



FLORISTERÍA GIMEL “EXPRESATE CON FLORES”

ESTUDIANTE:

RAÚL ALBERTO NIETO MURCIA

CÓDIGO: 2141522

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CENTRO DE ATENCIÓN UNIVERSITARIO BOGOTÁ

BOGOTÁ D.C.

2019



FLORISTERÍA GIMEL “EXPRESATE CON FLORES”

ESTUDIANTE:

RAÚL ALBERTO NIETO MURCIA

CÓDIGO: 2141522

**Trabajo presentado como requisito para obtener el grado Profesional como
administrador de empresas.**

DIRECTOR:

DIEGO ANTONIO SIERRA GARAVITO

ASESOR TEMATICO:

GABRIEL RODRIGUEZ LOPEZ

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CENTRO DE ATENCIÓN UNIVERSITARIO BOGOTÁ
BOGOTÁ D.C.**

2019



JURADO 1

JURADO 2

FIRMA DIRECTOR

Bogotá D.C., 20 de marzo de 2019.



DEDICATORIA

“Este proyecto está dedicado a mi familia que me apoyo todo el tiempo, fueron muchos días viajando desde Guaduas, Cundinamarca a la ciudad de Bogotá D. C. para encontrar la respuesta a muchos conceptos, modelos, teorías y matrices; herramientas que fueron muy útiles para el refrescamiento y proyección de la FLORISTERÍA GIMEL “Exprésate con Flores”. Actualmente es una microempresa que ofrece el servicio de arreglos y detalles para toda ocasión con flores y más flores.



AGRADECIMIENTOS

“Doy gracias a la universidad Santo Tomás (VUAD) CAU Bogotá y los docentes que leyeron mis páginas y a qué través de su sabiduría me dieron la oportunidad de reconocer mi liderazgo y capacidad de tomar decisiones en un proyecto real.”

También quiero agradecer a cada uno de los clientes y amigos que han sido partícipes de este proyecto en el que valoran mi trabajo y esfuerzo constante, en el que recorreremos cada uno de los rincones de Guaduas, Cundinamarca llevando más que un diseño; es la alegría y la sonrisa para celebrar sus momentos más especiales.



Bogotá, Agosto, 01, 2017.

Señores:

BIBLIOTECAS Universidad Santo Tomás

Bogotá

Estimados Señores: Yo, **RAUL ALBERTO NIETO MURCIA**, identificado con Cédula de Ciudadanía No. 79.006.229, autor del trabajo de grado titulado: **FLORISTERIA GIMEL "EXPRESATE CON FLORES"**, presentado y aprobado en el año 2017 como requisito para optar al título de **Administrador de Empresas**, autorizo a la Biblioteca de la Universidad Santo Tomás, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional Porticus en la página web de la Biblioteca, así como de las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad Santo Tomás.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Cordialmente,

RAUL ALBERTO NIETO MURCIA

C.C. No. 79.006.229 de Guaduas, Cundinamarca.

Correo Electrónico: raulalberto.nietomurcia@gmail.com



CONTENIDO

1	JUSTIFICACIÓN.....	9
2	OBJETIVOS.....	10
2.1.	General	10
2.2.	Específicos	10
3	CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	11
	Quienes somos.....	11
	Misión.....	11
	Visión	11
1.1	Portafolio de servicios	12
	Mapa de Ubicación.....	13
	Geografía	13
3.1.1	Descripción física	13
3.1.2	Límites del municipio.....	14
4	DESARROLLO DE LA PRACTICA ADMINISTRATIVA	15
	contexto del objeto de estudio	15
1.1	Procesos Administrativos de la Floristería Gimel.....	15
4.1.1	Planeación	16
1.1.1	Organización	17
1.1.2	Dirección	17
1.1.3	Control.....	18
	Diagnóstico.....	19
	Encuesta.....	24
4.1.2	Preguntas formuladas:	25
4.1.3	Análisis gráficas	26
	Planteamiento y Formulación del Problema a Solucionar	30
	Propuestas de Solución.....	32
4.1.4	Alternativa 1: Outsourcing Contable.....	32
4.1.5	Alternativa 2: Capacitación del Administrador.....	32
4.1.6	Alternativa 3: Diseño del Manual de Marca.....	32
4.1.7	Sustentación árbol decisiones.....	34



4.1.8 Alternativa seleccionada.....	34
Impacto	34
4.1.9 Aplicación en la Floristería Gimel	35
4.1.10 procedimiento de ventas	50
4.1.11 procedimiento de producción	52
4.1.12 Procedimiento de contabilidad	54
Marco Referencial	37
4.1.13 El emprendimiento y las flores en Colombia	37
4.1.14 Historia	39
4.1.15 Que es la Floristería Gimel.....	40
Marco conceptual	40
4.1.16 Método de observación	40
4.1.17 Árbol de problemas	41
4.1.18 Árbol de decisiones.	41
4.1.19 Características de un árbol de decisiones	42
4.1.20 Manual de Identidad Corporativa.....	43
4.1.21 La utilidad del manual de marca	43
Marco Teórico	43
4.1.22 Administración Científica	43
4.1.23 Teoría administración empírica.....	45
4.1.24 Teoría Humanista	45
Plan de Acción.....	46
4.1.25 Sustentación de plan de acción.....	49
Balanced Score Card	56
Lecciones aprendidas.	61
5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	62
CONCLUSIONES.....	62
RECOMENDACIONES	63
ANEXO 1	66
5.1.1 Manual de marca corporativa	66
ANEXO 2	76
5.1.2 Presentación arreglos florales.....	76

CONTENIDO DE TABLAS E ILUSTRACIONES

<i>Tabla 1. Selección de problemas y alternativas de solución.</i>	46
<i>Tabla 2. Formulación del plan de acción.</i>	47
<i>Tabla 3. Evaluación de indicadores.</i>	48
Ilustración 1. Ubicación	13
Ilustración 2. Mapa de procesos. Fuente: Elaboración propia. (Zaratiegui, 1999)	16
Ilustración 3. Procesos Administrativos	20
Ilustración 4. función de planeación	21
Ilustración 5. Función de organización.	21
Ilustración 6. Función de control.	22
Ilustración 7. Función de control.	23
<i>Ilustración 8. Ficha Técnica Encuesta.</i>	24
<i>Ilustración 9. Grafica 1</i>	27
Ilustración 10. Grafica 2	28
Ilustración 11. Grafica 3	28
Ilustración 12. Grafica 4	28
Ilustración 13. Grafica 5	29
Ilustración 14. Arbol de problemas	30
Ilustración 15. Árbol de objetivos.	31
Ilustración 16. Arbol de decisiones.	33
Ilustración 17. Procedimiento de Ventas	52
Ilustración 18. Procedimiento de Producción	53
Ilustración 19. Procedimiento de Contabilidad.	55
Ilustración 20. Arbol estratégico.	57
<i>Ilustración 21. Cuadro de mando integral</i>	60
Ilustración 22. Portada del manual	66



Ilustración 23. Contraportadas del manual.....	67
Ilustración 24. Contenido del manual.....	67
Ilustración 25. Introducción.	68
Ilustración 26. Presentación del logo.	68
Ilustración 27. Construcción y aplicación.	69
Ilustración 28. Tipografía en el logo.	69
Ilustración 29. Simbolos.....	70
Ilustración 30. Tamaño mínimo de reproducción.	70
Ilustración 31. Color.....	71
Ilustración 32. Tipografía.	71
Ilustración 33. Aplicaciones Correctas.....	72
Ilustración 34. Aplicaciones Incorrectas.	72
Ilustración 35. Papelería 1.	73
Ilustración 36. Papelería 2.	73
Ilustración 37. Papelería 3.	74
Ilustración 38. Papelería 4.	74
Ilustración 39. Contraportada.	75
Ilustración 40. Portada Final.	75
Ilustración 41. Arreglos 1.....	76
Ilustración 42. Arreglos 2.....	76
Ilustración 43. Arreglos 3.....	77
Ilustración 44. Arreglos 4.....	77
Ilustración 45. Arreglos 5.....	78
Ilustración 46. Arreglos 6.....	78

RESUMEN ANALÍTICO DE EDUCACIÓN (RAE)

TÍTULO	DESCRIPCIÓN
TÍTULO DEL TRABAJO	FLORISTERÍA GIMEL “Exprésate con flores”
AUTOR	Raúl Alberto Nieto Murcia
DIRECTOR	Diego Antonio Sierra Garavito
PUBLICACIÓN	Universidad Santo Tomás, 01/08/2107, documento de 90 pág.
FACULTAD	UNIVERSIDAD SANTO TOMAS ABIERTA Y A DISTANCIA, FACULTA DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍA, ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.
PALABRAS CLAVE	<p>Emprendimiento: Inicio de una actividad o proyecto que exige esfuerzo o trabajo.</p> <p>Soluciones: Respuesta a un problema identificado en una organización.</p> <p>Recurso Humano: son las personas o perfiles que ocupan un cargo en una empresa.</p> <p>Objetivos: propósitos que describen como lograr un objetivo general o mayor.</p> <p>Indicadores: es una herramienta que me permite evaluar el cumplimiento de objetivos.</p> <p>Metas: son denominados como indicadores a corto plazo o puntos de llegada.</p>
DESCRIPCIÓN	Trabajo de grado que se propone dar solución a la organización de los procesos administrativos y su filosofía empresarial (práctica empresarial I); mediante la metodología de diagnóstico, análisis y sustentación de la solución que resuelve el problema identificado. Este proyecto sustenta la dinámica como administrador de empresas en un proyecto real y que en su exposición hay avances de la FLORISTERÍA GIMEL "exprésate con flores". Un ejemplo más de emprendimiento ubicado en Guaduas, Cundinamarca; y pueblo patrimonio histórico de Colombia.
FUENTES DE INFORMACIÓN	Las fuentes de información que aportaron al trabajo de grado desde la investigación hasta la sustentación de la solución del problema se dieron a partir de su fundadora y los clientes. El trabajo de taller con la empresa de publicidad PISARU.



2. Resumen: Se hace una síntesis del proyecto Floristería Gimel “Exprésate con flores” y las expectativas que se proyectan.

3. Abstract: Se muestra la copia del resumen en un segundo idioma para la lectura de otras culturas que quieran consultar el proyecto.

4. Introducción: Se expone el problema a desarrollar en el proyecto, las causas del mismo y se plantea el objetivo a lograr.

5. Justificación: Expone la razón del proyecto y el enfoque de la universidad Santo Tomás (VUAD).

6. Objetivos: Determina los alcances del proyecto para determinar el plan de trabajo a seguir.

7. Caracterización de la empresa: Hace un reconocimiento de quien es la Floristería Gimel, que hace (misión), y como se proyecta el negocio (visión).

8. Contexto del Objeto de Estudio: Proyecto ubicado en guadas, Cundinamarca, Colombia. Se plantea la metodología a desarrollar del proyecto apoyado con la teoría de Henry Fayol donde expone las funciones administrativas, el cual, identifica el cumplimiento de las mismas; descripción del proceso administrativo de la floristería y la ubicación de cada función administrativa dentro del negocio.

9. Diagnóstico: A través del análisis de las funciones administrativas con variables de evaluación, método de observación y la realización de una encuesta se realiza el sustento suficiente para el planteamiento del problema principal y por supuesto la hipótesis; llevando a cabo un trabajo ordenado.

10. Planteamiento y Formulación del Problema a Solucionar: Con el método mencionado se determinó el problema como “La planeación de la floristería no es efectiva”



11. Alternativas de Solución: Dentro de la evaluación y presupuesto realizado; junto con el árbol de decisiones se tomó en cuenta variables de costo, evento y probabilidad. Es decir, que desde el marco conceptual se pensó más en el evento y la probabilidad, porque se escogió el diseño de la marca y manual corporativo para realizar una construcción ordenada del proyecto Floristería Gimel.

12. Marco teórico: se hace exposición de la teoría científica que propone unos de los padres de la administración y es que a partir del método de la observación se puede realizar un diagnóstico de la empresa, y para el caso de la floristería se identificaron las causas del problema central.

13. Plan de acción: se plantea la matriz con su contenido (problema, objetivos, actividades, indicadores, responsables, presupuesto) indicando así el cumplimiento de los objetivos.

14. Lecciones aprendidas: se muestran las generalidades que un administrador profesa en su aprendizaje.

15. Conclusiones: es la síntesis de los conceptos y teorías del proyecto de Floristería Gimel.

16. Recomendaciones: son apuntes específicos frente el análisis de ideas de esta idea de negocio de las flores.

17. Bibliografía, Cibergrafía:

alcaldía guaduas, c. (09 de 09 de 2017). *http://www.guaduas-cundinamarca.gov.co*. Obtenido de *http://www.guaduas-cundinamarca.gov.co*: *http://www.guaduas-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml*

altonivel. (02 de 09 de 2017). *www.altonivel.com*. Obtenido de *www.altonivel.com*: *http://www.altonivel.com.mx/36690-arbol-de-decision-una-herramienta-para-decidir-correctamente/*

ALTONIVEL. (22 de 02 de 2018). *ALTONIVEL*. Obtenido de *ALTONIVEL*: *https://www.altonivel.com.mx*

asocolflores. (01 de 09 de 2017). *http://www.asocolflores.org*. Obtenido de *http://www.asocolflores.org/acerca-de-asocolflores/quienes-somos/3*

colombia.com, p. d. (01 de 09 de 2017). *productos de colombia.com*. Obtenido de *http://www.productosdecolombia.com/main/Colombia/Flores.asp*



Deconceptos.com. (02 de 09 de 2017). *Deconceptos.com*. Obtenido de Deconceptos.com: <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/metodo-de-observacion>

Galindo, M. (2009). ESCUELA ADMINISTRACION EMPIRICA. En M. Galindo, *Fundamentos de administracion* (pág. 232). Mexico: trillas.

gerencie.com. (02 de 09 de 2017). *www.gerencie.com*. Obtenido de www.gerencie.com: <https://www.gerencie.com/la-imagen-corporativa.html>

<http://cdim.esap.edu.co>. (09 de 09 de 2017). *google.com*. Obtenido de [google.com](https://www.google.com.co): <https://www.google.com.co>

Humanos, R. (15 de 02 de 2018). *Recursos Humanos.com*. Obtenido de Recursos Humanos.com: <http://www.losrecursoshumanos.com/principales-teorias-administrativas-enfoques-y-representantes/>

Kaplan, R. y. (2001). VISION, MISION, VALORES CORPORATIVOS Y OBJETIVOS ESTRATEGICOS. En A. M. DANIEL MARTINEZ PEDROS, *LA ELABORACION DEL PLAN ESTRATEGICO Y SU IMPLANTACION A TRAVES DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL* (págs. 22,23). Diaz de Santos.

Lucidchart. (22 de 02 de 2018). *Lucidchart*. Obtenido de Lucidchart: www.lucidchart.com/pages/es/qué-es-un-diagrama-de-árbol-de-decisión

Maria, L. S. (30 de mayo de 2013). *staff creativa*. Obtenido de staff creativa: <http://www.staffcreativa.pe/blog/manual-marca/>

NASSIR, R. M. (2014). *PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS*. Mexico D.F.: MC Graw Hill.

