria debe ejecutar y tomarla en consideración. Si existiera una situación compleja el análisis FODA puede hacer frente a ella de forma sencilla y eficaz. Enfocándose así a los factores que tienen mayor impacto en la



organización o en nuestra vida cotidiana si es el caso, a partir de allí se tomaran eficientes decisiones y las acciones pertinentes.

El FODA ayuda a tener un enfoque mejorado, siendo competitivo ante los nichos de los mercados al cual se está dirigiendo la empresa, teniendo mayores oportunidades en el mercado que se maneje creando estrategias para una eficaz competencia.

Modelo Canvas

Es una herramienta estratégica que nos permite generar, modelar, visualizar y comprender el modelo de negocio de cualquier empresa, mediante el cual se crea, genera y entrega los productos/servicios que satisfacen las necesidades de los clientes asegurando al mismo tiempo su viabilidad.

El modelo canvas puede ser utilizado tanto para la generación y desarrollo del modelo de negocio de una nueva empresa, para el análisis del modelo de negocio de cualquier empresa de la competencia, así como el replanteamiento del actual modelo de negocio de nuestra empresa. Todo ello plasmado en una sola hoja y representado de manera gráfica e intuitiva permitiendo comprender y analizar cualquier modelo de negocio con extrema facilidad y por ende los mecanismos que hacen a las empresas funcionar.

Estructura Organizacional

Es el sistema jerárquico escogido para organizar a los trabajadores y sus tareas para poder cumplir con los objetivos de la organización. Es representada gráficamente en un organigrama que se ramifica como árbol. Es un reflejo de la organización interna. Se reparte el trabajo en áreas funcionales o departamentos.

Según Robbins (1987) La estructura organizacional es el “esqueleto que la sostiene”. “Si los seres humanos tienen esqueletos que definen sus parámetros, las organizaciones tienen estructuras que definen los suyos”. “La distribución formal de los empleos dentro de una organización, la cual involucra las decisiones sobre la especialización, departamentalización, cadena de mando, amplitud de control y formalización”.

Según Mintzberg (1979) es “El conjunto de todas las formas de trabajo en diferentes tareas, y cómo se lleva a cabo la coordinación de estas”.

Delimita las responsabilidades y puestos acordes a una posición específica dentro del organigrama.

Una clara estructura organizacional beneficia a las empresas al establecer la cantidad de recurso humano que se requiere para poder llevar a cabo las funciones, delimita las responsabilidades, determina quienes son los



responsables de cada área o proceso y hace que la empresa sea más eficiente y productiva cumpliendo con sus objetivos.

Profesionalización

Según la Real Academia Española "Profesionalizar" es "dar carácter de profesión a una actividad", así como también señala que es "convertir a un aficionado en profesional". Otra definición "realizar una gestión profesional del negocio".

Por lo tanto, sería pasar de ser un emprendimiento a ser una actividad profesional. Para realizar este proceso de transición existen determinados términos que sirven como base: la Orientación y Planificación Estratégica, el Plan de Negocio, los Planes Operativos, el Modelo Comercial, el Reclutamiento formal de talento humano, los Esquemas de Seguimiento y gestión, así como la Mejora Continua.

No existe un momento correcto para hacer la transición, pero cuando el crecimiento del emprendimiento es acelerado, en cuanto a cantidad de ventas, satisfacción de clientes, cantidad de clientes, entre otros, se necesitará atender a más problemas, aumentará el trabajo operativo y existirán dificultades para mantener flujo de trabajo fluido. Es así como los dueños del emprendimiento se ven obligados a cumplir con diversas tareas operativas, no pudiendo prestar atención en ocuparse de cuestiones estratégicas y planeación.

Uno de los máximos beneficios de profesionalizar es que facilita su crecimiento, a través de la creación de estructuras sólidas, mejora en la rentabilidad, también le permite permanecer en el mercado, evitar conflictos, aumentar el rendimiento.

Para profesionalizar la tecnología es un gran aliado, se utilizan software ERP que es un sistema de gestión empresarial que integra todas las áreas del negocio, automatizando los procesos internos. Así, centraliza toda la información de la empresa para tener una base de datos única que optimiza la gestión y la toma de decisiones de todos los sectores.

4. METODOLOGÍA

El enfoque metodológico elegido para el presente trabajo es de tipo cualitativo. Desde un diseño de investigación–acción práctico (resolver un problema, introducir la mejora o generará un cambio), se deberá observar, pensar y actuar, en el proceso de formalización del emprendimiento constantemente. Se busca obtener datos, convertirlos en información para luego analizarlos y comprenderlos, para así poder responder a las preguntas de investigación.

La recolección de datos será a través de observación y entrevistas abiertas, se utilizarán tanto de fuentes primarias como secundarias. También se



hará el diseño organizacional del emprendimiento y estructuración de los procesos del mismo.

5. DESARROLLO

Descripción del emprendimiento

El emprendimiento “Tulum Bikinis & More” se dedica a la comercialización de bikinis, ropa interior femenina y velas aromáticas en la provincia de Tucumán. El mismo tiene una antigüedad de 5 años en el mercado.

Se considera óptimo El desarrollo del presente trabajo debido a que servirá de guía para administrar el emprendimiento, desde la planeación, gestión, control y evaluación.

Mercado

El mercado en el cual se encuentra este emprendimiento es el de la comercialización de bikinis, lencería y velas aromáticas. Sus productos se comercializan, principalmente, en contexto de pandemia por medio de redes sociales como ser “Instagram” y “Facebook”, las cuales permiten hacer conocer su oferta a una mayor cantidad de clientes potenciales. También se comercializa por la aplicación “Whatsapp Business”. Además, cuentan con un espacio físico para exponer sus productos el cual hoy se encuentra cerrado a la atención al público. El mercado meta de Tulum Bikinis está dirigido principalmente a mujeres entre 15 a 45 años, de clase media-alta, que habitan en la provincia de Tucumán. Son personas que les gusta verse y sentirse bien; y buscan constantemente cuidar su imagen, siguiendo las tendencias del momento. Valoran la calidad y el diseño. Los productos ofrecidos tienen un alto potencial de crecimiento al poder adaptar sus artículos innovadores según los gustos de cada cliente.

Compañía

El emprendimiento inició hace 5 años, en ese momento se dedicaba únicamente a la venta de Bikinis por encargo. A medida que pasó el tiempo y la demanda fue creciendo, se incorporaron nuevos productos para comercializar, como ser lencería y velas aromáticas.

El equipo de Tulum Bikinis & More está formado por dos hermanas:

- Paulina María Ricci: Licenciada en Comunicación y Community Manager.
- Victoria María Ricci: Estudiante de la Licenciatura en Administración de la Facultad de Ciencias Económicas.



Competencia

En el rubro bikinis, se destacan como competidores directos “Sienna Bikinis” y “Niza Bikinis,” negocios que solo funcionan por temporadas (Septiembre/Diciembre).

En el rubro lencería, se destacan “La Biancheria” y “Boutique Lencería” el primero cuenta con productos de distinto estilo al proporcionado por Tulum Bikinis & More y el segundo se especializa en pijamas y ropa interior para novias y madres, no ofrecen variedad en sus productos ni la posibilidad de armar conjuntos a medida. En el rubro de velas, “Morada” y “CasadVelas” son emprendimientos recientes por lo que no están fuertemente posicionados en el mercado. Sus precios son altos y trabajan solo por pedido por lo que no cuentan con stock para ver, elegir y apreciar el producto antes de realizar la compra. Los competidores indirectos son: Renée, Odisea Bikinis y Guadalupe Cid (rubro bikinis). Caro Cuore y Selú (rubro ropa interior). “Llum Casa Perfum” y “Apotheke” (rubro velas). Los mismos se encuentran completamente posicionados a nivel nacional, salen del rango de precios y comercializan sus productos en cadenas de almacenes, locales propios y ventas online.

Productos y servicios

Tulum bikinis ofrece a sus clientes y potenciales clientes una gran variedad de productos. Entre ellos:

- Bikinis: Bikinis con tiras comunes, Bikinis con tiras regulables, Bikinis fijas y enterizas.
- Lencería: Corpiños armados, corpiños de encaje, bombachas de algodón y bombachas de encaje, pijamas, camisones.
- Velas aromáticas: Modelo natural, modelo caramelera y modelo ámbar.