Pelayo, C. M. (20 de agosto de 1999). *monografias.com*. Obtenido de [monografias.com](http://www.monografias.com): <http://www.monografias.com>

portafolio. (30 de septiembre de 2016). *portafolio.com*. Obtenido de apoyo al emprendimiento colombiano desde todos los niveles: <http://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento>

Ruiz, J. E. (2011). *Presupuestos. Un enfoque de direccionamiento estrategico, gestion y control de recursos*. Bogota, colombia: Mc Graw Hill.

Sanchez, J. M. (2012). *GERENCIA DE PROYECTOS CON PROJECT 2013*. Bogota: ECOE EDICIONES.

scribd.com. (02 de 07 de 2017). *www.scribd.com*. Obtenido de [www.scribd.com](https://es.scribd.com/doc/86611309/Concepto-Del-Arbol-Del-Problema): <https://es.scribd.com/doc/86611309/Concepto-Del-Arbol-Del-Problema>

Vera, M. J. (20 de 04 de 2012). *Scribd*. Obtenido de Scribd: <https://es.scribd.com/doc/90283306/NACIMIENTO-DE-LA-ADMINISTRACION-CIENTIFICA>

xaztrw.chiavenato.com. (07 de 09 de 2018). *www.wordpress.com*. Obtenido de <https://naghelsy.files.wordpress.com>



<p>METODOLOGÍA DEL DOCUMENTO</p>	<p>Método de observación Proceso Administrativo Encuesta Árbol de problemas Árbol de objetivos Árbol de decisiones</p>
<p>CONCLUSIONES</p>	<p>Esta tesis me permitió estudiar las diferentes etapas para identificar un problema y establecer un plan de acción para su ejecución ordenadamente. Adicionalmente el contacto con los emprendimientos es más fácil identificar sus necesidades y de la misma forma analizar la información para llegar a propuestas más eficientes. Y finalmente se hace un reconocimiento de logros obtenidos.</p>
<p>ELABORADO POR:</p>	<p>Raúl Alberto Nieto Murcia</p>
<p>REVISADO POR:</p>	<p>Diego Antonio Sierra Garavito</p>
<p>FECHA DE ELABORACIÓN DEL RESUMEN ANALÍTICO</p>	<p>01 de agosto de 2017.</p>



RESUMEN

El objetivo de este contenido es explicar mediante herramientas claras como se encuentra la administración de la Floristería Gimel y como se puede mejorar el proceso de planeación.

Para el presente proyecto se tendrá la colaboración de los clientes y las personas que trabajan para la floristería; su diagnóstico y análisis estará apoyado del método de observación planteado por “Frederick W. Taylor”. Adicionalmente, se tendrá en cuenta el uso de la herramienta del proceso administrativo planteado por Henry Fayol; y finalmente la aplicación de la encuesta para constatar la información que arroja el diagnóstico.

A través de estas herramientas se podrá identificar el problema central, como están funcionando los procesos administrativos y finalmente la encuesta permitirá establecer el foco para estudiar y plantear la solución que este dentro del alcance para el negocio.

La solución de capacitar el administrador se concentra en un enfoque integral que permitirá desarrollar mejores prácticas de administración para la Floristería Gimel y minimizar costos en el liderazgo de los proyectos a futuro.

Y para ello se plantea un plan de acción que propone un objetivo central y las actividades para su cumplimiento; controlado por indicadores de efectividad.



ABSTRACT

The objective of this content is to be explained in clear tools as the administration of the Gimel florist is and how the planning process can be improved.

For this project will be the collaboration of the customers and the people who work for the florist; diagnosis and analysis will be supported posed by "Frederick W Taylor." observation method. Additionally, will take into account the use of the tool of the administrative process raised by Henry Fayol; and finally the implementation of the survey to verify the information that sheds the diagnosis.

Through these tools can identify the central problem, as they are functioning administrative processes and finally the survey will set focus to study and propose the solution that is within scope for the business.

Solution Manager training focuses on a holistic approach, which will develop best management practices for the florist Gimel and minimize costs in the leadership of the future projects.

Therefore, there is an action plan, which proposes a central objective and activities for its fulfilment; controlled by indicators of effectiveness.

INTRODUCCIÓN

Durante la administración de 5 años del proyecto Floristería Gimel se han podido observar las diferentes etapas de evolución que ha enfrentado el negocio. Y mediante herramientas de diagnóstico se podrá conocer, identificar y proponer una solución para el problema central dentro del proceso administrativo que tenga mayores dificultades.

Es así como se realizará la observación de las funciones administrativas al interior de la organización a través de la herramienta de lista de chequeo con variables de evaluación (cumple, no cumple y regulares). De este modo se podrá determinar el peso porcentual en cada función para hallar donde está el problema.

Con la identificación de las posibles causas del problema central planteado mediante herramientas de diagnóstico (árbol de problemas) y análisis de la situación del negocio; se establece el (árbol de objetivos) y finalmente se da validación a las mismos mediante (árbol de decisiones) para encontrar mediante costo y probabilidad cual es la mejor solución.

En consecuencia, se darán a conocer los diferentes marcos (referencial, conceptual, teórico) para dar una visual del contexto del negocio de las flores y las herramientas utilizadas para el análisis del problema; después se lleva a cabo el plan de acción y la aplicación del Balanced Score Card para definir lo que va a dar cumplimiento a la solución planteada.

Después de aplicar las diferentes herramientas, la empresa busca construir mejores prácticas de planeación a través de una filosofía clara y definición de la imagen corporativa para dar bases sólidas a la administración de la Floristería Gimel ubicada en guaduas, Cundinamarca.



1 JUSTIFICACIÓN

Este trabajo de grado sustenta la realidad del ejercicio de un administrador de empresas en la que, a través del conocimiento transmitido por el cuerpo de docentes de la Universidad Santo Tomás, se percibe un enfoque humanista y empresarial.

Por tal motivo su exposición está basado en el estudio del “Proyecto de Grado Floristería Gimel” ubicado en Guaduas, Cundinamarca; en el que se pueden identificar las etapas de diagnóstico, análisis y sustentación de la solución al problema.

Y finalmente es importante resaltar que este proyecto de grado permitió reconocer las diferentes herramientas administrativas y mejorar las habilidades como futuro administrador. Adicionalmente, este mismo aporta crecimiento intelectual para su administración y al mismo tiempo que perdure como una empresa familiar.



2 OBJETIVOS

2.1. General

Formular un plan de mejoramiento para la *Floristería Gimel “Exprésate con Flores”*, a través de la utilización de herramientas administrativas de diagnóstico y de proposición de soluciones, con la finalidad de optimizar el proceso de planeación de la empresa en un periodo de un año.

2.2. Específicos

- Contextualizar el objeto de estudio de acuerdo a sus necesidades y sus entornos para comprender su ámbito de aplicación.
- Evaluar los puntos más críticos de la estructura organizacional mediante el uso de instrumentos de diagnóstico para identificar el problema.
- Utilizar herramientas de decisión para valorar las posibles soluciones de manera cualitativa y cuantitativa, y seleccionar la más pertinente para la organización.
- Formular el plan de acción que presente los costos, tiempos e indicadores de cumplimiento de la implementación de la propuesta a través de la puesta en marcha del plan de trabajo para la empresa Floristería Gimel.
- Diseñar el árbol estratégico para el planteamiento del Balanced Score Card para validar la estrategia.

3 CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA.

Quiénes somos

Es una microempresa que se dedica a la elaboración de arreglos florales para toda ocasión y asesoramos eventos sociales, contamos con un equipo comprometido y responsable con nuestros clientes; nuestro valor agregado es la calidad y la experiencia en flores aportando arte y creatividad para celebrar los momentos más especiales de cada cliente que llega a nuestro negocio.

Misión

Ofrecer el servicio de decoración y arreglos florales; recorriendo todos los rincones de guaduas para celebrar cada sentimiento de nuestros clientes; fidelizando con productos y materiales de buena calidad que cautiven el buen gusto por el diseño.

Fuente: Floristería Gimel. (Kaplan, 2001)

Visión

Para el 2023 ser una de las empresas en decoración de arte floral con mejores estándares de calidad, servicio y cumplimiento.

Fuente: Floristería Gimel. (Kaplan, 2001)



1.1 Portafolio de servicios

La floristería desarrolla su actividad económica alrededor de momentos especiales, sentimientos y emociones, y finalmente celebraciones importantes; por consiguiente, las ocasiones son:

- ❖ Nacimientos,
- ❖ Cumpleaños,
- ❖ Día de la mujer,
- ❖ Día de la madre,
- ❖ Día del padre
- ❖ Día del amor y la amistad
- ❖ Navidad

Y el marco del portafolio que tiene disponible la Floristería Gimel, es el siguiente:

- ❖ Arreglos florales
- ❖ Fruteros
- ❖ Cajas de rosas
- ❖ Desayunos sorpresas
- ❖ Arreglos de sentido pésame
- ❖ Planeación y decoración de eventos (cumpleaños, matrimonios, eventos empresariales e institucionales).

Mapa de Ubicación.

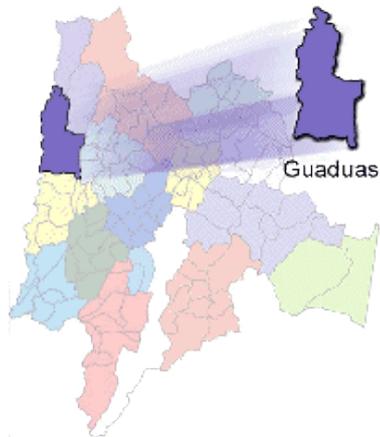


Ilustración 1. Ubicación

Fuente: (<http://cdim.esap.edu.co>, 2017)

El proyecto se va a desarrollar en Guaduas, Cundinamarca.

Geografía

3.1.1 Descripción física

Localización del Municipio Colombiano situado al noroccidente del Departamento de Cundinamarca, con una distancia a Bogotá por carretera de 114 kilómetros vía Sasaima y 117 kilómetros vía la Vega. Su territorio tiene un área de 757 kilómetros cuadrados y limita por el norte con Puerto Salgar, por el oriente con Caparrapí, Utica, Quebrada negra y Villeta, por el sur con Vianí y Caguaní y por el occidente con los Departamentos de Caldas y Tolima. Dentro de su territorio están las inspecciones de Guaduoero, La Paz y Puerto Bogotá. Sus pisos térmicos se reparten entre cálido y templado.

La Villa de Guaduas está localizado en un hermoso valle, en una depresión de la vertiente occidental de la cordillera oriental, valle que se encuentra atravesado en toda su extensión de oriente a occidente por un camino empedrado denominado camino real que



fue hecho por los indígenas y mulatos de la época de la colonia, dirigido por los españoles. Este camino lo utilizaban durante el recorrido de Santa Marta a Bogotá. Es un pueblo de semblanza auténticamente Colonial y ancestro hispano y por su abolengo, el estilo de su arquitectura y rica historia que allí reposa.

3.1.2 Límites del municipio

Al norte con Puerto Salgar y Caparrapí; al Oriente con Caparrapí, Utica Quebrada Negra y Villeta; al Sur con Vianí, Chaguaní y San Juan de Rio-Seco; al Occidente con el Rio de la Magdalena que la separa de los Departamentos del Tolima y Caldas. Se une con la Capital de la República, por una excelente carretera de 114 kilómetros, Que hace parte de la autopista Bogotá, Medellín.

Extensión total: 756.872635 Km²

Extensión área urbana: 750.594607 Km²

Extensión área rural: 6.278028 Km²

Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar): 992 mts.

Temperatura media: 23.5° C°

Distancia de referencia: 114 Km de Bogotá

Habitantes en el municipio

No. Habitantes Cabecera: 15051

No. Habitantes Zona Rural: 16780

Total: 31831

4 DESARROLLO DE LA PRACTICA ADMINISTRATIVA

Contexto del objeto de estudio

Para el estudio del proyecto Floristería Gimel es importante determinar en tiempo y espacio que afecta el mismo; y es oportuno, para esta fase del trabajo apoyar el contexto a través de fundamentos o teorías que ayuden al análisis e identificación del problema. Para este caso se ha tenido en cuenta la teoría neoclásica y como precursor Henry Fayol donde explica las funciones administrativas que son: la planeación, organización, dirección y control como un ciclo; entiendo así su teoría como la precursora del proceso administrativo. (xaztrw.chiavenato.com, 2018)

En ese orden de ideas se hace referencia como están organizados los procesos administrativos en la Floristería Gimel, para analizar y evaluar cómo está funcionado cada función administrativa.

1.1 Procesos Administrativos de la Floristería Gimel



Ilustración 2. Mapa de procesos. Fuente: Elaboración propia. (Zaratiegui, 1999)

Inicialmente se hace exposición del mapa de procesos que identifica la estructura organizacional del negocio “Floristería Gimel” para realizar un reconocimiento de cómo funciona y como se ubican sus procesos jerárquicamente; dando paso a la identificación y análisis del negocio.” ver ilustración 2. Mapa de procesos”

Para el desarrollo de este trabajo de grado los temas estudiados y analizados se ubican dentro de los procesos administrativos de la FLORISTERÍA GIMEL “Exprésate con flores”. Para este fin se contará con la participación del equipo “Floristería Gimel”, el cual aportará sus evaluaciones frente a los problemas identificados, y de la misma forma encontrar las soluciones más oportunas para el negocio.

A continuación, se hace una relación de como surte las funciones administrativas en la Floristería Gimel, de acuerdo a las actividades que se desarrollan y como se conciben dentro de la mismas, y de esta manera dar una evaluación en la etapa de diagnóstico.

4.1.1 Planeación

“La planeación define lo que pretende realizar la organización en el futuro y cómo debe realizarlo. Por esta razón, la planeación es la primera función administrativa, y se encarga de definir los objetivos para el futuro desempeño organizacional y decide sobre los recursos y tareas necesarias para alcanzarlos de manera adecuada. Gracias a la planeación, el administrador se guía por los objetivos buscados y las acciones necesarias para conseguirlos, basados en algún método, plan o lógica, en vez de dejar todo al azar. La planeación produce planes basados en objetivos y en los mejores procedimientos para alcanzarlos de manera apropiada, Por tanto, planear incluye la solución de problemas y la toma de decisiones en cuanto alternativas para el futuro.” (chiavenato, 2006)



La planeación en la Floristería Gimel está enmarcada en las temporadas del año en las que se debe hacer un diagnóstico del mercado para saber el tipo de cliente, precios, presentación, promociones, logística y lo más importante es saber cómo se puede vender los productos.

Otro espacio que tiene la planeación son los presupuestos de inversión en las mejoras, mercancías, impuestos y pago de prestación de servicios a los colaboradores. Por ende, se considera que este principio aporta al cumplimiento de la visión y la optimización de las estrategias.

1.1.1 Organización

“La organización busca los medios y recursos necesarios que permiten llevar a cabo la planeación, y refleja la manera como la organización o empresa intenta cumplir los planes. La organización es la función administrativa relacionada con la asignación de tareas, la distribución de tareas a los equipos o departamentos y la asignación de los recursos necesarios a los equipos o los departamentos. Por consiguiente, es el proceso de distribuir y asignar el trabajo, establecer la autoridad y distribuir los recursos entre los miembros de una organización, para conseguir los objetivos fijados. La organización es el proceso de comprometer a las personas en un trabajo conjunto estructurado para conseguir objetivos comunes.” (Chiavenato, 2006)

La organización de la floristería comienza con la delimitación de espacios, orden de inventarios y las funciones específicas del grupo de trabajo. Otra parte está centrada en los departamentos como la producción (taller de arreglos florales) departamento de ventas (canales de atención al cliente) departamento de contabilidad (cierres y balances mensuales).