Una ventaja competitiva que otorga valor a los productos que se venden es la posibilidad que el cliente pueda armar y combinar conjuntos, de acuerdo a sus medidas, gustos y preferencias. Se destaca la gran variedad de talles y diseños en sus prendas. Uno de los pilares más valorados por los clientes es la Alta calidad de los productos que ofrecen, además de la experiencia de compra.

Misión, Visión y valores

Misión: Tulum bikinis es un emprendimiento dedicado a la comercialización y venta de lencería femenina, bikinis y velas aromáticas, con diseños llamativos, productos únicos y de alta calidad que satisfacen las necesidades, gustos y preferencias de nuestras clientas, permitiendo que las mismas queden satisfechas y vuelvan a repetir la experiencia de compra



Visión: Ser un emprendimiento líder en la provincia de Tucumán, tanto en el mercado de bikinis como en el de lencería femenina, garantizando que nuestra marca sea reconocida por sus prendas de alta calidad y diseños sofisticados, siempre cumpliendo con las expectativas de nuestras clientas cautivando sus emociones.

Valores:

- **Pasión:** Amar lo que hacemos y luchar día a día por mejorar lo que ofrecemos.
- **Compromiso:** Realizar nuestro trabajo con dedicación y responsabilidad, y cumplir con los objetivos de nuestra organización, buscando permanentemente lograr una mejora continua
- **Responsabilidad:** Cumplir las obligaciones y adquirir conciencia de las decisiones tomadas.
- **Trabajo en equipo:** Contribuir al desarrollo de la empresa y de los integrantes., y trabajar coordinadamente por intereses comunes en un ambiente de colaboración.
- **Calidad:** Búsqueda de la excelencia.

Análisis FODA

El mismo se realizó para efectuar un análisis más profundo de la situación actual de Tulum Bikinis & More. Dicho análisis permite ver que la principal ventaja competitiva consiste en que los clientes pueden adquirir los productos en conjunto o piezas sueltas combinando talles, modelos y colores asegurando alta calidad.

Por otro lado, una de las debilidades que más afecta al emprendimiento es la falta de un sistema para la automatización de las operaciones administrativas y que todo depende de las dueñas.

Dentro de las oportunidades se destaca la existencia de una competencia bastante frágil formada por emprendimientos que solo aparecen en determinadas estaciones y, los que permanecen todo el año, ofrecen productos estándares de poca calidad sin preocuparse por la mejora continua y satisfacción al cliente. Por otro lado, las tendencias del mercado impulsan constantemente al emprendimiento a potenciarse y tener en claro hacia dónde se quiere direccionar para mejorar continuamente. Debido a que no existen barreras de entrada para este mercado, y que solo se requiere un cierto monto de inversión para ingresar en el mismo, constantemente aparecen nuevos competidores estacionales.



Modelo Canvas

Socios Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con los Clientes	Segmento de Clientes
-MOLIPET -Estilo Personalizado -Proveedores	-Compra de insumos y productos -Manejo de redes sociales activo -Atención al personal	-Productos innovadores y de alta calidad -Posibilidad de adquirir o armar y combinar conjuntos. -Diversidad de talles y diseños	-Asesoría personalizada -Excelente atención -Servicios post ventas para retener los clientes.	-Mujeres entre 15 y 45 años de clase económica media-alta. -Personas que valoran la calidad y el diseño
	Recursos Claves		Canales	
	-Humanos -Financieros -Físicos	-Atención rápida y personalizada	-Tienda física -Instagram -Whatsapp Business	
Estructura de Costos		Fuente de ingresos		
-Costos variables: Insumos, MO -Costos Fijos: Wifi, agua, luz		-Ventas de productos		

Luego del análisis detallado del emprendimiento, se llevó a cabo, la creación de planillas que especificaran en detalle las ventas, gastos, stock, precios y compras, estas fueron ideadas al inicio del desarrollo de este trabajo.

Al inicio del proceso, se diseñó un organigrama, el cual permite organizar la estructura de Tulum Bikinis & More, con el fin de crecer con orden y eficacia. El objetivo principal de este fue la búsqueda de claridad en la estructura del emprendimiento, que, si bien hoy está formado por dos personas, en un futuro no tan lejano, se requerirá de colaboradores. Esto evitará que exista superposición de funciones y responsabilidades y que el tiempo invertido sea mucho menor al existir un orden. También, ayuda a contar con la información necesaria de inmediato de cada área del emprendimiento.

De este modo, para realizar el organigrama se dividió el emprendimiento en “**Áreas Funcionales**”, las cuales son:

Producción y diseño, Compras, Ventas, comunicación y publicidad, Administración.



Luego de identificar las distintas áreas funcionales, se identificaron las actividades o **tareas** que llevan a cabo las mismas:

Diseño y Producción:



- Conocer las tendencias del mercado para desarrollo y producción de nuevos productos.
- Trabajar en conjunto con la diseñadora para plasmar las ideas en los nuevos productos.
- Realizar diversas pruebas de los nuevos productos hasta lograr el producto deseado.
- Buscar materias primas e insumos de alta calidad, innovadores y que se diferencien del resto.
- Supervisar el proceso de producción.
- Control de calidad de los productos que llegan.
- Detectar los modelos más vendidos e intentar reversionarlos todo el tiempo como por ejemplo hacerlo en nuevos colores, en nuevas telas.
- Analizar los gustos de las clientas.
- Estar en comunicación con compras y ventas, para poder planificar los tiempos de producción.

Compras:

- Búsqueda activa de nuevos proveedores y productos novedosos para incluir al emprendimiento.
- Identificar nuevas oportunidades para seguir creciendo en el rubro.
- En comunicación constante con los proveedores actuales.
- Realizar los pedidos a proveedores de manera conjunta.
- Colocar etiquetas y precios a los productos que llegan.
- Dar de alta los productos en stock.
- Organizar el stock y controlarlo constantemente para detectar faltantes.
- Establecer políticas de compras.
- Evaluar costos y precios
- Estar pendientes de las novedades del mercado.
- Saber qué necesidades de stock existen, que no falte material, pero tampoco excederse.
- Supervisar la calidad de los productos adquiridos, así como si han llegado en perfectas condiciones. En caso de que lleguen en mal estado, se desprende otra tarea que es reclamar al proveedor.
- Realizar el seguimiento de pedidos.
- Pedir cotizaciones
- Negociar y pactar las mejores condiciones para el emprendimiento.
- Comunicar sobre la compra realizada.
- Solicitar a administración que realice el pago.

Ventas

- Pensar estrategias de ventas.



- Atención al cliente rápida y eficaz.
- Responder las consultas recibidas por las redes sociales y por whatsapp business.
- Recibir los pedidos de los clientes.
- Chequear disponibilidad del stock.
- Junto con compras y comunicación y publicidad planear distintas promociones para fechas especiales
- Brindar asesoría personalizada a los clientes.
- Procesar los pedidos de los clientes.
- Empaquetar los pedidos.
- Coordinar la entrega con el cliente.
- Enviar a pick up point los pedidos que son para retiro.
- Estar en comunicación con las empresas de envíos.
- Coordinar y Distribuir los paquetes a las diversas empresas de envíos a domicilio.
- Organizar el stock y controlarlo constantemente para detectar faltantes, de ser así comunicar a compras.
- Brindar servicio post venta.
- Conocer las características de los productos.
- Estar en comunicación con clientes y escuchar sugerencias y reclamos.

Comunicación y publicidad

- Conocer en profundidad el emprendimiento y su cliente.
- Conocer las características de los productos.
- Afianzar su ventaja competitiva constantemente
- Manejo de redes sociales del emprendimiento
- Planificación y creación del contenido.
- Conocer al público objetivo.
- Creación estrategias de comunicación útiles.
- Relación con otros emprendimientos e influencer para hacer acciones conjuntas.
- Realización de producciones fotográficas tanto de producto como con modelos.
- Trabajar en desarrollo de una página web
- Desarrollo de marca para aumentar visibilidad reputación y posicionamiento.
- Idear y llevar a cabo distintas promociones en fechas especiales.
- Diseñar las diversas tarjetas que acompañan a los productos al entregárselos a las clientas.
- Estar constantemente innovando con el packaging de los productos.
- Estar a alerta de las acciones de los competidores.