1.1.2 Dirección

“La dirección representa la puesta en marcha de lo que fue planeado y organizado. En consecuencia, la dirección es la función administrativa que incluye el empleo de la



influencia para activar y motivar las personas a alcanzar los objetivos organizacionales. Se encarga de comunicar las tareas e influenciar y motivar a las personas para que ejecuten las tareas esenciales. La dirección es el proceso de influir y orientar las actividades relacionadas con las tareas de los diversos miembros del equipo o de la organización como un todo.” (chiavenato, 2006)

La dirección se relaciona con el liderazgo y la toma de decisiones frente a las metas propuestas para cada periodo. En particular este trabajo se comparte entre el gerente y el administrador, porque son los actores que tienen contacto con todos los niveles de los procesos.

1.1.3 Control

“El control representa el acompañamiento, monitoreo y evaluación del desempeño organizacional para verificar si las tareas se ejecutan de acuerdo con lo planeado, organizado y dirigido. El control es la función administrativa relacionada con el monitoreo de las actividades para mantener la organización en el camino correcto, de modo que se puedan conseguir los objetivos y emprender los ajustes necesarios para corregir los desvíos. El control es el proceso que garantiza la conformidad de las actividades con las actividades planeadas.” (chiavenato, 2006)

El control de la Floristería Gimel se eleva a un nivel de socios en la que básicamente se realizan mesas de trabajo para evaluar los balances de ventas e indicadores de trabajo. Adicionalmente, se hacen evaluaciones de la rotación de inventarios y la calidad de las flores que envían los proveedores. Con ello se puede determinar que debemos mejorar, programar y finalmente cambiar para que el negocio mantenga su fidelidad con los clientes y aumenten las ventas.



Diagnóstico

El estudio para el proyecto tendrá lugar en la Floristería Gimel que actualmente se ubica como una empresa registrada ante cámara de comercio de Honda, Tolima (jurisdicción encargada). El grupo de trabajo está conformado por 4 personas (administrador, vendedor, decorador, mensajero), donde el mensajero y el decorador se contratan por servicios; adicionalmente, para las temporadas se contrata personal de acuerdo a la demanda y planeación del mismo.

Para el análisis de los datos según el mapa de procesos, es desarrollado y liderado por el gerente (socio) y el administrador (socio) que son los encargados de atender todos los niveles jerárquicos del negocio. También se tuvo en cuenta para el estudio que las flores son productos perecederos y para el consumo de los clientes se ubican como un producto de tercera categoría o necesidad. Es básicamente un negocio que tiene lugar en fechas especiales, eventos y celebraciones, y, por ende, su administración exige conocimientos en compras, proveedores, preservación, tendencias, diseño y arte floral.

Primero, para el estudio del problema se tuvo en cuenta el proceso administrativo planteado por Henry Fayol; dentro de cada función de las actividades a desarrollar con el instrumento de selección de las mismas y se diseñó una herramienta para su diagnóstico, que verifica que actividades se han desarrollado con los criterios de evaluación: cumple, no cumple y los que cumplen al 50%; adicionalmente, permite justificar las observaciones que aplican.



No.	FUNCIONES	ACTIVIDADES	CUMPLE	NO CUMPLE	REGULAR	OBSERVACIONES
1	PLANEACION	Dedificar mision y vision				
2		Formulacion de objetivos				
3		Formulacion estrategias, politicas y propositos.				se observa que la definicion documental no esta formulada para las directrices principales del negocio.
4		Investigacion del entorno				No se hacen analisis juiciosos de la competencia, factores y tendencias que afecten el negocio.
5		Definicion de planes(temporadas)				La definicion de planes para las temporadas es deficiente.
6		Presupuestos de inversion				No hay un presupuesto organizado para cada periodo.
7		Imagen corporativa del negocio				No esta definida la filosofia corporativa e imagen del negocio.
8		Programar las actividades				Falta definicion ordenada del cronograma de actividades para el año.
9	ORGANIZACIÓN	Distribucion de espacios				
10		Manejo de inventarios				No hay metodo o sistema que permita conocer el movimiento de los inventarios.
11		Asignacion de funciones del recurso humano.				
12		Capacitacion del personal				no se maneja un programa de capacitacion competente para el negocio.
13		Rendicion de cuentas				se observa que el registro de ventas se realiza por caja registradora y por ende es al que permite llevar las cuentas del negocio.
14		Asignacion de recursos.				
15	DIRECCION	Coordinar los esfuerzos				
16		Comunicar				
17		Motivar				
18		Liderar				
19		Orientar				
20	CONTROL	Evaluacion de productos y diseños				
21		Analisis de ventas e inventarios				Los datos no estan organizados en tiempos reales que permitan realizar el respectivo analisis.
22		Evaluar el desempeño				no hay informacion
23		Emprender acciones correctivas				no hay formatos de control que permita realizar estas acciones.

Ilustración 3. Procesos Administrativos.

Fuente: Elaboración propia. Según teoría clásica de proceso administrativo de Henry Fayol. (martinez, 2011)

Segundo, a través de la teoría de “Frederick W. Taylor” como precursor de la teoría general de la administración, se toma como referencia el método de la observación para llevar el desarrollo del proyecto y sustentar que la hipótesis planteada sea la mejor solución.



Ilustración 4. función de planeación

Fuente: Elaboración propia

En el análisis del proceso de planeación en la floristería tiene un peso porcentual del 71% que demuestra que esta función tiene un estado crítico. Esto significa que con la definición de la misión, visión y objetivos no es suficiente para cumplir con la función de planeación dentro de la empresa, y por ende se necesita de más elementos y herramientas para construir un plan estratégico efectivo.



Ilustración 5. Función de organización.

Fuente: Elaboración propia.



Teniendo en cuenta que la función de organización determina la asignación de recursos y responsables a cada departamento de una empresa dentro de su estructura. Encontramos que el 50% de las actividades previstas en la Floristería Gimel están en estado regular ya que no se cumplen en su totalidad; Con un 33% encontramos que no se cumple con el manejo de inventarios y capacitación del recurso humano. Y finalmente el 17% corresponde a las funciones del personal, que quiere decir, que si están determinadas las funciones del equipo de trabajo y personal que se contrata por servicios.



Ilustración 6. Función de control.

Fuente: Elaboración propia.

Se entiende que la dirección está relacionada con el proceso de orientación del recurso humano dentro de la empresa; en ese orden La grafica muestra un estado conforme cumpliendo con el 100% de las actividades determinadas en el proceso de dirección en la Floristería Gimel

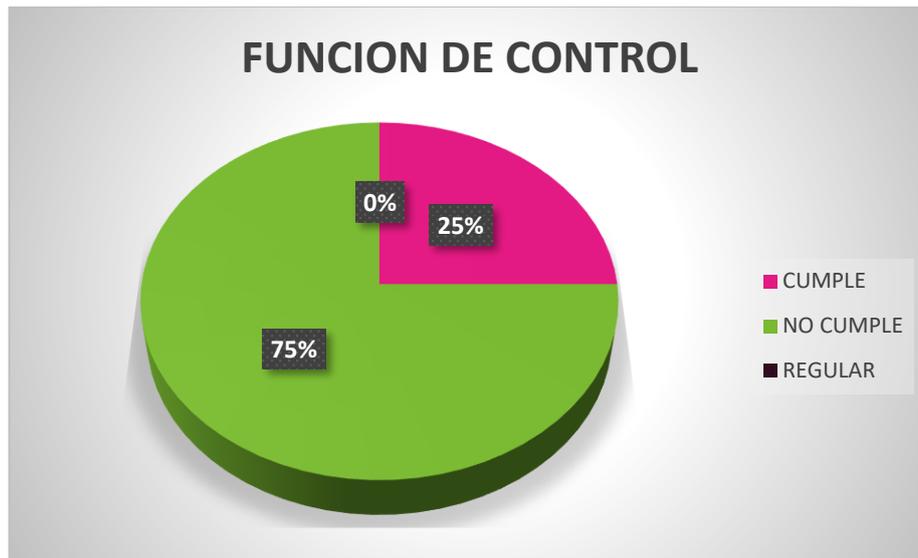


Ilustración 7. Función de control.

Fuente: Elaboración propia.

Esta grafica muestra un 75% de no cumple con las actividades determinadas para esta función administrativa, el cual demuestra un estado crítico y comprueba que no cumplir con la etapa de planeación no se tendrá información veraz para evaluar o controlar en la Floristería Gimel. Y el 25% si cumple ya que está relacionada con la producción de arreglos florales que finalmente es la esencia del negocio.

De acuerdo a la observación realizada a través de las funciones administrativas, es posible una delimitación de la situación actual de la Floristería Gimel. Y es preciso identificar el mayor peso porcentual que tiene con los criterios de evaluación establecidos para el análisis de datos.

En ese orden se puede establecer que los mayores problemas están concentrados en la planeación y el control. En este caso se tiene en cuenta el orden de las funciones administrativas, que por supuesto debe haber primero una planeación para luego evaluar la efectividad de las directrices, planes y actividades realizadas.

Por consiguiente, las causas que se pueden determinar en el proceso de planeación son las siguientes:

- Definición de la imagen corporativa del negocio.
- El personal no está capacitado.
- Creación de planes de acción
- Contabilidad deficiente
- Organización del tiempo.

Finalmente, de estas causas se realizó una selección de las relevantes para el planteamiento del problema y análisis de la situación de la Floristería Gimel.

Para complementar el anterior diagnóstico, se aplicó una encuesta a 20 de los clientes de Floristería Gimel donde se evaluó ¿cuál es la percepción de los clientes de la Floristería Gimel?

Encuesta

FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA	
OBJETIVO DE LA ENCUESTA	Conocer la percepción de los clientes sobre la imagen de la floristería gimel en guaduas, Cundinamarca.
TAMAÑO DE LA MUESTRA	Se tomaron 20 personas que son clientes frecuentes de la floristería gimel.
MARCO DE LA MUESTRA	La muestra tomada corresponde a un 20% del total de 100 clientes promedio que visitan la floristería gimel en un periodo de un mes. La encuesta está centrada en reconocer el pensamiento de los clientes y como está posicionado la marca en el mercado local.
TECNICA DE RECOLECCION	Preguntas aplicadas en punto de venta.
DISEÑO Y REALIZACION	La encuesta fue diseñada y realizada para aplicar a los clientes que más visitan y compran en la floristería gimel.
UNIVERSO	Clientes de la floristería gimel.

Ilustración 8. Ficha Técnica Encuesta.

Fuente: Elaboración propia.



4.1.2 Preguntas formuladas:

- A través de que medio conoció la Floristería Gimel.
 - a) Por referido
 - b) internet
 - c) redes sociales
 - d) radio
 - e) punto de venta

- califique de 1 a 5 el servicio de la Floristería Gimel. Donde 1 es (malo), 3(regular), 4(bueno) y 5(excelente).
 - a) 1
 - b) 3
 - c) 4
 - d) 5

- Califique de 1 a 5 la imagen de la floristería. Donde 1 (malo), 3(regular), 4(bueno) y 5(excelente).
 - a) 1
 - b) 3
 - c) 4
 - d) 5



➤ Cuando compra los productos en la floristería. Que le transmite la marca Floristería Gimel.

- a) Seriedad
- b) Confianza
- c) Responsabilidad
- d) Timidez
- e) No transmite

➤ Cuando compra en la floristería que atributos reconoce de la marca.

- a) Sus colores
- b) Su promesa
- c) Su logo y eslogan
- d) Ninguno
- e) No se entiende su lenguaje

4.1.3 Análisis gráficas

En las siguientes graficas se muestra el resultado de 20 encuestas aplicadas en el negocio Floristería Gimel como prueba y apoyo a la etapa de diagnóstico con el fin de conocer la percepción de los clientes frente a su identidad e imagen que representa para los clientes.

Con el fin de alcanzar el objetivo planteado se formularon 5 preguntas que son puntuales para establecer un análisis efectivo de la investigación.

Las interpretaciones de las gráficas se dan a partir del peso en las respuestas dadas por los clientes de la floristería. Por consiguiente, con el número de respuestas dice que los clientes si conocen el negocio y el servicio es bueno; pero no reconocen la esencia de la marca y que no les trasmite ningún valor en el momento de la compra. Esto comprueba



que la investigación tiene los suficientes argumentos para determinar que la floristería debe trabajar en la definición y mejoramiento de la imagen de la floristería. Y finalmente aporta a la planeación de los procesos de la floristería.

4.1.3.1 Pregunta 1

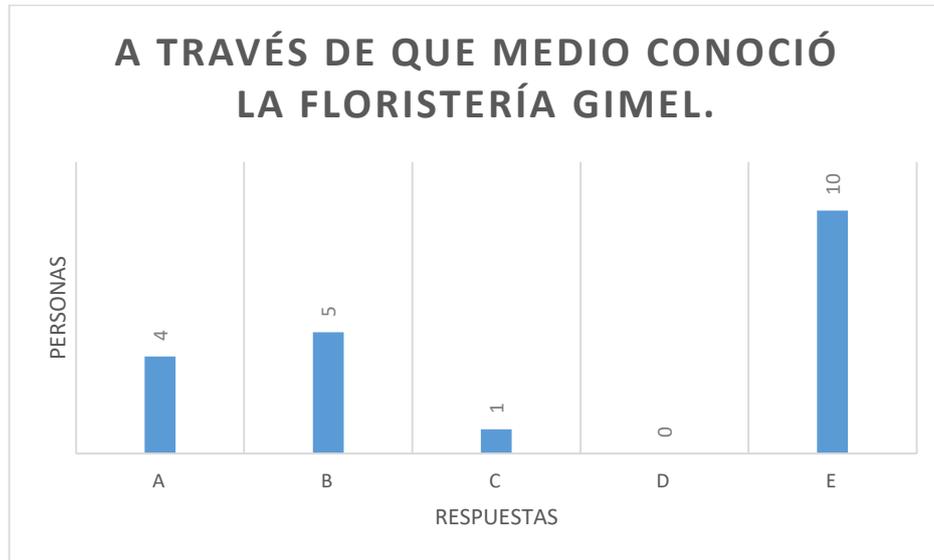


Ilustración 9. Grafica 1

Fuente: Elaboración propia.

4.1.3.2 Pregunta 2

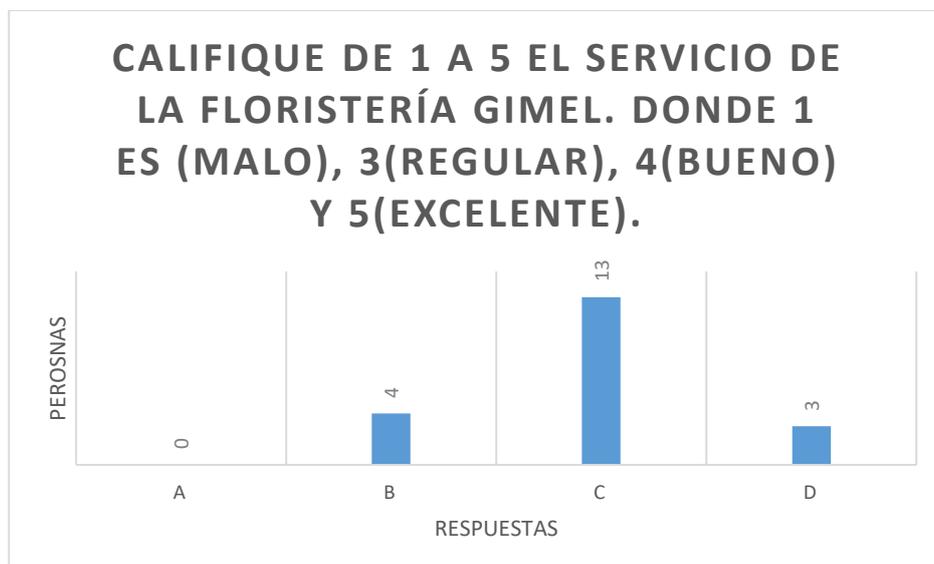


Ilustración 10. Grafica 2

Fuente: Elaboración propia.

4.1.3.3 Pregunta 3

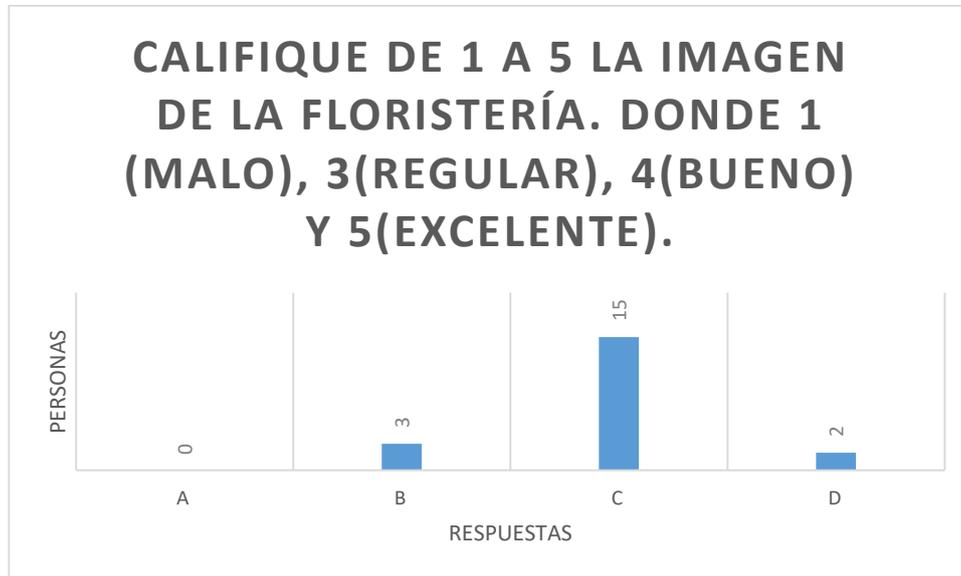


Ilustración 11. Grafica 3

Fuente: Elaboración propia.

4.1.3.4 Pregunta 4

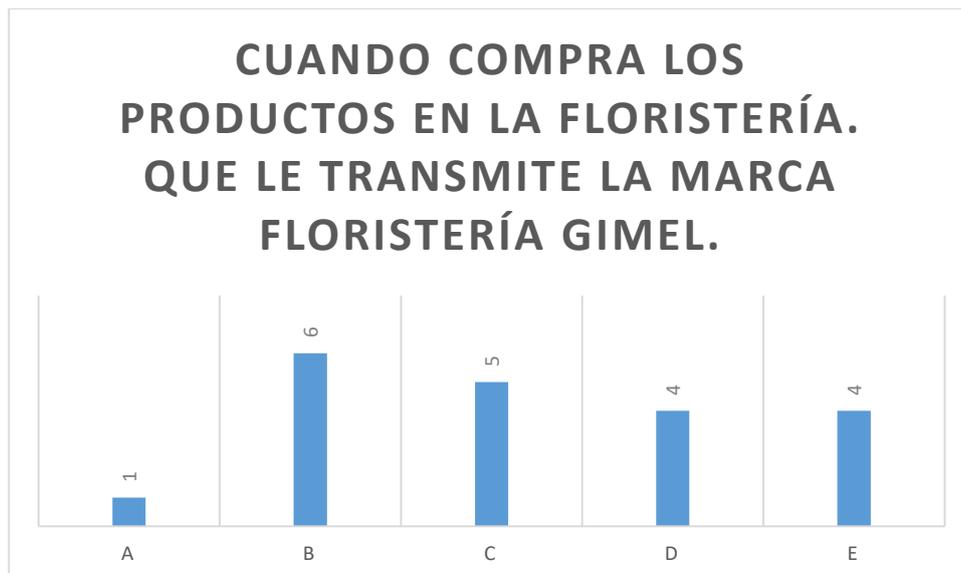


Ilustración 12. Grafica 4



Fuente: Elaboración propia.

4.1.3.5 Pregunta 5

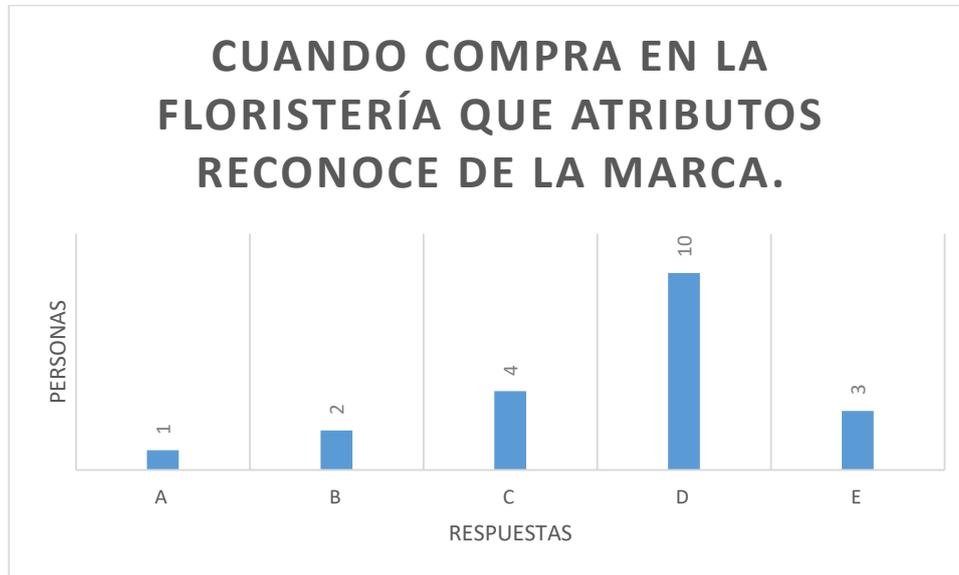


Ilustración 13. Grafica 5

Fuente: Elaboración propia.

Planteamiento y Formulación del Problema a Solucionar

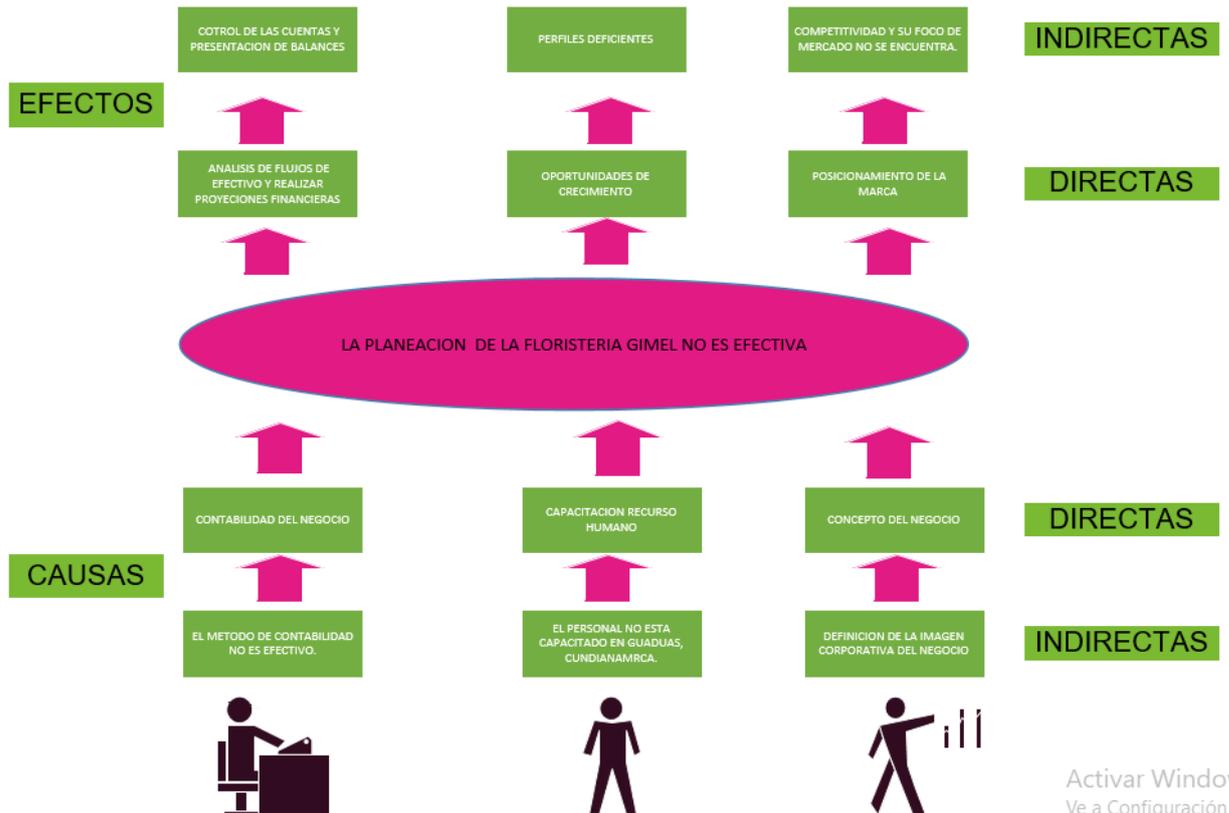


Ilustración 14. Arbol de problemas

Fuente: elaboración propia

A través del análisis de las funciones administrativas con los criterios de evaluación se identificó las actividades más críticas e importantes que están afectando el desarrollo del negocio, se puede realizar el planteamiento del problema para el proyecto.

Y con la utilización del método de la observación se identificó que las causas del problema en la Floristería Gimel son: la contabilidad deficiente, el personal no está capacitado, definición de la imagen corporativa del negocio. En eso orden de ideas se observó que el problema es: **“LA PLANEACION DE LA FLORISTERÍA NO ES EFECTIVA.**

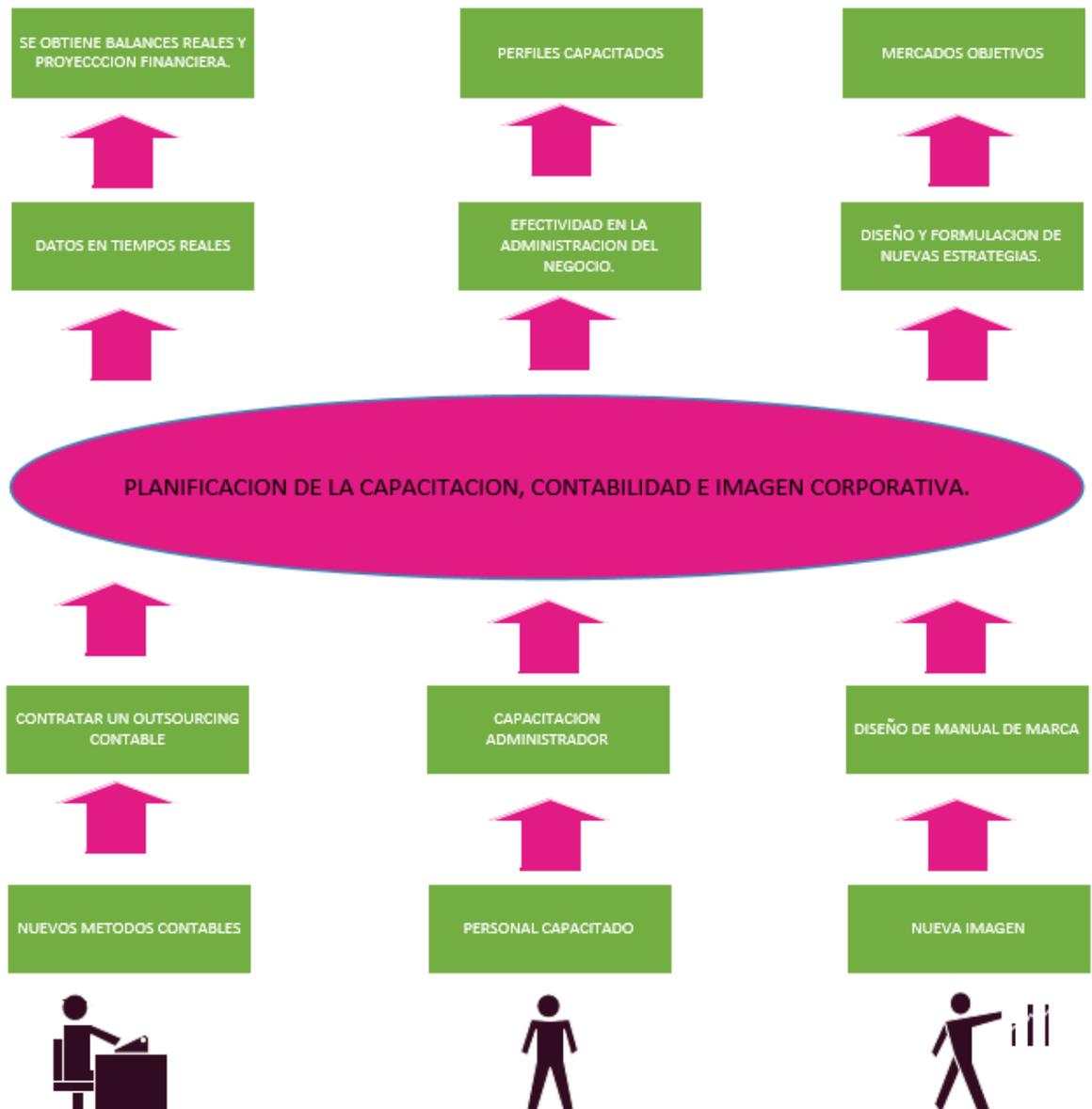


Ilustración 15.Árbol de objetivos.

Fuente: elaboración propia.

Propuestas de Solución

4.1.4 Alternativa 1: Outsourcing Contable

Se plantea como solución la contratación de un Outsourcing contable para que lleve las cuentas y periódicamente se analice la información y se pueda tener una proyección financiera del negocio. Esto con el fin que el negocio obtenga información veraz y coherente en momentos reales para la construcción de presupuestos que definan la navegación de recursos, el cual, argumenta un buen aporte dentro del proceso de planeación.

4.1.5 Alternativa 2: Capacitación del Administrador

Se escoge la capacitación del administrador en carreras administrativas para que tenga la formación integral de que es una empresa, y pueda entender el desarrollo de buenas prácticas de administración en el negocio. Esto con el fin de que el perfil tenga la capacidad de planear, organizar, controlar y evaluar todos los procesos de la floristería.