- Analizar el mercado y sus tendencias.
- Diseñar la estrategia de publicidad y ventas.
- Cautivar a la audiencia e Impulsar las interacciones.
- Búsqueda constante de inspiración para nuevos productos y contenido digital.
- Diseñar Estrategias para fidelizar al cliente.
- Conocer las características propias de cada red social para publicar el tipo de contenido ideal en cada canal.
- Valorar periódicamente el desempeño del emprendimiento en redes sociales.
- Comunicarse con compras y ventas

Administración

- Pagar a proveedores
- Gestionar el emprendimiento.
- Llevar el control de ingresos y egresos de dinero.
- Reuniones de equipo periódicamente.
- Saber que pasa en los otros departamentos
- Encargarse del Packaging: revisar que haya disponibilidad en todo momento, armar cajas, preparar bolsas y tarjetas. Si no hay encargarse de comprar lo necesario para la entrega de los productos.
- Creación del nuevo espacio para el emprendimiento.
- Formular políticas y procedimientos de funcionamiento.
- Organizar y planear.
- Dirigir.
- Coordinar.
- Controlar.
- Evaluar.
- Prestar atención a las acciones de competidores.

Luego de identificar las tareas que se realizan en cada puesto se hizo un descriptivo de puestos, los cuales pueden verse en el anexo.

Procesos

- Diseño y producción.
- Pedido de mercadería
- Recepción de pedido de mercadería
- Venta online, recepción de pedido y logística de distribución.
- Venta presencial
- Manejo de redes sociales
- Armado de packaging (Lencería y Bikinis)
- Armado de packaging (Velas Aromática)



- Armado de pedido (Lencería, Bikinis y Velas Aromáticas).
- Proceso de devolución – cambio

Como **herramientas** adicionales se investigó en el mercado de software de gestión. Se eligieron tres sistemas de todos los que se ofrecen en el mercado, los cuales son Contagram, Xubio y Dragonish. Se realizó un análisis, se piensa que puede ser un gran soporte a la hora de hacer un uso eficiente de la información que hoy se está perdiendo, optimizar tiempo de respuesta, minimizar costos entre otras razones.

Xubio

Es utilizado por pequeñas empresas para llevar a cabo diferentes procesos, tales como facturación, cotizaciones, contabilidad, impuestos, entre otras actividades. Ayuda a que el trabajo sea más simple, brinda la posibilidad de gestionar la empresa desde cualquier dispositivo. Características destacadas: Fácil de usar. El pago mensual incluye servicios como facturación online, reportes, entre otros. No se debe instalar un software. Ahorro de tiempo el cual se puede utilizar para hacer crecer el negocio. Se actualiza periódicamente sin costos adicionales. Información segura. No se pide un tiempo mínimo de permanencia. Puede ser dado de baja. Prueba gratis.

Funcionalidades: Facturación electrónica: se ahorra tiempo, es más eficaz, se ahorra dinero y se ayuda al medio ambiente. Se entiende la naturaleza compleja de cumplir con las obligaciones contables y fiscales para PyMEs y Monotributistas. Analiza y rastrear la información en tiempo real. Reportes de gestión. Ajuste por inflación. Sueldos.

Hay distintos planes según las determinadas características, los mismos van desde una función muy básica gratis hasta \$16000.

Contagram

Contagram es un sistema de gestión en la nube que te permite facilitar la administración de la empresa, de manera simple, rápida e intuitiva. Funcionalidades: Ventas, Compras, Stock, Cobranzas, Pagos, Informes, Panel de control, Gastos, Tesorería. Cuenta con distintos planes que van desde los \$4800 a \$8250. Varían según las siguientes características: operaciones por mes, cantidad de usuarios, usuario adicional, facturación electrónica, acceso a todo el sistema y soporte.

A diferencia de las dos opciones que se presentaron anteriormente Zoo Logic es un software que acompaña el crecimiento de las empresas con soluciones que ayudan a la administración, gestión y control de todas las actividades comerciales y administrativas de los puntos de venta. Además, lleva a cabo la digitalización a todo tipo de comercios, shopping centers, franquicias y asociados a cámaras y agrupaciones comerciales.



De este se desprende Dragonfish Color y Talle: Es un programa de facturación que permite gestionar las ventas del comercio, consultar la contabilidad, controlar el stock, realizar el inventario. También se pueden generar promociones, conectar con los principales medios de pago, crear etiquetas para lectores de códigos de barras, integrar e-commerce, entre múltiples funcionalidades. El sistema agiliza y simplifica las tareas de tu comercio.

Funcionalidades: Control de Stock, Administración de Inventarios, Contabilidad, Gestión de Facturación, Sistema de Ventas, Operaciones con tarjetas de crédito y Medios de Pago, Listados y consultas, Integraciones, Promociones, Gestión de Cajas e Impresión de etiquetas, Comercio exterior.

Se realizó una reunión con el representante de la empresa en Tucumán y para Tulum Bikinis & More el presupuesto se puede ver en anexos.

5. CONCLUSIÓN:

El emprendimiento Tulum Bikinis & More comenzó como un “hobby”, pero año tras año, fue creciendo y, sin embargo, siguió siendo administrado de manera “casera”.

Por lo tanto, con el análisis y desarrollo de esta investigación queda reflejado que se puede seguir creciendo e incluso mucho más de lo que se imaginan las dueñas, mejorando la calidad en todos los aspectos del emprendimiento, a través de una planificación y estrategia para ordenar la información cualitativa y cuantitativa. De esta manera, el tiempo invertido en detallar el análisis interno, la organización de las tareas, procesos y explorar las distintas herramientas útiles para la gestión fue muy positivo ya que permitirá poder contar con información valiosa y eficaz para tomar mejores decisiones y tener el control de distintos aspectos que no se podrían, ni se tendría en cuenta si se seguiría administrando de manera “casera”.

También se exploró sobre soluciones tecnológicas disponibles en el mercado que pueden servir como apoyo a la gestión mejorándola, desde la simplificación de tareas, la disminución de costos y tiempo de trabajo. Lo que, se espera que los sistemas y software que se plantearon acompañen el crecimiento del emprendimiento.

Una vez que se implemente lo investigado se piensa que la gestión se simplificará y quienes trabajan en el mismo podrán enfocarse en la atención al cliente y vender que es lo que más disfrutan.

Para finalizar, llegamos a la conclusión que la profesionalización y planificación se trata de un proceso necesario y útil para el progreso y crecimiento del emprendimiento, el cual debe integrar métodos de trabajo con tareas, funciones que permitan estructurar un accionar estratégico acorde a los



objetivos de productividad y competitividad. Por lo que, el proceso de profesionalización será alentador para las dueñas, ya que se podrá garantizar los mejores resultados en términos de crecimiento para el emprendimiento, estabilidad laboral de las mismas, calidad de vida y permanencia de la organización a través del tiempo. Y mientras, terminar con la pobre e improvisada planificación del mismo.

6.REFERENCIAS

- Freire, A. (2004). *Pasión por Emprender. De la idea a la cruda realidad*. Aguilar
- Palancas. Sbdar, M (2014) *Modelo de creación de empresas perdurables*. La materia contenidos
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Mcdaniel C / Gates Roger (2010). *Investigación de mercados cengage learning encuadernación*
- Arthur A. Thompson, Margaret A. Peteraf, J. Gamble and A. J. Strickland III,(2014). *Administración estratégica*. McGraw-Hill.



-
- Riquelme Leiva, M (2016). *FODA: Matriz o Análisis FODA – Una herramienta esencial para el estudio de la empresa*. Santiago, Chile. <https://www.analisisfoda.com>
 - Ansorena Cao, a (1996). *15 pasos para la selección del personal con éxito*. Métodos e instrumentos. Paidós.

7. APÉNDICE

Para la primera entrevista con las dueñas se utilizaron las siguientes preguntas abiertas como referencia para estructurar la charla, en ese momento surgieron más preguntas a lo largo de la misma.

1. ¿Hace cuánto tiempo que existe el emprendimiento?
2. ¿Cómo surgió la idea de crearlo?
3. ¿Cuántos empleados tiene el emprendimiento?
4. ¿Cómo están organizadas?