4.1.6 Alternativa 3: Diseño del Manual de Marca

Se plantea el diseño del manual de marca que define la imagen corporativa de la Floristería Gimel, el cual, sustenta los usos correctos, parámetros, colores, formatos, fuentes y teoría que ayuda a fortalecer la filosofía corporativa del negocio, adicionalmente se incorpora para útilmente en el proceso de planeación para la formulación de nuevas estrategias de posicionamiento.

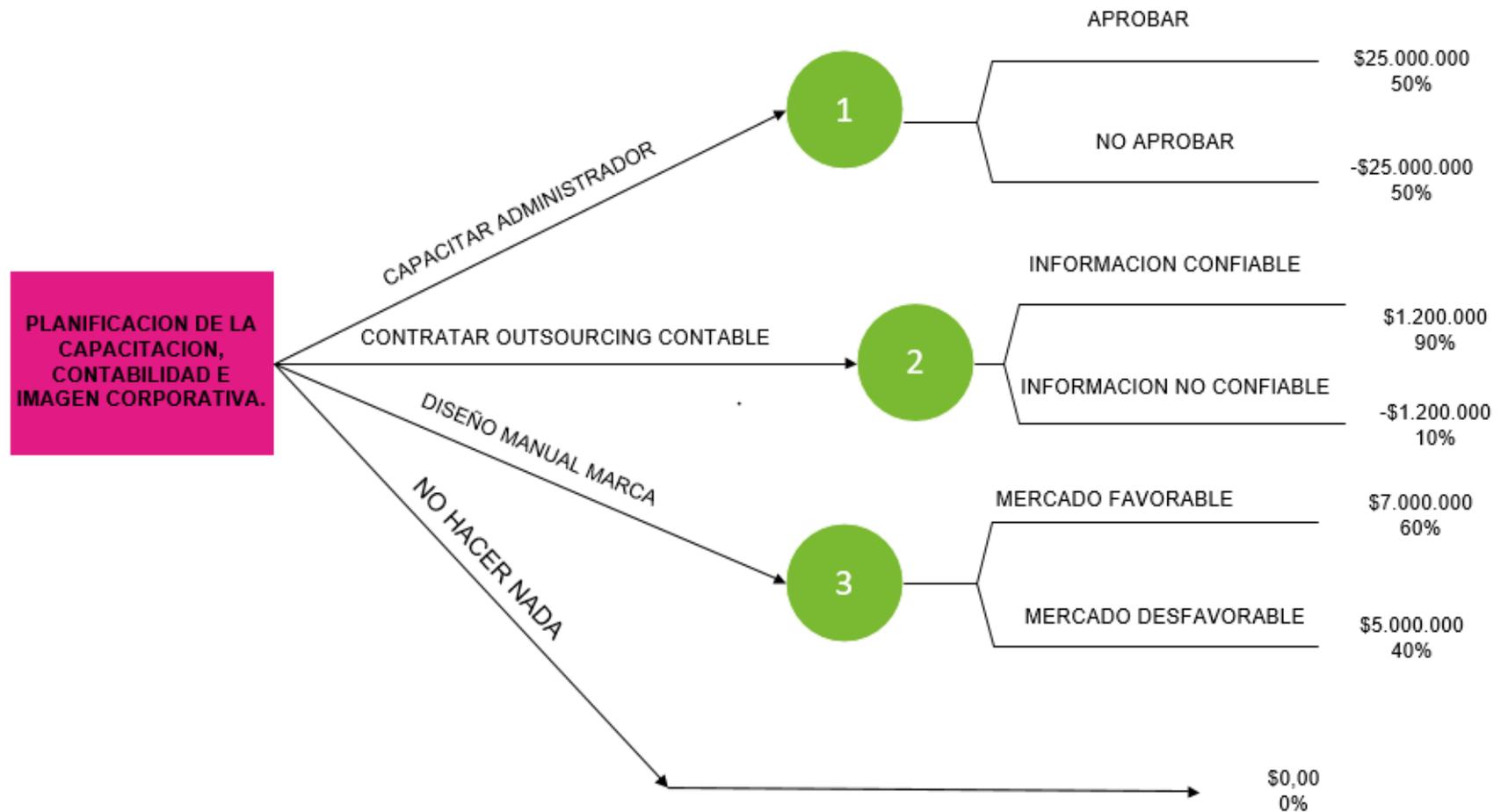


Ilustración 16. Arbol de decisiones.

Fuente: Elaboración propia.



4.1.7 Sustentación árbol decisiones

Dentro de la argumentación teórica se exponen 3 alternativas, que muestran una inversión por cada una; y con el árbol de decisiones más que tomar una decisión es darle prioridad a una de las alternativas ya que me permitirán alcanzar uno de los objetivos propuestos. Esta herramienta me permite evaluar variables de costo, evento y probabilidad para escoger la mejor alternativa.

4.1.8 Alternativa seleccionada

En el planteamiento de las alternativas se encuentra los valores monetarios esperados (VME) de los estados de naturaleza, donde se percibe que es costo y que representa ingresos para el negocio o empresa para la selección de la mejor solución. Este árbol identifica la contratación del Outsourcing y la capacitación del administrador como costo; y el diseño de marca como alternativa de aumento en los ingresos.

Para el caso de la Floristería Gimel se realizó un análisis en el que se pudo establecer que la mejor opción es capacitar el administrador para dar lugar a un mejor perfil con conocimientos en administración de empresas, que tenga liderazgo en todos los procesos administrativos y que realice mejores prácticas de planeación.

Impacto

El fin de escoger la solución de capacitar el administrador tiene como objetivo mejorar las prácticas administrativas, tener un liderazgo en la toma de decisiones y que el administrador pueda desarrollar la imagen corporativa de la Floristería Gimel.

Para el caso del manejo contable se tiene previsto diseñar procedimientos y herramientas útiles que se ajusten al tamaño del negocio y la practicidad del grupo de



trabajo. Es decir, que la floristería tenga definido sus procesos que finalmente aporten a la dirección de la contabilidad y poder contratar un Outsourcing que administre el mismo y brindar las directrices necesarias para su debida administración.

Para la capacitación del administrador se proyecta una formación competente que brinde los conocimientos necesarios y prácticos, y adicionalmente que se ajuste al tiempo del mismo. Esto con el fin de darle una continuidad a las futuras capacitaciones del personal que se contrate para el ejercicio de la Floristería Gimel.

El manual de marca pretende fortalecer la imagen de la Floristería Gimel, implementar usos correctos de la marca, definir documentos oficiales para su administración, etiquetas y presentación y calidad en piezas publicitarias.

Adicionalmente la definición de valores corporativos crea una filosofía importante para que haya una sinergia en el grupo de trabajo y se proyecte un trabajo con calidad. Y la consecución de implementar mejoras en la imagen se representará en el aumento de las ventas de cada periodo y la percepción del portafolio de servicios tendrá un valor agregado de calidad para el cliente final.

El efecto positivo que tiene este proyecto está ligada a desarrollar el ejercicio de administración con parámetros ordenados y coordinados para el cumplimiento de los indicadores planteados.

4.1.9 Aplicación en la Floristería Gimel

Para la sustentación del proyecto se realiza las siguientes preguntas ¿qué es planear? Y ¿Por qué deberían planear las empresas?



Respondiendo a estos cuestionamientos se afirma: “La planeación es una función técnica administrativa dinámica considerada como uno de los mejores métodos para preparar a una organización para los cambios que ocurren en el ambiente. Para que esta sea efectiva, tiene que ser sistemática y estar proyectada al futuro. A través de la planificación no se puede controlar el futuro, pero es posible identificar y enfocarse en las acciones del presente que nos ayuden a alcanzar los resultados que deseamos en el futuro.”

En ese orden de ideas, el fundamento de la planeación es clara en exponer que “los planes estratégicos son los que definen la naturaleza de la organización”. (Empresarial, 2011)

Y los planes estratégicos se convierten en acciones a través de los siguientes vehículos que son: los planes operativos, las políticas, los procedimientos y las reglas.

Planes operativos: “son los medios que permiten a los planes estratégicos modificar el destino de la empresa.”

Políticas: “son los lineamientos que se siguen para tomar decisiones y emprender la acción; como tales, son planes.”

Procedimientos: “son planes porque establecen un método habitual para manejar las actividades en el futuro. Por ello guían las acciones en lugar del razonamiento, en la medida que establezcan la forma concreta en que se deberá realizar cierta actividad.”

Regla: “es un curso de acción o un conducto específico que se deben observar, es el tipo de plan más simple. Lo ideal es que cada regla corresponda a un plan estratégico. (Dubrin, 2000)

Por consiguiente, el manual de marca se convierte en una directriz fundamental para la definición de documentos que son importantes para el proceso de planeación negocio, porque a partir de ello se definen procedimientos que hacen parte de la

planeación estratégica; y como ejemplo se describen los siguientes procedimientos de la “Floristería Gimel”, y estos son: las ventas, producción y la contabilidad. **5191912**

Marco Referencial

4.1.10 El emprendimiento y las flores en Colombia

Según fuente (portafolio, 2016) “Hay que tener en cuenta, además, como asegura un estudio de la Corporación Financiera Internacional (ICF): Las Pymes representan más de la mitad de los puestos de trabajo formales en todo el mundo, y su participación en el empleo total es comparable a la de las grandes empresas. En Colombia, de acuerdo con cifras del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, las Pymes representan más del 95 por ciento de las empresas nacionales, generando más del 35 por ciento de la producción y cerca del 65 por ciento del empleo en Colombia. Por esta razón, en el país se forjan, diariamente iniciativas, que están encaminadas a fortalecer tanto las Pyme como los emprendimientos, con el fin de potencializar los proyectos al siguiente nivel”.

Las flores colombianas poseen un lugar destacado dentro de las preferencias del consumidor internacional por su alta calidad, colorido, belleza, tamaño y variedad. En efecto, con estas cualidades y en tan sólo 35 años de actividad, el sector logró convertirse en el ámbito internacional como el segundo exportador a nivel mundial con la participación de 14% en el comercio total, después de Holanda que cuenta con una participación del 56%.

La principal especie exportada es el clavel (estándar y miniatura), seguido por la rosa, con más del 60% del total exportado. Últimamente se ha observado una diversificación con más de 50 especies exportadas, cobrando importancia la astromelia, el crisantemo, pompón y la garbera, entre otras.



Cita el artículo (colombia.com, 2017) “Las exportaciones florícolas de Colombia, basadas en información proporcionada por ASCOLFLORES, comenzaron en 1965 con un retorno de US\$20.000, pero en el 2004 esta cifra alcanzó los US\$580 millones. Estados Unidos es el principal mercado de destino de las flores colombianas, demandando en el 84% del total de sus exportaciones florícolas, lo que se traduce en US\$472 millones y 141.700 toneladas en transporte aéreo. La tercera parte corresponde a rosas (US \$148 millones). El segundo comprador de flores colombianas es la Unión Europea con un 9,8% de participación en sus ventas, es decir US \$57 millones, donde las preferencias se inclinan por el clavel (US\$34 millones)”.

“ASOCOLFLORES es la Asociación Colombiana de Exportadores de Flores, creada en 1973 para representar, promover y fortalecer la competitividad de la floricultura colombiana en sus principales mercados y en el país. Su sede principal está Bogotá y cuenta con oficinas regionales en Antioquia (Rio Negro) y Centro Occidente (Pereira).

En representación del floricultor colombiano, ASOCOLFLORES tiene una participación muy activa a nivel nacional e internacional. En Colombia hace parte de diferentes organizaciones gremiales, tanto del sector público como del privado. En el exterior, ASOCOLFLORES pertenece a las principales organizaciones representativas de la floricultura. En cada una de ellas, la asociación promueve la competitividad de las flores colombianas en los mercados internacionales.

Según (asocolflores, 2017) “Colombia es el país de América Latina que desde hace 50 años ofrece mayor variedad de flores para exportación, ya que cuenta con un núcleo empresarial muy consolidado de cultivadores, proveedores y facilidades logísticas, además de un lugar geográficamente estratégico. ASOCOLFLORES tiene el compromiso de destacar estas cualidades y de compartir con el mundo la filosofía de la sostenibilidad de la floricultura colombiana”.



4.1.11 Historia

La “Floristería Gimel” nació en Guaduas, Cundinamarca como muchas de las ideas de negocio de este país que han dejado una huella y un legado de emprendimiento para compartir a cada persona que se interese por investigar. Es una microempresa fundada hacia el año 1988 por Ana Cecilia Murcia López que en su educación básica que pudo tener proyecto y comenzó a trabajar inicialmente como idea comercial; después de un tiempo tuvo la oportunidad de aprender empíricamente la elaboración y diseño de arreglos florales. De esta manera como fundamento básico empezó a realizar sus primeros arreglos que eran exhibidos en un pequeño local improvisado. Al cabo de varios años con su familia empezaron a tener una mayor integración con el mundo de las flores, y decidieron viajar a la ciudad de Bogotá para empezar a conocer más sobre clases, tipos y presentaciones de flores qué en su medida daban un molde mucho mejor del negocio y al mismo tiempo la selección de unos posibles proveedores que ofrecieran posibilidades de negociación más cómodas para ofrecer a nuestros futuros clientes un buen producto. Con el paso del tiempo se fortaleció más el negocio y tuvo la oportunidad de tener un local más amplio para organizar el negocio.

Actualmente, la administración de esta microempresa es liderada por uno de sus accionistas junto con su fundadora. Raúl Alberto Nieto Murcia, hijo de Ana Murcia, tuvo la oportunidad de estudiar y adquirir experiencia con empresas especializadas en el mundo del diseño y de la decoración de flores, adicionalmente la comercialización de flores, permitió adquirir un mayor conocimiento sobre clases, tipos y cuidados especiales. Este conjunto de elementos ha permitido retroalimentar esta idea de negocio para que tenga su presencia como una de las mejores floristerías con un portafolio de ventas definido y un buen asesor en eventos. Y con el esfuerzo de todos hemos tenido la posibilidad de hacer realidad proyectos de vida ejemplares gracias a la Floristería Gimel, que en su promesa básica dice: “exprésate con flores”.

Fuente: Floristería Gimel.



4.1.12 Que es la Floristería Gimel

La Floristería Gimel es un negocio que se dedica a la comercialización de arreglos florales para todas las ocasiones (nacimientos, cumpleaños, aniversarios, amor, fiestas especiales del año) y decoración de eventos.

El segmento que atiende actualmente es en la población de guadas, Cundinamarca, Colombia; son clientes con ingresos medio altos. Nuestros medios de comunicación son por teléfono, Redes sociales (Facebook, What sapp); la forma de relacionarnos con el cliente es por medio del asesor en el punto de venta y por internet. Los recursos claves para desempeñar esta labor es nuestro punto de venta, un equipo de 5 personas (para eventos y temporadas se contrata personal requerido), manejo de la tecnología y el servicio de transporte. Como actividades fundamentales para el negocio está en asesorar al cliente para la ocasión que solicite el servicio, dirigir los decoradores para ofrecer diversidad y conceptos en diseños; y nuestros aliados estratégicos son los proveedores que importan las materias primas y los cultivos de flores ya que nos ofrecen directamente mejores precios y garantía en la selección de flores, valor que trasladamos en el momento de la venta para que nuestros diseños sean una solución de regalo que cumpla con las expectativas del cliente.

Este es un proyecto ejemplar de emprendimiento que se proyecta a fortalecer su estructura organizacional buscando la fidelización de nuevos clientes en escenarios nuevos que no tiene cobertura actualmente y ser competitivos en la solución de arreglos florales para todas las ocasiones.

Marco conceptual

4.1.13 Método de observación

La teoría de la administración científica surgió, en parte, por la necesidad de elevar la productividad. A principios del siglo XIX, en Estados Unidos en especial, había poca



oferta de mano de obra. La única manera de aumentar la productividad era elevando la eficiencia de los trabajadores. Así fue como Frederick W. Taylor, Henry L. y Gantt y Franklin inventaron el conjunto de principios que se conocen como la teoría de la administración científica. El enfoque típico de la escuela de la administración científica es el énfasis en las tareas. El nombre administración científica se debe al intento de aplicar los métodos de la ciencia a los problemas de la administración, con el fin de alcanzar elevada eficiencia industrial. Los principales métodos científicos aplicables a los problemas de la administración son la observación y la medición. La escuela de la administración científica fue iniciada en el comienzo de este siglo por el ingeniero mecánico americano Frederick W. Taylor, considerado el fundador de la moderna TGA. A esta corriente se le llama Administración Científica por la racionalización que hace de los dos métodos de ingeniería aplicados a la administración y debido a que desarrollan investigación es experimentales orientadas hacia el rendimiento del obrero. (Vera, 2012)

4.1.14 Árbol de problemas

El árbol problémico es una técnica que nos permite registrar y organizar la problemática que intentamos resolver o investigar con mayor profundidad. Esta técnica incluye la identificación de los elementos (causa -efecto) que se vinculan con nuestra problemática.

La clarificación de la cadena de problemas supone efectuar un análisis de las premisas de un proyecto de investigación, identificar las posibles dimensiones para explorar un problema y las áreas para la evaluación de un proyecto.

Tres partes son esenciales en un árbol problémico: el problema central (tronco del árbol), las causas (raíces del árbol) y efectos (ramas del árbol). (scribd.com, 2017)

4.1.15 Árbol de decisiones.



Un árbol de decisión es un mapa de los posibles resultados de una serie de decisiones relacionadas. Permite que un individuo o una organización comparen posibles acciones entre sí según sus costos, probabilidades y beneficios. Se pueden usar para dirigir un intercambio de ideas informal o trazar un algoritmo que anticipe matemáticamente la mejor opción.

Un árbol de decisión, por lo general, comienza con un único nodo y luego se ramifica en resultados posibles. Cada uno de esos resultados crea nodos adicionales, que se ramifican en otras posibilidades. Esto le da una forma similar a la de un árbol.

Hay tres tipos diferentes de nodos: nodos de probabilidad, nodos de decisión y nodos terminales. Un nodo de probabilidad, representado con un círculo, muestra las probabilidades de ciertos resultados. Un nodo de decisión, representado con un cuadrado, muestra una decisión que se tomará, y un nodo terminal muestra el resultado definitivo de una ruta de decisión. (Lucidchart, 2018)

4.1.16 Características de un árbol de decisiones

- ✓ Plantea el problema desde distintas perspectivas de acción.
- ✓ Permite analizar de manera completa todas las posibles soluciones.
- ✓ Provee de un esquema para cuantificar el costo del resultado y su probabilidad de uso.
- ✓ Ayuda a realizar las mejores decisiones con base a la información existente y a las mejores suposiciones.
- ✓ Su estructura permite analizar las alternativas, los eventos, las probabilidades y los resultados. (ALTONIVEL, 2018)



4.1.17 Manual de Identidad Corporativa

un manual de marca es un instrumento didáctico que contiene en forma explícita, ordenada y sistemática información sobre objetivos, atribuciones, conceptos gráficos y demás procedimientos usados por la propuesta visual de una marca, así como otros puntos que se consideren necesarios teniendo como marco de referencia los principios comerciales e históricos de la empresa. En el sentido simple, acaso menos exacto, pero mucho más directo, un manual de marca tiene como premisa fundamental decir cómo debe ser usada una marca.

4.1.18 La utilidad del manual de marca

Al igual que usamos manuales para utilizar electrodomésticos, automóviles o aplicaciones informáticas, también lo necesitamos para aplicar correctamente la marca de una empresa. Es como hacer un itinerario o una hoja de ruta, donde los signos de identidad de la marca sean visualizados y entendidos a la perfección por los clientes, a través de una correcta aplicación de lo que hoy se denomina Identidad Corporativa, una disciplina especializada fruto de la investigación, la estrategia y el diseño. Este término (traducción del anglicismo Corporate Identity) –dicho sea de paso- debe ser analizado en su justa dimensión por su relevancia, ya que tiene por axioma construir el proceso (o los procesos) que doten a una empresa de una personalidad visible, sobresaliente. Resumiendo, de otro modo: Un manual de marca hace tangible y real lo que usualmente solo vemos, intuimos, olemos, probamos, etcétera. Como la materialización final de una idea. (Maria, 2013)

Marco Teórico

4.1.19 Administración Científica



“El enfoque típico de la escuela de la administración científica es el énfasis en las tareas. El nombre administración científica se debe al intento de aplicar los métodos de la ciencia a los problemas de la administración, con el fin de alcanzar elevada eficiencia industrial. Los principales métodos científicos aplicables a los problemas de la administración son la observación y la medición. La escuela de la administración científica fue iniciada en el comienzo de este siglo por el ingeniero mecánico americano Frederick W. Taylor, considerado el fundador de la moderna TGA”. Según Taylor (Pelayo, 1999)

La teoría relacionada enuncia el método de la observación como medio para llegar a comprobar hipótesis que se convierten en posibles soluciones; apoyados en esta tesis sustentada por Taylor en este trabajo de grado se hace útil para la organización de la “Floristería Gimel” ya que se considera que los años de experiencia llevan a elaborar un diagnóstico más rápido de los principales problemas; teniendo en cuenta la estructura de un negocio u empresa competitiva en el mundo de los negocios. Y apoyados en el principio fundamental del mercadeo que es la necesidad de los clientes, se tiene en cuenta para planear cada decisión para que el negocio mantenga su fidelización y siga creciendo.

Y en la comprobación de esta teoría se sustenta en las prácticas de la administración, que para el diseño de un nuevo producto o servicio utilizamos el método de observación del segmento o población que queremos estudiar para darle atributos y darle una caracterización a la idea de negocio generando una propuesta de valor para entrar al mercado objetivo y obtener los resultados proyectados.

La aplicación de esta teoría radica en la observación de los procesos administrativos, evaluando las diferentes actividades definidas para el tamaño de negocio que es la floristería, analizando desde el ejercicio si cumple o sencillamente se debe mejorar para avanzar en el crecimiento del negocio.



4.1.20 Teoría administración empírica

“Sus principales representantes son Peter F. Drucker, Ernest Dale y Lawrence Appley, quienes realizaron estudios basados en experiencias prácticas, en las que descartaron casi todos los fundamentos teóricos. Se administra sobre causas, corrigiendo errores, los principios son empíricos y no se realiza ningún esfuerzo para explorar nuevos senderos e intentar algo diferente. Se practican sistemas de otras empresas y se comparan eventos administrativos pasados, con los actuales y futuros”. Según autores: Drucker P., Dale E., y Appley L., (Galindo, 2009)

4.1.21 Teoría Humanista

El representante es Elton Mayo, quien con su teoría “demostró que, sin la cooperación y solidaridad del grupo, de la oportunidad de ser considerados en los proyectos, de ser escuchados, de ser considerados en igualdad por parte de sus superiores, es difícil y, en ocasiones, casi imposible llegar a los objetivos fijados. Para el importante integrar al hombre en grupos de trabajo buscando las relaciones interpersonales del trabajador”. Según Mayo (Galindo, 2009)

Plan de Acción

El plan de acción recoge la aplicación de las alternativas de solución, y a continuación se presenta con sus indicadores.

SELECCIÓN DE PROBLEMAS Y ALTERNATIVAS DE SOLUCION	
MUESTRA: FLORISTERIA GIMEL	LOCALIZACION: Guaduas, Cundinamarca
CAUSAS OBSERVADAS:	
Contabilidad deficiente	
Personal no esta capacitado	
Definicion de la imagen corporativa del negocio	
PROBLEMA IDENTIFICADO: La planeacion no es efectiva en la floristeria gimel.	
ALTERNATIVAS DE SOLUCION:	
Capacitacion administrador.	
Contratar un outsourcing contable.	
Diseño de marca y manual corporativo.	
SELECCIÓN ALTERNATIVA DE SOLUCION: Capacitacion administrador	
OBJETIVO GENERAL: Formacion profesional en administracion de empresas.	
OBJETIVOS ESPECIFICOS:	
Capacitacion del administrador que progresivamente podra definir mejores practicas en administracion, definicion de procedimientos y diseño de la imagen corporativa de negocio floristeria gimel.	

Tabla 1. Selección de problemas y alternativas de solución.

Fuente: Elaboración propia



FORMULACION DEL PLAN DE ACCION	
MUESTRA: Floristeria Gimel.	LOCALIZACION: Guaduas, Cundinamarca
PROBLEMA IDENTIFICADO: La planeacion no es efectiva en la floristeria gimel.	
ALTERNATIVA DE SOLUCION: Capacitacion del administrador.	
OBJETIVO GENERAL: Formacion profesional en administracion de empresas.	

OBJETIVOS ESPECIFICOS	ACTIVIDADES	META	INDICADOR	CRONOGRAMA (DIAS)	RESPONSABLES	RECURSOS
Capacitacion del administrador que progresivamente podra definir mejores practicas en administracion, definicion de procedimientos y diseño de la imagen corporativa de negocio floristeria gimel.	Desarrollar los contenidos programaticos de cada periodo.	Aprobar los estudios de administracion de empresas e implementar mejoras dentro del negocio.	EFECTIVIDAD	5 años	ADMINISTRADOR	\$ 30.000.000
	Implementar planes practicos dentro del negocio.					
	Trabajar con empresa en publicidad.					
VALOR TOTAL DEL PLAN DE ACCION						\$ 30.000.000

FUENTES DE FINANCIACION		
	PROPIO	\$ 30.000.000
	BANCO	\$ -
	OTROS	\$ -

Tabla 2. Formulación del plan de acción.

Fuente. Elaboración propia.

EVALUACION DE INDICADORES				
MUESTRA: FLORISTERIA GIMEL		LOCALIZACION: Guaduas, Cundinamarca		
PROBLEMA IDENTIFICADO: la planeacion no es efectiva en la floristeria gimel.				
ALTERNATIVA DE SOLUCION: Capacitacion del administrador.				
OBJETIVO GENERAL: Formacion profesional en administracion de empresas.				
OBJETIVOS ESPECIFICOS	META	FACTOR DE MEDICION		INTERPRETACION
		INDICADOR	INDICE	
Capacitacion del administrador que progresivamente podra definir mejores practicas en administraracion, definicion de procedimientos y diseño de la imagen corporativa de negocio floristeria gimel.	Aprobar los estudios de administraracion de empresas e implementar mejoras dentro del negocio.	EFFECTIVIDAD	100%	APROBADA O NO APROBADA.

Tabla 3. Evaluación de indicadores.

Fuente. Elaboración propia



4.1.22 Sustentación de plan de acción.

El resultado del plan de acción está justificado con el desarrollo del manual de marca (ver anexo 1) y la formulación de procedimientos (ventas, producción y contabilidad); que finalmente aporta a la solución del problema identificado que no hay planeación de la contabilidad, capacitación del personal e imagen corporativa. Se asume el riesgo del costo y el tiempo para la solución de las causas identificadas con el fin de ser efectivos y seguir sosteniendo el negocio de la Floristería Gimel.

Su estructura se fundamenta como primera parte formulación del problema y soluciones del mismo, como segunda parte con la formulación del plan de acción con variables de (objetivos, actividades, metas, indicador, tiempo, recursos y responsables), y como tercera parte la evaluación de los indicadores con variables (objetivo, meta, factor de medición e interpretación). Su justificación se apoya con las etapas de diagnóstico, análisis y evaluación de la investigación planteadas en el proyecto.

Finalmente, la sustentación de la solución se plantea la capacitación del administrador, el cual, tiene como propósito desarrollar sus conocimientos y tener injerencia en el mejoramiento de las prácticas administrativas dentro de la floristería gimel, y por ende solucionar el problema de la planeación.

Entendiendo la finalidad del plan de acción, es importante entender que el manual de marca a la floristería gimel aporta un crecimiento a la imagen corporativa del negocio y define usos correctos de la misma, el cual, me permite potencializar el proceso de planeación de estrategias. Para este caso, el manual define formatos que son importantes para la definición y desarrollo de los procedimientos del negocio; y estas herramientas a su vez aportan al crecimiento del negocio.



A continuación, se encuentra la descripción de cada procedimiento que evidencia la utilización de los formatos definidos en el manual de marca, y que por supuesto la marca se enmarca dentro de la visión y la misión de la floristería. Y que finalmente hace un gran aporte al proceso de planeación del negocio.

4.1.23 Procedimiento de ventas

4.1.23.1 Objetivo

Definir y explicar en tiempo y espacio el protocolo de ventas para la Floristería Gimel.

4.1.23.2 Alcance

Este procedimiento está dirigido al administrador y vendedor, de la floristería para tener claro cómo debe funcionar el servicio de arreglos florales u obsequios que están identificados en el portafolio.

4.1.23.3 Responsables

- El administrador es responsable del manejo del dinero, tipo de transacciones, compras y brindar la información por los diferentes canales de ventas (local, teléfono e internet)

- Para el área comercial estará encargado los vendedores que deben tener un perfil idóneo con conocimientos en flores, deben manejar las herramientas y formatos definidos para la venta de los arreglos florales, y finalmente deben manejar el servicio al cliente apropiado en cada ambiente.

4.1.23.4 Términos y definiciones

Administración: Es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales.

Venta: Es la acción de negociar un bien o servicio.

Logística: proceso por el cual se coordina la entrega de un bien.

Proceso: transformación de un conjunto de actividades.

4.1.23.5 Flujograma

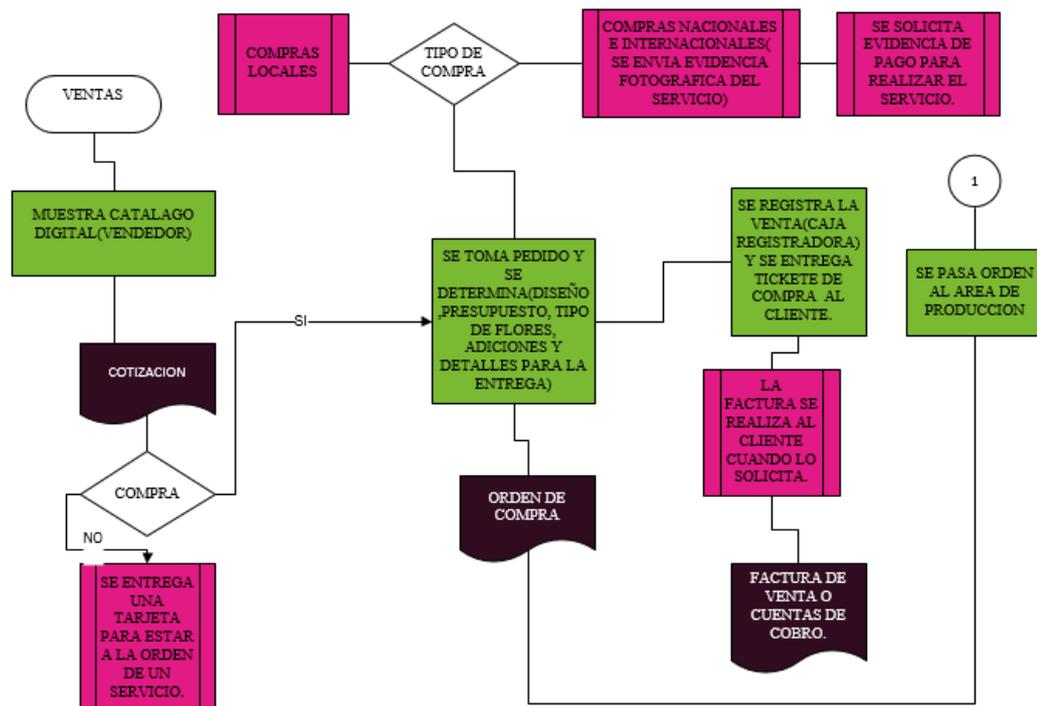




Ilustración 17. Procedimiento de Ventas.