5. ¿el emprendimiento está creciendo o estable?
6. ¿cómo fue la evolución del mismo?
7. Díganme 3 palabras que definan el emprendimiento
8. ¿Cuál cree que es su mayor fortaleza? ¿Debilidades?
9. ¿Qué haces que sea diferente? ¿cuál piensan que es su ventaja competitiva?
10. ¿Qué productos venden? ¿Qué aportan a sus clientes?
11. ¿Conocen a tus clientes y clientes potenciales?
12. ¿Qué las empuja a seguir crecimiento?
13. ¿debido a que aspectos decidieron incorporar nuevas ramas de productos?
14. ¿qué es lo que priorizan al momento de brindar el servicio a sus clientes?
15. ¿Quiénes son los clientes actuales y cuál es el canal de venta?
16. Si tuvieran que enumerar sus principios fundamentales, ¿cuáles serían? ¿Cuáles son sus bases para el emprendimiento?
17. ¿cómo es la relación con los proveedores?
18. ¿Cuánto son los proveedores que actualmente tienen?
19. ¿Cómo son los procesos de administración del mismo?
20. ¿Piensan que se pueden mejorar?
21. ¿Cómo es su competencia?
22. ¿existe un manual de funciones? ¿Saben cuáles son las tareas que necesitan hacer a diario, mensualmente o anualmente? ¿Conoce cada persona del equipo lo que debe hacer en cada momento?
23. ¿Ganan dinero vendiendo? ¿Es sostenible su estructura de costos?
24. ¿Tienen claros sus objetivos?
25. ¿Cuál es la estrategia y plan de expansión?
26. Si volvieran a empezar de cero, ¿seguirían el mismo camino o cambiarían algo que hicieron?



27. ¿Qué es lo que más las motiva para continuar?

28. Reflexionando sobre los elementos que explican el éxito de su empresa, ¿qué factores consideran más relevantes? ¿Podrían dar cinco indicaciones básicas para gestionar de manera eficaz un negocio de estas características?

29. Si miran para atrás, ¿cuál fue el episodio más gratificante que han vivido?

30. Mirando al futuro, ¿dónde ven a su emprendimiento dentro de diez? ¿Y a ustedes?

Analisis FODA



<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Atención personalizada brindada por sus dueñas• Variedad de talles y productos• Buena experiencia durante la compra• Antigüedad en el mercado• Innovación constante• Adaptación a las distintas tendencias y temporadas• Alta calidad• Diseños modernos y creativos• Buena relación con proveedores• Personalización en el armado de conjuntos combinando talles y diseños.	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• No se cuenta con una página web para ventas online• No se delegan tareas operativas, por lo que las dueñas no tienen demasiado tiempo para definir estrategias y planificar.• No se cuenta con un sistema especializado para la administración en general del emprendimiento; todo se realiza de forma manual.
<p>OPORTUNIDAD</p> <ul style="list-style-type: none">• Competencia débil• Tendencias favorables en el mercado• Mercado mal atendido	<p>AMENAZA</p> <ul style="list-style-type: none">• Constante aparición de nuevos competidores, debido a que no hay bajas barreras de ingreso.• Inflación. Lo que incrementa los costos y disminuye el poder adquisitivo del cliente.• Cambio de hábitos de los consumidores.

Modelo Canvas. Desarrollo

SEGMENTOS DE MERCADO

Dirigida principalmente a mujeres entre 15 a 45 años, de clase media, media- alta, que habitan en la provincia de Tucumán.

Son personas que les gusta verse y sentirse bien y buscan constantemente cuidar su imagen, siguiendo las tendencias del momento.

Valoran la calidad y el diseño.



Tienen una personalidad extrovertida, usan colores y estampas llamativas.

Llevan una actividad social permanente y vida sana.

Son apasionadas por las compras.

Usan mucho las redes sociales.

Les gusta viajar.

PROPUESTA DE VALOR

Ofrece productos innovadores y de alta calidad al cliente, dando la posibilidad de adquirir prendas sueltas o armar y combinar conjuntos, de acuerdo a sus medidas, gustos y preferencias. Se destaca comodidad y la amplia variedad de talles y diseños de sus prendas. Atención rápida y personalizada. Trato cordial a sus clientas. Constante incorporación de nuevos diseños y productos.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN

Los canales de comunicación utilizados son: Redes Sociales (Instagram y Facebook), E-chat (Whatsapp Business) y Tienda física. Los Canales de distribución utilizados son: tienda física, empresa de correo "Servicio Modernos", empresa de cadetería "Mensajes" éstas últimas dos se encargan de los envíos a domicilio.

RELACIONES CON LOS CLIENTES

La atención en tienda física es de manera directa y personal, lo que generará una experiencia de compra con un ambiente agradable, premiando una excelente atención al cliente. Se logra una relación cercana, a través de asesorías personalizadas vía whatsapp, teléfono, redes sociales y, se ofrece un servicio postventa adecuado. Proactividad en el servicio de atención al cliente. Personalización de mensajes y ofertas. Utilizan una comunicación transparente y sincera, generando una interacción. También pagan publicidad en las redes sociales para promocionar sus productos y llegar a su mercado meta. Además,



ofrece descuentos o beneficios a clientas que compran frecuentemente con el objetivo de lograr la fidelidad de las mismas.

FUENTES DE INGRESOS

Los ingresos son generados por la venta de los productos. Los medios de pago que ofrece son: efectivo, transferencia bancaria, tarjetas de débito y crédito. Cuenta con diversas estrategias de precios tales como descuentos en temporada baja del rubro más vendido como ser el de las bikinis, también promociones para fechas especiales como ser día del amigo, día de la madre, navidad, etc.

RECURSOS CLAVE

Recursos humanos: Dueñas dinámicas y con iniciativa, actualizadas sobre las últimas tendencias, siendo una de ellas profesional cualificada con nociones de tecnología y comunicación social para ayudar al consumidor final.

Recursos financieros: El emprendimiento inicia con el aporte de capital propio de las dueñas. Actualmente, se mantiene a través de la reinversión de ganancias obtenidas año a año.

Recursos físicos: Se cuenta con punto de venta en San Miguel de Tucumán personalizada y comercializar los productos a los clientes.

ACTIVIDADES CLAVE

Compra de mercadería.

Manejo de redes sociales activo.

Venta del producto.

Servicio post-venta.

Búsqueda de tendencias y nuevos diseños para sorprender al cliente.

Comprar insumos para packaging cada mes.



Búsqueda permanente de proveedores accesibles para mantener la innovación continua.

ALIADOS CLAVE

Sus principales aliados son proveedores, tanto de materia prima como de productos terminados, al tener muy buena relación permite a las dueñas del emprendimiento contar con los productos en el momento adecuado. La empresa de correo privada, contratada para los envíos a domicilio, se considera un aliado estratégico.

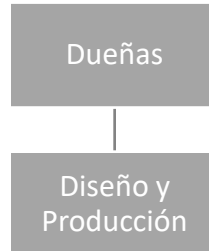
Para un futuro se considera tener de aliado clave a la empresa Molipet y Estilo Personalizado con quien se compartirán las maquinarias para sublimar las telas para la producción de bikinis.

ESTRUCTURA DE COSTOS

El emprendimiento incurre tanto en costos fijos como en variables. Entre los primeros podemos encontrar: luz, agua, electricidad e internet. Con respecto a los costos variables, se incurre tanto en los costos de adquisición de los productos comercializados como en el material de empaque de los mismos (el costo de empaque está incluido dentro del costo de adquisición, ya que el proveedor vende el producto completo con dicho servicio). El negocio no incurre en costos de distribución ya que el envío está a cargo del consumidor final.

DESCRIPCION DE PUESTOS

	DESCRIPCIÓN DE PUESTO	Referencia:		
		Versión: 1		
		Fecha:		
1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO				
• Denominación del puesto: Responsable de Diseño y Producción				
• Reporta a: Dueñas en toma de decisiones				
• Persona a cargo:				
	Si		No	X
2. UBICACIÓN DEL PUESTO DENTRO DE UNA UNIDAD ORGANIZATIVA				



3. MISION DEL PUESTO

- Asegurar el diseño y la producción de productos de alta calidad e innovadores para luego comercializarlos en el emprendimiento.
- Informar a los departamentos Compras y Ventas sobre el desarrollo de la producción y sus tiempos.
- Buscar inspiración constante siguiendo las tendencias del mercado.

4. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL PUESTO

- Conocer las tendencias del mercado para desarrollo y producción de nuevos productos.
- Trabajar en conjunto con la diseñadora para plasmar las ideas en los nuevos productos.
- Realizar diversas pruebas de los nuevos productos hasta lograr el producto deseado.
- Buscar materias primas e insumos de alta calidad, innovadores y que se diferencien del resto.
- Supervisar el proceso de producción.
- Control de calidad de los productos que llegan.
- Detectar los modelos más vendidos e intentar reversionarlos todo el tiempo como por ejemplo hacerlo en nuevos colores, en nuevas telas.
- Analizar los gustos de las clientas.
- Estar en comunicación con compras y ventas, para poder planificar los tiempos de producción.
- Optimizar el uso y aprovechamiento de los recursos.
- Analizar lo que los competidores ofrecen e intentar distinguirse del resto.



	DESCRIPCIÓN DE PUESTO	Referencia:		
		Versión: 1		
		Fecha:		
9. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO				
<ul style="list-style-type: none">• Denominación del puesto: Responsable de Compras				
<ul style="list-style-type: none">• Reporta a: Dueñas en toma de decisiones				
<ul style="list-style-type: none">• Persona a cargo:		Si	No	X
10. UBICACIÓN DEL PUESTO DENTRO DE UNA UNIDAD ORGANIZATIVA				
<pre>graph TD; Dueñas[Dueñas] --- Compras[Compras];</pre>				
11. MISION DEL PUESTO				
<ul style="list-style-type: none">• Asegurar la obtención de productos a tiempo para asegurar el normal funcionamiento del emprendimiento. Procurar obtención a menor precio y mejores condiciones financieras dentro de los estándares de calidad requeridos.• Mantener informado al departamento ventas sobre el proceso de compra y tiempos estimados de demora.• Estar constante movimiento para incorporar productos nuevos y novedosos al emprendimiento.				
12. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL PUESTO				
<ul style="list-style-type: none">• Búsqueda activa de nuevos proveedores y productos novedosos para incluir en el emprendimiento.• Identificar nuevas oportunidades para seguir creciendo en el rubro.• En comunicación constante con los proveedores actuales.				



- Realizar los pedidos a proveedores de manera conjunta.
- Colocar etiquetas y precios a los productos que llegan.
- Organizar el stock y controlarlo constantemente para detectar faltantes.
- Establecer políticas de compras.
- Evaluar costos y precios.
- Estar pendientes de las novedades del mercado.
- Saber qué necesidades de stock existen, que no falte material, pero tampoco excederse.
- Supervisar la calidad y condiciones de los productos adquiridos, En caso de que lleguen en mal estado, se desprende otra tarea que es reclamar al proveedor.
- Realizar el seguimiento de pedidos.
- Pedir cotizaciones
- Negociar y pactar las mejores condiciones para el emprendimiento.
- Comunicar sobre la compra realizada.
- Solicitar a administración que realice el pago.

13. PERFIL DEL PUESTO

• **Sexo:** Femenino

• **Edad:** 25 – 50 años

• **Nivel de educación formal**

b) Primario Secundario Tecnicatura Universitario

• **Idioma:** No se requiere para el puesto.

• **Informática:**

c) Microsoft Office

d) Manejo de Excel

14. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO

• **Experiencia laboral:** 2 años en posiciones similares (No excluyente)



• Lugar de trabajo: San Miguel de Tucumán
• Horario laboral: Lunes a viernes de 9 hs. A 13 hs.
• Disponibilidad para viajar: No
• Movilidad propia: No

15. COMPETENCIAS

<ul style="list-style-type: none">• Compromiso• Trabajo en equipo• Proactividad• Gestión• Negociación• Comunicación• Toma de decisiones• Capacidad de análisis

16. RELACIONES INTERPERSONALES DEL PUESTO

• Dueñas	Reporta – Toma de decisiones
• Proveedores	Negociación y seguimiento de compras
• Administración	Pago a proveedores
• Comunicación y publicidad	Informar sobre llegada de nuevos productos.

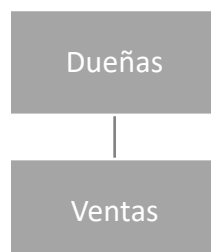
	DESCRIPCIÓN DE PUESTO	Referencia:
		Versión: 1
		Fecha:

17. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

• Denominación del puesto: Responsable de Ventas				
• Reporta a: Dueñas en toma de decisiones				
• Persona a cargo:	Si		No	X



18. UBICACIÓN DEL PUESTO DENTRO DE UNA UNIDAD ORGANIZATIVA



19. MISION DEL PUESTO

- Conocer los distintos productos y sus características para poder brindar atención personalizada y asesoría, para lograr que el cliente efectúe la compra.
- Lograr que el proceso de venta sea efectivo y que el producto llegue al cliente lo más rápido posible.
- Responder favorablemente ante reclamos de los clientes, siempre intentando que los mismos queden satisfechos aspirando a que repita su compra.

20. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL PUESTO

- Pensar estrategias de ventas.
- Atención al cliente rápida y eficaz.
- Responder las consultas recibidas por las redes sociales y por whatsapp bussines.
- Recibir los pedidos de los clientes.
- Chequear disponibilidad del stock.
- Junto con compras y comunicación y publicidad planear distintas promociones para fechas especiales
- Brindar asesoría personalizada a los clientes.
- Procesar los pedidos de los clientes.
- Empaquetar los pedidos.
- Coordinar la entrega con el cliente.
- Enviar a pick up point los pedidos que son para retiro.
- Estar en comunicación con las empresas de envíos.



- Coordinar y Distribuir los paquetes a las diversas empresas de envíos a domicilio.
- Organizar el stock y controlarlo constantemente para detectar faltantes, de ser así comunicar a compras.
- Brindar servicio post venta.
- Conocer las características de los productos.
- Estar en comunicación con clientes y escuchar sugerencias y reclamos.

21. PERFIL DEL PUESTO

• **Sexo:** Femenino

• **Edad:** 25 – 50 años

• **Nivel de educación formal**

c) Primario Secundario Tecnicatura Universitario

• **Idioma:** No se requiere para el puesto.

• **Informática:**

e) Microsoft Office

f) Manejo de Excel

22. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO

• **Experiencia laboral:** 1 años en posiciones similares (No excluyente)

• **Lugar de trabajo:** San Miguel de Tucumán

• **Horario laboral:** Lunes a viernes de 9 hs. A 13 hs. 16hs a 19hs

• **Disponibilidad para viajar:** No

• **Movilidad propia:** No

23. COMPETENCIAS

- Compromiso
- Orientación al cliente
- Proactividad
- Negociación



- Comunicación
- Sociabilidad
- Escucha
- Actitud positiva

24. RELACIONES INTERPERSONALES DEL PUESTO

• Dueñas	Reporta – Toma de decisiones
• Compras	Informa estado del stock
• Clientes	Se relaciona con el cliente para efectuar la venta
• Comunicación y publicidad	Informar sobre productos más vendidos.

	DESCRIPCIÓN DE PUESTO	Referencia:
		Versión: 1
		Fecha:

25. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO

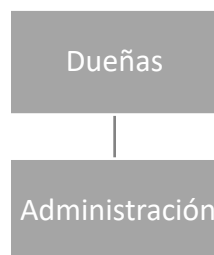
- **Denominación del puesto:** Responsable Administración

- **Reporta a:** Dueñas en toma de decisiones

- **Persona a cargo:**

Si		No	X
-----------	--	-----------	---

26. UBICACIÓN DEL PUESTO DENTRO DE UNA UNIDAD ORGANIZATIVA





27. MISION DEL PUESTO

- Planear y dar seguimiento a la gestión financiera del emprendimiento y suministrar información oportuna y confiable sobre el rendimiento de las operaciones para tomar decisiones y así poder cumplir con los objetivos del emprendimiento.

28. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL PUESTO

- Pagar a proveedores
- Gestionar el emprendimiento
- Llevar el control de ingresos y egresos de dinero.
- Reuniones de equipo periódicamente.
- Saber que pasa en los otros departamentos
- Encargarse del Packaging: revisar que haya disponibilidad en todo momento, armar cajas, preparar bolsas y tarjetas. Si no hay encargarse de comprar lo necesario para la entrega de los productos.
- Creación del nuevo espacio para el emprendimiento.
- Formular políticas y procedimientos de funcionamiento.
- Organizar y planear.
- Dirigir.
- Coordinar.
- Controlar.
- Evaluar.
- Prestar atención a las acciones de competidores.