Fuente: Elaboración propia.

4.1.24 Procedimiento de producción

4.1.24.1 Objetivo

Describir el proceso de producción de arreglos florales u obsequios en el taller de la Floristería Gimel.

4.1.24.2 Alcance

Este procedimiento está dirigido al decorador y mensajero (repartidor encargado) de la floristería para tener claro cómo debe funcionar la producción de cada orden de servicio y como se debe entregar a cada cliente del negocio.

4.1.24.3 Responsables

El decorador es la persona con capacidad de seleccionar y diseñar cada arreglo floral bajo las especificaciones consignadas en la orden de compra.

El mensajero o repartidor de los arreglos florales debe estar encargado de llevar en óptimas condiciones el servicio con la mejor actitud, presentación y etiqueta que exigen los clientes, en el orden, de celebrar cada fecha especial de sus familias.

4.1.24.4 Términos y definiciones

Producción: Capacidad de transformar materias primas en un producto terminado.

Materias primas: Insumos primarios que utiliza una compañía o negocio para diseñar, construir y entregar algo nuevo.

Taller: Lugar o escenario dispuesto por una empresa para la producción.

Inventarios: Son las materias primas que están debidamente organizados para el proceso de venta o producción de una empresa.

4.1.24.5 Flujograma



Ilustración 18. Procedimiento de Producción.

Fuente: Elaboración propia.



4.1.25 Procedimiento de contabilidad

4.1.25.1 Objetivo

Mostrar la capacidad para clasificar y organizar la información o documentos equivalentes que representan los costos y gastos de la Floristería Gimel.

4.1.25.2 Alcance

- Este procedimiento está dirigido al administrador y contador que deben coordinar el archivo, análisis y presentación de informes o balances para establecer proyecciones financieras. Y finalmente tener información veraz para la capitalización e inversiones futuras que representan las oportunidades del negocio.

4.1.25.3 Responsables

- El administrador es responsable de clasificar cada documento que afecta la operación del negocio con el fin de que el contador obtenga la información en tiempos reales para su procesamiento.
- El contador es responsable de ingresar o causar los diferentes documentos en las cuentas contables del software, el cual, permitirá establecer balances periódicos para su previa evaluación aportando al plan de mejora y crecimiento financiero del negocio.

4.1.25.4 Términos y definiciones

Contabilidad: Es la ciencia de que estudia las cuentas de una empresa.

Finanzas: Es una ciencia que estudia el comportamiento de los valores dentro de una economía.

Factura: Documento equivalente que representa la venta de un bien o servicio en el mercado.

Orden de compra: formato utilizado en las empresas para autorizar las cotizaciones o compras, y que permite ordenar el proceso de venta y producción de un negocio.

4.1.25.5 Flujograma

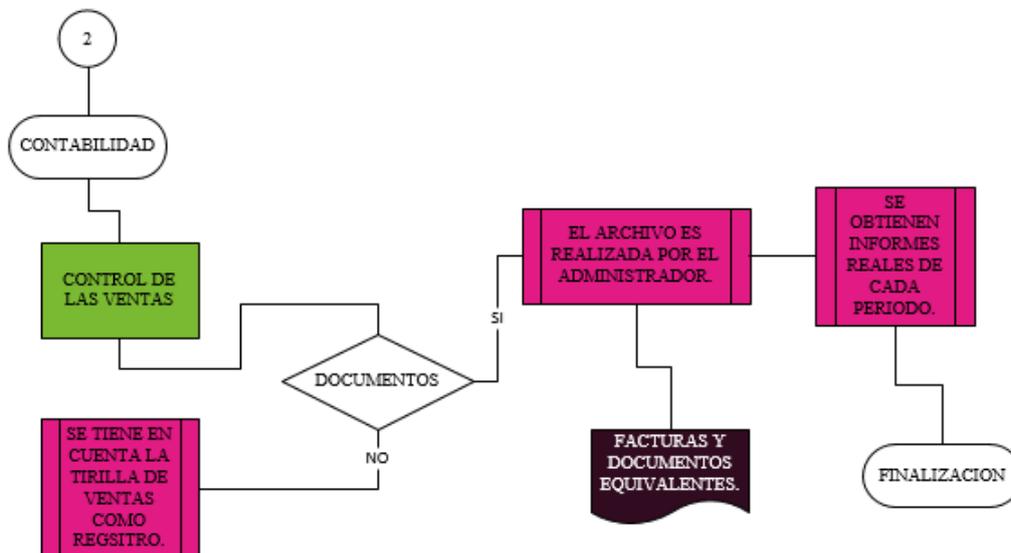


Ilustración 19. Procedimiento de Contabilidad.

Fuente: Elaboración Propia.



Balanced Score Card

El Balanced Score card (BSC / Cuadro de Mando Integral) es una estrategia fundamental para cualquier tipo de organización, porque impulsa las operaciones y las decisiones de corto, mediano y largo plazo; y describe la forma en que una organización ajusta sus propias capacidades a las oportunidades del mercado con el fin de lograr sus objetivos globales. Al plantear la estrategia, una organización tiene que comprender la estructura del negocio en que opera; esto quiere decir que debe conocer “desde el proveedor de mi proveedor, hasta el cliente de mi cliente”, lo que se denomina cadena de valor extendida, cadena de abastecimiento o cadena de suministro del negocio. (Ruiz, 2011)

La cadena de valor se centra en estas fuerzas:

- Clientes actuales y clientes potenciales.
- Necesidades actuales y nuevas, deseos, expectativas e intereses de los clientes.
- Producto (bien o servicio) que permite satisfacer las necesidades de los clientes y tienen una gran componente que es la velocidad del cambio y desarrollo de la tecnología.
- Precio de venta determinado por el mercado. Precio de venta objetivo.
- Competencia. Organizaciones y productos actuales y posibles nuevas competencias.
- Poder de negociación de los clientes.
- Poder de negociación de los proveedores.

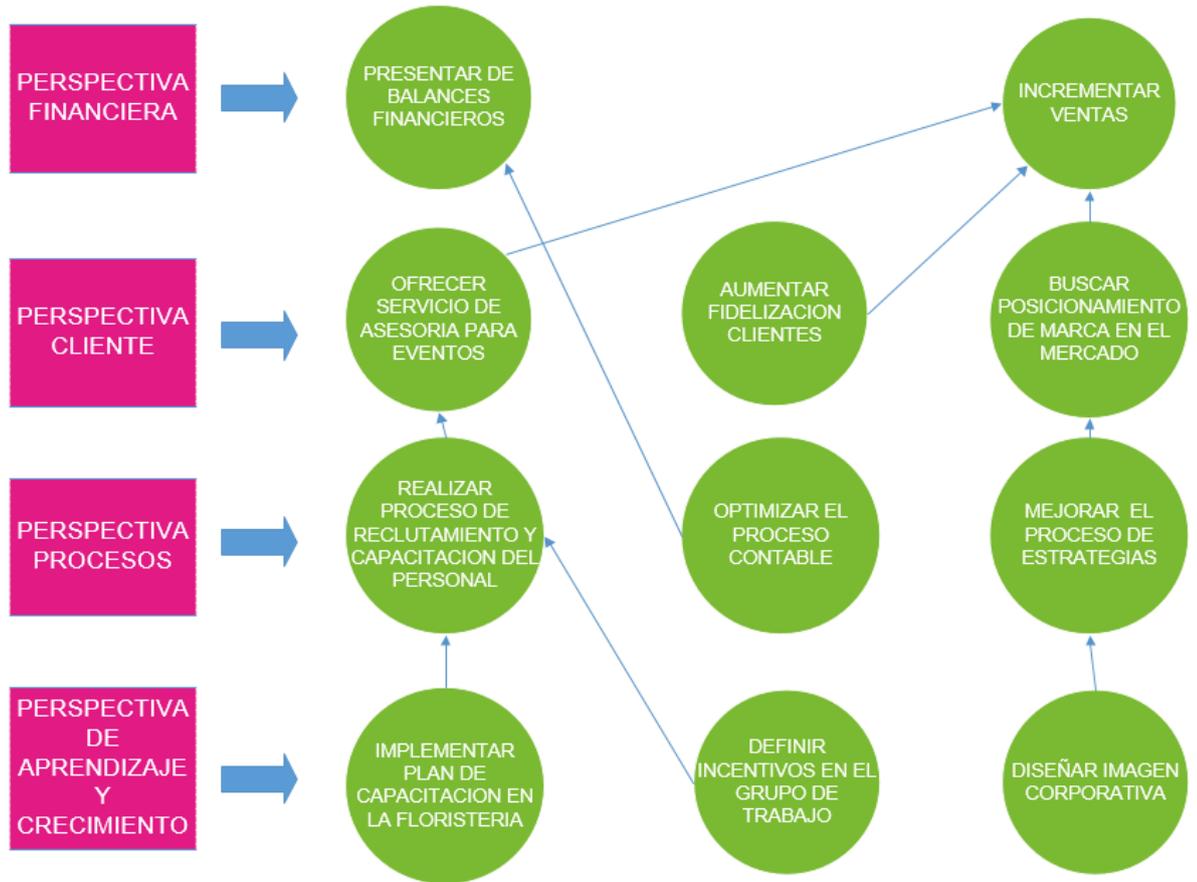


Ilustración 20. Arbol estratégico.

Fuente. Elaboración propia.

PERSPECTIVA	OBJETIVO	INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	OBJETIVO	FRECUENCIA DE MEDICIÓN	OPTIMO	TOLERABLE	DEFICIENTE	RESULTADO	RESPONSABLE
FINANCIERA	Presentar balances financieros	cumplimiento de informes.	unidades	2	semestral	2	1	0	tener la información en tiempo real para análisis de indicadores.	contador
FINANCIERA	Incrementar ventas	evaluación de ventas	porcentaje	10%	mensual	10%	7%	2%	Obtener un aumento de las ventas.	administrador
CLIENTE	Ofrecer servicio de asesoría para eventos.	Cantidad de clientes interesados en asesoría.	porcentaje	20%	anual	20%	15%	10%	oportunidad de mercado en nuevo nicho de mercado.	administrador
CLIENTE	Aumentar fidelización de clientes.	cantidad de clientes que compran.	porcentaje	10%	anual	10%	6%	2%	cumplimiento con la expectativa de compra.	administrador
CLIENTE	Buscar posicionamiento de marca en el mercado.	nivel de recordación de marca en la mente de los consumidores.	porcentaje	70%	anual	70%	50%	10%	Que la marca tenga recordación en cada compra de	gerente



PERSPECTIVA	OBJETIVO	INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	OBJETIVO	FRECUENCIA DE MEDICIÓN	OPTIMO	TOLERABLE	DEFICIENTE	RESULTADO	RESPONSABLE
									los arreglos florales.	
PROCESOS	Realizar proceso de reclutamiento y capacitación del personal.	Personal capacitado.	porcentaje	100%	anual	100%	60%	10%	Tener personal idóneo para las temporadas del año.	gerente
PROCESOS	Optimizar el proceso contable	Manejo de herramientas informáticas.	Porcentaje	100%	anual	100%	80%	20%	Analizar la información en tiempo real y oportuno para la toma de decisiones.	Contador
PROCESOS	Mejorar el proceso de estrategias.	alcance y posicionamiento en el mercado.	porcentaje	100%	anual	100%	80%	10%	utilidad de la marca.	gerente

PERSPECTIVA	OBJETIVO	INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	OBJETIVO	FRECUENCIA DE MEDICION	OPTIMO	TOLERABLE	DEFICIENTE	RESULTADO	RESPONSABLE
APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO	Implementar plan de capacitación en la floristería	costos del plan de capacitación.	porcentaje	100%	anual	100%	70%	10%	minimizar costos en la capacitación del personal.	administrador
APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO	Definir incentivos en el grupo de trabajo.	motivación laboral.	porcentaje	5%	anual	5%	2%	1%	márgenes de ventas.	administrador
APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO	Diseñar imagen corporativa.	aprobación de los socios de la imagen corporativa.	porcentaje	100%	por proyecto	100%	80%	10%	mejorar la visión del negocio.	gerente

Ilustración 21. Cuadro de mando integral

Fuente. Elaboración propia.



Lecciones aprendidas.

- La mejor forma de organizar una empresa es identificar siempre su necesidad para proponer un plan de mejora.

- Reconocer y estudiar los diferentes entornos de la empresa permite diseñar un plan estratégico para la empresa.

- Utilizar las herramientas de planeación, dirección, administración, control y evaluación es el mejor camino para tomar mejores decisiones dentro de la organización.

- Analizar la información con veracidad comprueba que tenemos el tipo de liderazgo para desarrollar un proyecto.

- Hacer los estudios de mercado, financiero, tributario y contable permite formalizar las propuestas y hacer más efectivas las inversiones.



5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- La observación a través del proceso administrativo permite identificar y validar las hipótesis planteadas.
- Con el uso del método de árboles se pudo identificar y plantear con mayor objetividad el problema y la solución.
- El plan de acción permite establecer una propuesta concreta para la aprobación del presupuesto.
- La definición de estrategias permite identificar el cumplimiento de metas y objetivos propuestos.