29. PERFIL DEL PUESTO

• **Sexo:** Femenino

• **Edad:** 25 – 50 años

• **Nivel de educación formal**

Primario

Secundario

Tecnicatura

Universitario



<ul style="list-style-type: none">• Idioma: No se requiere para el puesto.	
<ul style="list-style-type: none">• Informática:<ul style="list-style-type: none">• Microsoft Office• Manejo de Excel <p>Conocimientos financieros Conocimientos de RRHH.</p>	
30. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none">• Experiencia laboral: 2 años en posiciones similares (No excluyente)	
<ul style="list-style-type: none">• Lugar de trabajo: San Miguel de Tucumán	
<ul style="list-style-type: none">• Horario laboral: Lunes a Viernes de 9hs a 13hs	
<ul style="list-style-type: none">• Disponibilidad para viajar: No	
<ul style="list-style-type: none">• Movilidad propia: No	
31. COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none">• Compromiso• Proactividad• Comunicación• Trabajo en equipo • Liderazgo• Orientación a los resultados• Toma de decisiones	
32. RELACIONES INTERPERSONALES DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none">• Dueñas	Reporta – Toma de decisiones
<ul style="list-style-type: none">• Compras	Recibe información de pagos

	DESCRIPCIÓN DE PUESTO	Referencia:
		Versión: 1



		Fecha:	
33. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO			
• Denominación del puesto: Responsable Comunicación y Publicidad			
• Reporta a: Dueñas en toma de decisiones			
• Persona a cargo:		Si	No
			X
34. UBICACIÓN DEL PUESTO DENTRO DE UNA UNIDAD ORGANIZATIVA			
<pre>graph TD; A[Dueñas] --- B[Comunicación y publicidad];</pre>			
35. MISION DEL PUESTO			
• Crear de contenido de valor, para transmitir un mensaje claro. • Entender las necesidades del cliente. • Posicionar el emprendimiento en redes sociales.			
36. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL PUESTO			
Comunicación y publicidad			
• Conocer en profundidad el emprendimiento y su cliente. • Conocer las características de los productos. • Afianzar su ventaja competitiva constantemente • Manejo de redes sociales del emprendimiento • Planificación y creación del contenido. • Conocer al público objetivo. • Creación estrategias de comunicación útiles. • Relación con otros emprendimientos e influencer para hacer acciones conjuntas. • Realización de producciones fotográficas tanto de producto como con modelos.			



- Trabajar en desarrollo de una página web
- Desarrollo de marca para aumentar visibilidad reputación y posicionamiento.
- Idear y llevar a cabo distintas promociones en fechas especiales.
- Diseñar las diversas tarjetas que acompañan a los productos al entregárselos a las clientas.
- Estar constantemente innovando con el packaging de los productos.
- Estar a alerta de las acciones de los competidores.
- Analizar el mercado y sus tendencias.
- Diseñar la estrategia de publicidad y ventas.
- Cautivar a la audiencia e Impulsar las interacciones.
- Búsqueda constante de inspiración para nuevos productos y contenido digital.
- Diseñar Estrategias para fidelizar al cliente.
- Conocer las características propias de cada red social para publicar el tipo de contenido ideal en cada canal.
- Valorar periódicamente el desempeño del emprendimiento en redes sociales.
- Comunicarse con compras y ventas.

37. PERFIL DEL PUESTO

• **Sexo:** Femenino

• **Edad:** 25 – 50 años

• **Nivel de educación formal**

Primario

Secundario

Tecnicatura

Universitario

• **Idioma:** No se requiere para el puesto.

• **Informática:**

- Microsoft Office
- Manejo de programas para utilizar en las redes sociales.
- Conocimientos de fotografía y audiovisuales.



- Manejo de Corel
- Manejo de Canva

38. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO

- **Experiencia laboral:** 2 años en posiciones similares (No excluyente)
- **Lugar de trabajo:** San Miguel de Tucumán
- **Horario laboral:** Lunes a Viernes de 11hs a 19hs
- **Disponibilidad para viajar:** No
- **Movilidad propia:** No

39. COMPETENCIAS

- Compromiso
- Proactividad
- Comunicación
- Planificación y organización
- Creatividad

- Capacidad de análisis
- Capacidad de redacción
- Toma de decisiones

40. RELACIONES INTERPERSONALES DEL PUESTO

• Dueñas	Reporta – Toma de decisiones
• Compras	Saber que productos que ingresan.
• Ventas	Analizar si las estrategias utilizadas están funcionando.

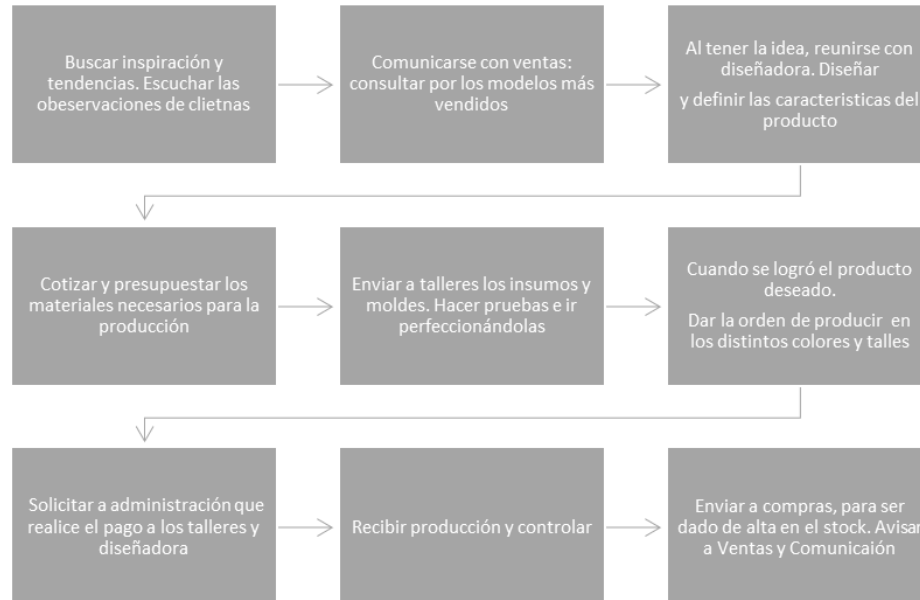
PROCESO

Diseño y producción.

1. Buscar inspiración, estar actualizadas sobre la tendencia y prestar atención a observaciones de clientas.



2. Comunicación con ventas: para tener conocimiento de los modelos más vendidos.
3. Al tener una idea creativa, reunirse con la diseñadora para llevar a cabo el proyecto. Diseñar y definir las características del producto.
4. Cotizar y presupuestar los insumos de cada producto para tener a disposición en momento de producción.
5. Enviar a los talleres los insumos y los moldes necesarios para la producción. Luego hacer pruebas e ir perfeccionándolas hasta que se logre la excelencia y se obtenga el producto final deseado.
6. Al llegar a la prueba final (objetivo logrado tal quieren las dueñas), se procede a la producción de todos los colores y diversos talles.
7. Llega el momento, de solicitar a administración que realice el pago a los talleres y diseñadora.
8. Al finalizar el proceso de Producción, comienza el etapa de control de la materia prima, para detectar fallas posibles en la producción como ser que los breteles estén mal cosidos, partes que falten coser, que se hayan puesto ganchos iguales por lo tanto no se pueda prender la prenda entre otros.
9. Una vez finalizado la etapa de control se envían los productos a compras para dar alta en el stock, avisar a ventas y comunicación.

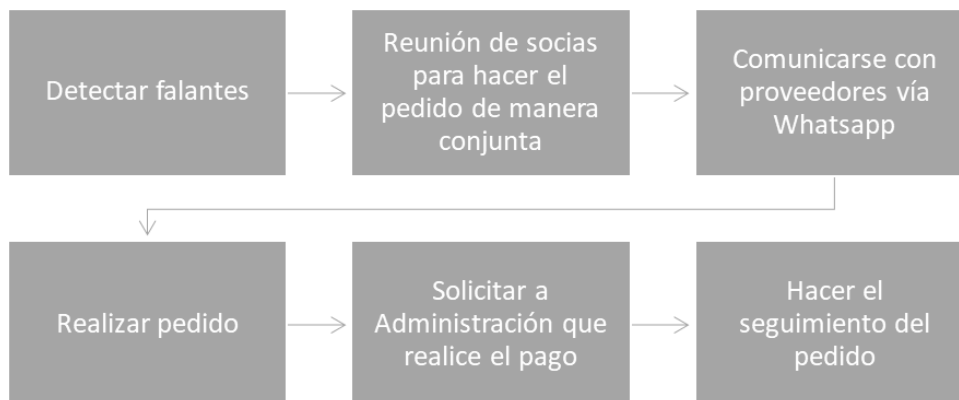


Pedido de mercadería

1. Detectar faltantes
2. Reunión de las socias para analizar los próximos pedidos. Los pedidos siempre se hacen de manera conjunta ya que ambas son las encargadas de vender.

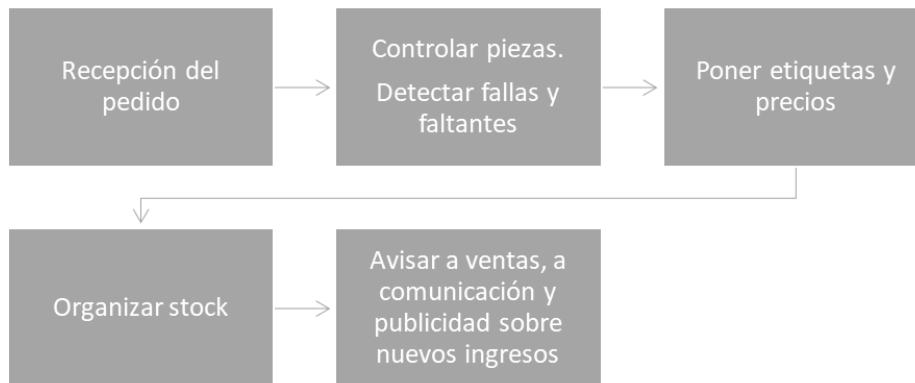


3. Comunicación con los proveedores vía whatsapp, Solicitar que envíen el listado de stock disponible para al hacer el pedido, se pidan solo los productos que estén en stock para que sea más ágil.
4. Realizar el pedido.
5. Solicitar a administración que realice el pago.
6. Hacer el seguimiento del pedido



Recepción de pedido de mercadería

1. Recepción del pedido.
2. Controlar las piezas una por una para detectar fallas, si existen, avisar al proveedor y separarlas para devolución.
3. Poner etiquetas y precios.
4. Organizar el stock.
5. Avisar a ventas y a comunicación y publicidad sobre la recepción de los productos.



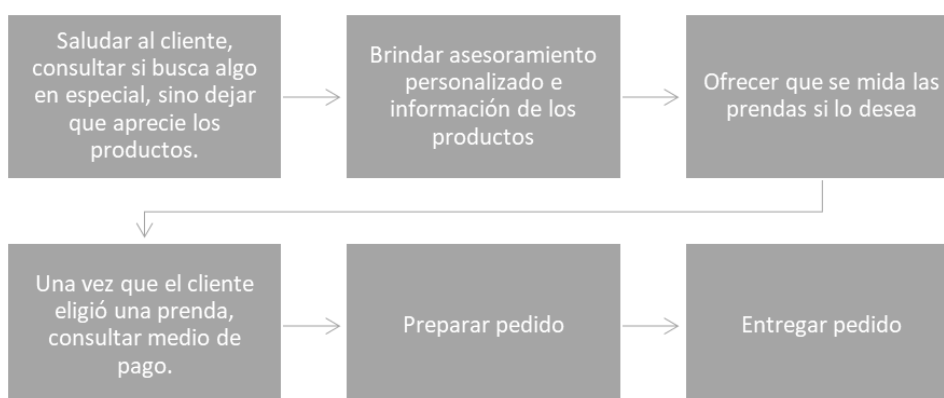
Venta online, recepción de pedido y logística de distribución.

1. Comunicación con el cliente vía Instagram o whatsapp (Los más usados)
2. Asesorar al cliente según el pedido que realice, enviando fotos y videos de los productos e inspiración.
3. Confirmar stock.
4. Preguntar medio de pago y forma de envío o retiro por pick up point.
5. Solicitar datos.
6. Armar el pedido, controlar forma de pago y el estado del mismo.
7. Si es para envío: contactar con Mensajes o con servicios modernos según sea para el mismo día o para el día siguiente. También tener en cuenta para donde es.
8. Si es para retiro: solicitar un horario aproximado y dejarlo en el punto de retiro.
9. Avisar al cliente que su pedido se encuentra en camino o disponible para retirar.
10. Comunicarse con el cliente para ver que los talles y modelos hayan ido bien.



Venta presencial

1. Saludar al cliente y consultar si vio algo en especial, sino dejar que el cliente pueda apreciar los productos y elegir.
2. Brindar asesoramiento personalizado e información de los productos como ser características, precio, etc.
3. Ofrecer que se mida las prendas si lo desea.
4. Una vez que la clienta eligió la prenda, Preguntar medio de pago.
5. Preparar el pedido.
6. Entregar el pedido.



Manejo de redes sociales

1. Buscar inspiración.
2. Organizar el tiempo.

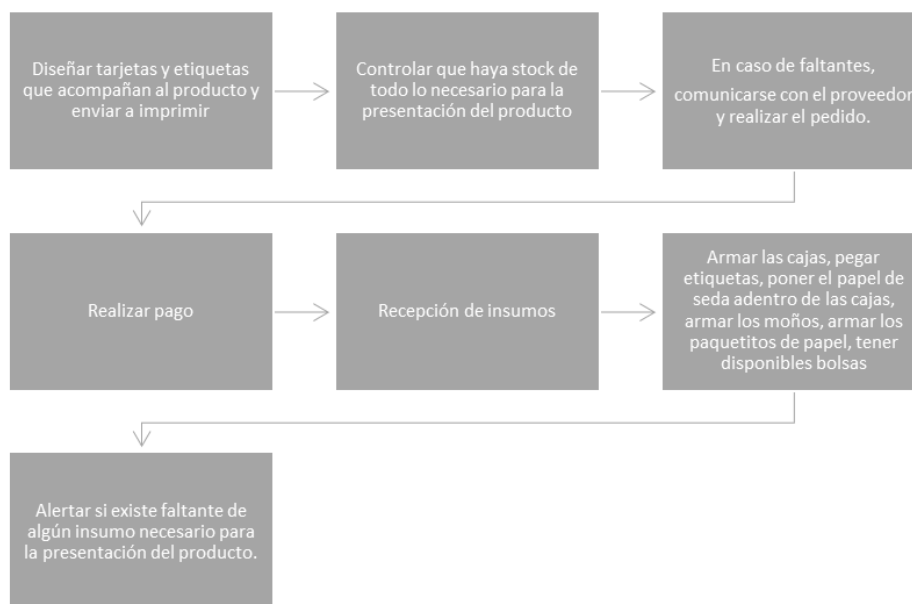


3. Organizar el contenido.
4. Creación del contenido.
5. Realizar las publicaciones correspondientes ya sea en historias o en feed.
6. Analizar estadísticas.
7. Realizar publicidad paga dependiendo de las necesidades del emprendimiento.



Armado de packaging (Lencería y Bikinis)

1. Diseñar las tarjetas y etiquetas que acompañan al producto y enviar a imprimir.
2. Controlar que haya stock de todo lo necesario para la presentación del producto.
3. En caso de faltantes de cajas, útiles de librería, papel de seda, etiquetas entre otros. Comunicarse con el proveedor y realizar el pedido.
4. Realizar el pago.
5. Recepción de insumos.
6. Armar las cajas, pegar etiquetas, poner el papel de seda adentro de las cajas, armar los moños, armar los paquetitos de papel, tener disponibles bolsas en las que se entregan los productos para que a la hora de armar un pedido sea un proceso más ágil.
7. Alertar si existe faltante de algún insumo necesario para la presentación del producto.



Armado de packaging (Velas Aromática)

1. Diseñar la tarjeta de instrucciones de uso y cuidados y enviar a imprimir
2. Controlar que haya stock de todo lo necesario para la presentación del producto.
3. Solicitar a Edith Menú las bolsitas de lienzo y realizar el pago al recibirlas.
4. Estampar las bolsitas de lienzo con pintura para tela y sello de la marca.
5. Comprar las bolsas de papel madera, las cuales deben ser estampadas con tinta negra y sello de la marca.
6. Alertar si existe faltante de algún insumo necesario para la presentación del producto.



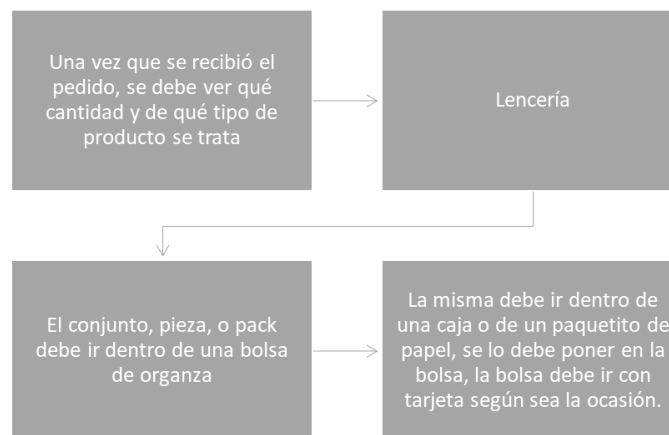


Armado de pedido

Una vez que se recibió el pedido, se debe ver qué cantidad y de qué tipo de producto se trata:

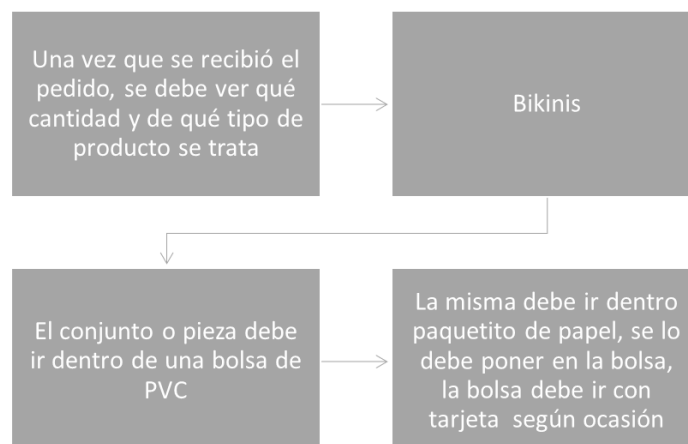
Si se trata de **Lencería**:

1. El conjunto, pieza, o pack debe ir dentro de una bolsa de organza.
2. La misma debe ir dentro de una caja o de un paquetito de papel, se lo debe poner en la bolsa, la bolsa debe ir con tarjeta de “Muchas gracias por su compra y por elegirnos”, “Muchas felicidades”, “Muy feliz cumpleaños”, y moño, según sea la ocasión.



Si se trata de **Bikinis**:

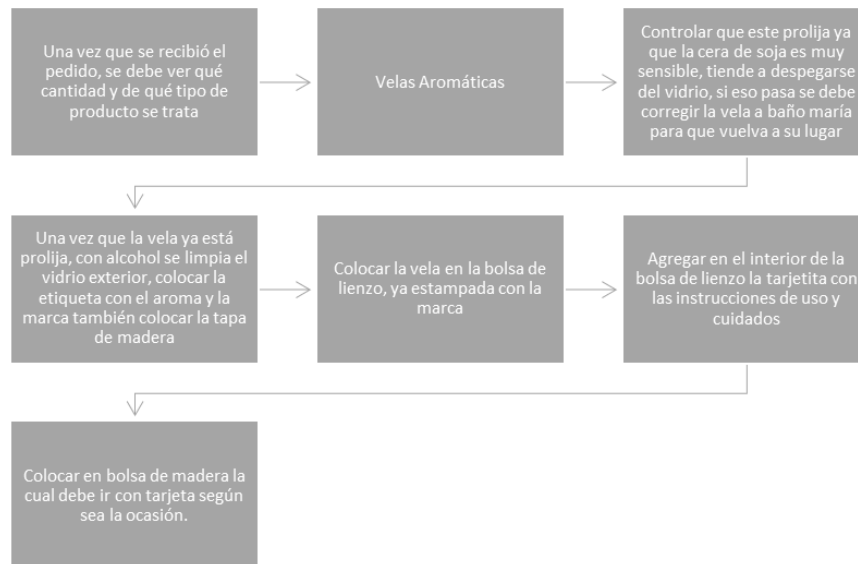
1. El conjunto o pieza debe ir dentro de una bolsa de PVC.
 2. La misma debe ir dentro paquetito de papel, se lo debe poner en la bolsa, la bolsa debe ir con tarjeta de “Muchas gracias por su compra y por elegirnos”, “Muchas felicidades”, “Muy feliz cumpleaños”, y moño, según sea la ocasión.



Si se trata de **Velas Aromáticas**:

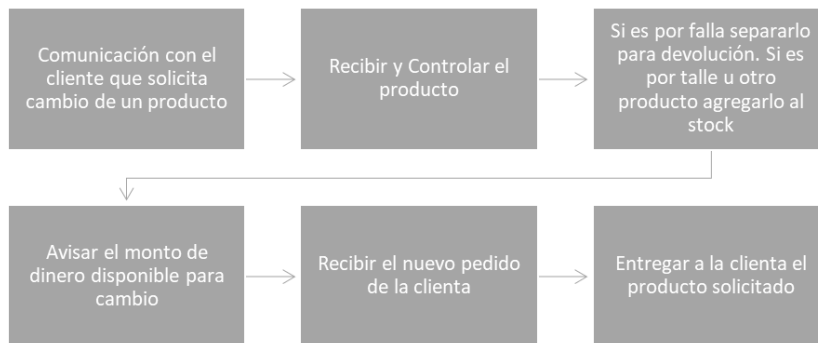


1. Controlar que este prolja ya que la cera de soja es muy sensible a las temperaturas exteriores y tiende a despegarse del vidrio, en caso de que eso pase se debe corregir la vela a baño maría para que vuelva a pegarse al vidrio.
2. Una vez que la vela ya está prolja, con alcohol se limpia el vidrio exterior, colocar la etiqueta con el aroma y la marca también colocar la tapa de madera.
3. Colocar la vela en la bolsa de lienzo, ya estampada con la marca.
4. Agregar en el interior de la bolsa de lienzo la tarjetita con las instrucciones de uso y cuidados.
5. Colocar en bolsa de madera la cual debe ir con tarjeta de “Muchas gracias por su compra y por elegirnos”, “Muchas felicidades”, “Muy feliz cumpleaños”, y moño, según sea la ocasión.



Proceso de devolución – cambio

1. Comunicación con el cliente que solicita el cambio de un producto, porque el talle no fue el correcto, quería otro producto o por falla (no advertida en el proceso de recepción de mercadería).
2. Recibir y Controlar el producto.
3. Si es por falla separarlo para devolución. Si es por talle u otro producto agregarlo al stock.
4. Avisar el monto de dinero disponible para cambio.
5. Recibir el nuevo pedido de la clienta y Preparar el cambio.
6. Entregar a la clienta el producto solicitado.



Dragonfish

Plan Comercio Base:

- Incluye artículos completos – Fotos – Familias – Precios y todo lo necesario.
- Módulo de Promociones
- Stock mediante remito – movimiento de stock
- Ventas minoristas: Remito y Factura. Fiscal – electrónica o manual. Web Servicios para conexión con Afip en Facturas
- electrónicas e impresión en cualquier impresora o comandera.
- Caja y comprobantes de caja.
- Listados y reportes.

Impresión de etiquetas

Permite el diseño de formatos de etiquetas para ser impresas en plantillas troqueladas o en rollos de papel ilustración. De esta forma tener etiquetas con el código de barras para poder realizar la venta con lector. El diseño puede ser totalmente a gusto, por ejemplo, se puede imprimir el precio o no, etc.

Stock Online (opcional)

Es un módulo con el cual es posible a través de un portal llamado Znube acceder al ícono de “omnicanalidad” donde es posible ver el stock en forma online del sistema Dragonfish que se encuentra en el local comercial. Es posible consultarlo



desde cualquier Pc o celular para poder hacer consultas de stock online y realizar ventas online por redes sociales. (\$159).

Znube (opcional)

- Poder ver en un portal toda la información de los locales en forma centralizada
- Poder tener comunicación entre locales de artículos y precios en forma automática
- Recibir información detallada de ventas y stock por mail diarios, semanales y mensuales.

(\$1039)

Condiciones del Abono:

1. Su pago se realiza a través de débito de cuenta bancaria y es pago adelantado.
2. El abono es Libre de contrato de permanencia
3. El abono mensual incluye
 - Utilización del sistema
 - Actualizaciones permanentes
 - Mesa de ayuda telefónica
 - Acceso a Campus Virtual – Ayuda PDF – Videos Tutoriales – Cursos Online horarios a coordinar con Zoologic.