RECOMENDACIONES

- Un emprendedor debe buscar legalizar y organizar todos los procesos de una empresa con el fin de tener mayor participación e interacción con mercados nuevos que generen mayores oportunidades.
- El éxito de los negocios está en estudiar los mercados, reconocer el contexto, quien es el consumidor y saber cómo administrar los recursos.
- La mejor forma de establecer un plan de mejora para una empresa se da a partir de un buen diagnóstico, análisis y plan estratégico que fortalezca el crecimiento de la misma.
- Utilizar las herramientas de la administración permite establecer datos veraces y oportunos para la toma de decisiones y afianzar el liderazgo



BIBLIOGRAFÍA

- (s.f.). Obtenido de fcaenlinea.unam.mx/2006/1130/docs/unidad4.pdf.
- (s.f.). Obtenido de teoria clasica de la administracion:
fcaenlinea.unam.mx/2006/1130/docs/unidad4.pdf
- alcaldia guaduas, c. (09 de 09 de 2017). <http://www.guaduas-cundinamarca.gov.co>. Obtenido de <http://www.guaduas-cundinamarca.gov.co>: http://www.guaduas-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml
- altonivel. (02 de 09 de 2017). www.altonivel.com. Obtenido de www.altonivel.com:
<http://www.altonivel.com.mx/36690-arbol-de-decision-una-herramienta-para-decidir-correctamente/>
- ALTONIVEL. (22 de 02 de 2018). *ALTONIVEL*. Obtenido de ALTONIVEL:
<https://www.altonivel.com.mx>
- asocolflores. (01 de 09 de 2017). <http://www.asocolflores.org>. Obtenido de <http://www.asocolflores.org/acerca-de-asocolflores/quienes-somos/3>
- chiavenato, i. (2006). *Administracion en los nuevos tiempos*. En I. Chiavenato, *Administracion en los nuevos tiempos*. Mc Graw Hill.
- colombia.com, p. d. (01 de 09 de 2017). *productos de colombia.com*. Obtenido de <http://www.productosdecolombia.com/main/Colombia/Flores.asp>
- Deconceptos.com. (02 de 09 de 2017). *Deconceptos.com*. Obtenido de Deconceptos.com:
<http://deconceptos.com/ciencias-sociales/metodo-de-observacion>
- Dubrin, A. J. (2000). *Fundamentos de aministracion*. mexico: International Thomson Editores.
- Empresarial, R. G. (s.f.). *Revitalizando la industria de la construccion*. Obtenido de www.revitalizate.mx
- Galindo, M. (2009). ESCUELA ADMIJNISTRACION EMPIRICA. En M. Galindo, *Fundamentos de administracion* (pág. 232). mexico: trillas.
- gerencie.com. (02 de 09 de 2017). www.gerencie.com. Obtenido de www.gerencie.com:
<https://www.gerencie.com/la-imagen-corporativa.html>
- <http://cdim.esap.edu.co>. (09 de 09 de 2017). *google.com*. Obtenido de google.com:
<https://www.google.com.co>
- Humanos, R. (15 de 02 de 2018). *Recursos Humanos.com*. Obtenido de Recursos Humanos.com: <http://www.losrecursoshumanos.com/principales-teorias-administrativas-enfoques-y-representantes/>
- Kaplan, R. y. (2001). VISION,MISION, VALORES CORPORATIVOS Y OBJETIVOS ESTRATEGICOS. En A. M. DANIEL MARTINEZ PEDROS, *LA ELABORACION*



DEL PLAN ESTRATEGICO Y SU IMPLANTACION A TRAVES DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL (págs. 22,23). Diaz de Santos.

- Lucidchart. (22 de 02 de 2018). *Lucidchart*. Obtenido de Lucidchart:
www.lucidchart.com/pages/es/qué-es-un-diagrama-de-árbol-de-decisión
- Maria, L. S. (30 de mayo de 2013). *staff creativa*. Obtenido de staff creativa:
<http://www.staffcreativa.pe/blog/manual-marca/>
- martinez, i. e. (09 de septiembre de 2011). *lista de chequeo de la sala de informatica de la institucion educativa*. Obtenido de www.slideshare.net/RMB101-EQUIPO1/lista-de-chequeo-de-la-sala-de-informatica-de-la-institucion-educativa
- NASSIR, R. M. (2014). *PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS*. Mexico D.F.: MC Graw Hill.
- Pelayo, C. M. (20 de agosto de 1999). *monografias.com*. Obtenido de monografias.com:
<http://www.monografias.com>
- portafolio. (30 de septiembre de 2016). *portafolio.com*. Obtenido de apoyo al emprendimiento colombiano desde todos los niveles:
<http://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento>
- Ruiz, J. E. (2011). *Presupuestos. Un enfoque de direccionamiento estrategico,gestion y control de recursos*. Bogota, colombia: Mc Graw Hill.
- Sanchez, J. M. (2012). *GERENCIA DE PROYECTOS CON PROJECT 2013*. Bogota: ECOE EDICIONES.
- scribd.com. (02 de 07 de 2017). *www.scribd.com*. Obtenido de www.scribd.com:
<https://es.scribd.com/doc/86611309/Concepto-Del-Arbol-Del-Problema>
- Vera, M. J. (20 de 04 de 2012). *Scribd*. Obtenido de Scribd:
<https://es.scribd.com/doc/90283306/NACIMIENTO-DE-LA-ADMINISTRACION-CIENTIFICA>
- xaztrw.chiavenato.com. (07 de 09 de 2018). *www.wordpress.com*. Obtenido de <https://naghelsy.files.wordpress.com>
- Zaratiegui, J. (1999). *la gestion por porcesos: su papel e importancia*. Obtenido de www.virtuniversidad.com/greenstone/collect/.../gestiónporprocesos.pdf



ANEXO 1

5.1.1 Manual de marca corporativa



Ilustración 22. Portada del manual

Fuente: Floristería Gimel.



Ilustración 23. Contraportadas del manual.

Fuente. Floristería Gimel.

<i>Contenido</i>	
Introducción	2
Logotipo	3
Construcción	4
Uso de tipografía en el logo	5
Símbolos	6
Tamaño mínimo de reproducción	7
Color	8
Tipografía	9
Aplicaciones correctas	10
Aplicaciones incorrectas	11
Papelería	12

Manual de identidad corporativa • FLORISTERÍA GIMEL

Ilustración 24. Contenido del manual.

Fuente: Floristería Gimel.



Ilustración 25. Introducción.

Fuente: Floristería Gimel.



Ilustración 26. Presentación del logo.

Fuente: Floristería Gimel.



Construcción y Aplicación

El isologotipo de la Floristería Gimel, se inscribe sobre una retícula, la cual redistribuye las medidas de separación de la tipografía "Vivaldi Italic" con la cual se encuentra escrita la palabra "Floristería"; la tipografía "Birds of Paradise" para la palabra "Gimel" y el símbolo de un tulipán, para generar una distribución uniforme de los elementos y a partir de esto se diagrama el isologotipo, este únicamente tendrá una versión horizontal y la tipografía en la versión logotipo no podrá aparecer sin los símbolos, sin embargo los símbolos podrán ser utilizados como herramientas de diseño en diferentes piezas gráficas, siempre y cuando se utilicen con criterio, de forma que no genere una mala imagen a la marca.

Área de protección

Se ha establecido un área de protección en torno al isologotipo, esta área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.

La construcción del área de respeto queda determinada por la medida de "2X" tomando como referencia la distancia de la parte superior de la "l" que es el símbolo del tulipán.

Siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el isologotipo del resto de elementos de la página (textos e imágenes).



Ilustración 27. Construcción y aplicación.

Fuente: Floristería Gimel.

Uso de Tipografía en el logo



Ilustración 28. Tipografía en el logo.

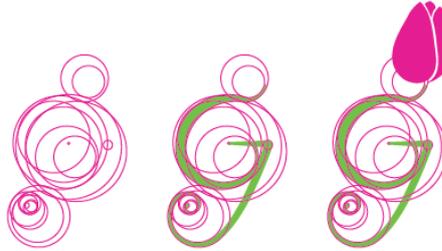
Fuente: Floristería Gimel.



Símbolos

Los símbolos están realizados a partir de figuras geométricas para generar una proporción adecuada y estilizada

*Flakes Decor
Personal Use*



Manual de identidad corporativa • FLORISTERÍA GIMEL

Ilustración 29. Símbolos.

Fuente: Floristería Gimel.



Tamaño mínimo de reproducción

Se ha establecido un tamaño mínimo de reproducción offset de 15 mm de largo y de 18 mm de largo para serigrafía.

Para reproducción en pantalla se aconseja un tamaño mínimo de 100 píxeles de largo.

En sistemas con bajos valores de reproducción, (relieves, grabados...etc.), se aconseja un mayor tamaño, atendiendo a criterios técnicos del sistema de reproducción y de legibilidad.

OFFSET



15 mm

SERIGRAFÍA



18 mm

DIGITAL



100 Píxeles

Manual de identidad corporativa • FLORISTERÍA GIMEL



Ilustración 30. Tamaño mínimo de reproducción.

Fuente: Floristería Gimel.



Color

Estos son los colores que identifican a la empresa, un color Fucsia, es un color lleno de energía, expresividad y personalidad. Denota vitalidad y entusiasmo, al tiempo que felicidad. Un verde es el color de la naturaleza. Simboliza crecimiento, armonía, frescura y fertilidad; y por último un color un color Morado oscuro, expresa lujo, realeza, sabiduría y creatividad, es un color asociado a lo espiritual y psíquico. Estos colores deberán ser utilizados en la mayoría de las piezas visuales, para que haya una unidad cromática



C 4
M 95
Y 0
K 0

R 225
G 26
B 132

HEX: #E11A84

PANTONE SOLID COATED
231 C

C 59
M 0
Y 97
K 0

R 122
G 185
B 50

HEX: #7AB932

PANTONE SOLID COATED
368 C

C 63
M 94
Y 45
K 76

R 49
G 12
B 32

HEX: #310C20

FOCOLTONE 3466



Ilustración 31. Color.

Fuente: Floristería Gimel.

Tipografía

Principales

La tipografía corporativa es la familia tipográfica Birds of Paradise, y la tipografía Vivoli Italic. Estas fuentes tipográficas deberán ser utilizadas en todo documento o diseño de la empresa, adecuadamente para títulos y subtítulos, para bloques de texto se recomienda utilizar la tipografía Times New Roman, de no ser posible se utilizará la secundaria.

Birds of Paradise
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Vivoli Italic
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0123456789

Times New Roman
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0123456789

Secundaria

Para soportes o aplicaciones que por razones técnicas no permitan la utilización de la tipografía corporativa, por ejemplo en la página web o los textos editados por la empresa, se utilizará la tipografía Arial.

Rinkes Decor Personal Use
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Arial



Ilustración 32. Tipografía.

Fuente: Floristería Gimel.

10 Manual de identidad corporativa • FLORISTERÍA GIMEL

Aplicaciones correctas

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la identidad de la Floristería Gimel, se tiene que seguir una serie de normas genéricas.

El valor de una marca depende en gran medida de la disciplina en su aplicación.

Con el objetivo de no debilitar el mensaje visual de la marca es fundamental evitar los efectos contraproducentes en su aplicación.

Ordenar y aplicar de forma correcta el logotipo es garantía de que se transmitirá perfectamente la comunicación dentro del conjunto de la imagen.

Aplicación sobre colores corporativos

	Original		
	Escala de Grises		
	Blanco y Negro		

Ilustración 33. Aplicaciones Correctas.

Fuente: Floristería Gimel.

11 Manual de identidad corporativa • FLORISTERÍA GIMEL

Aplicaciones incorrectas

El isologotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad. En ningún caso se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones.

No deformar	No Cambiar diagramación	No cambiar tipografía	No invertir colores
No cambiar colores	No colocar directamente sobre imágenes	No usar original sobre colores planos	No quitar símbolos

Ilustración 34. Aplicaciones Incorrectas.

Fuente: Floristería Gimel.

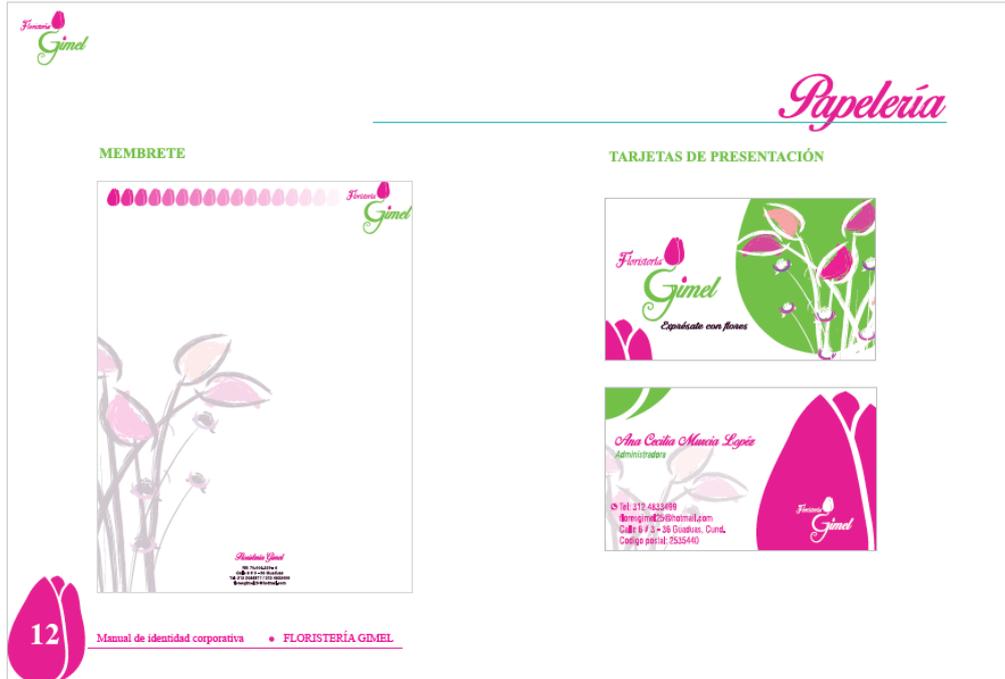


Ilustración 35. Papelería 1.

Fuente: Floristería Gimel.

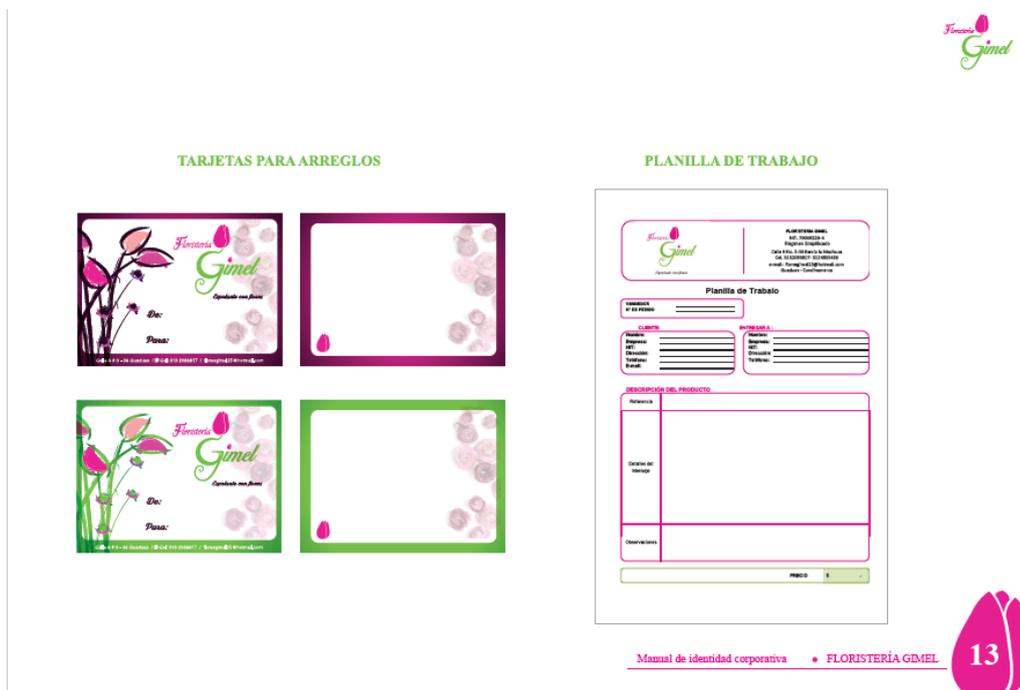


Ilustración 36. Papelería 2.

Fuente: Floristería Gimel.

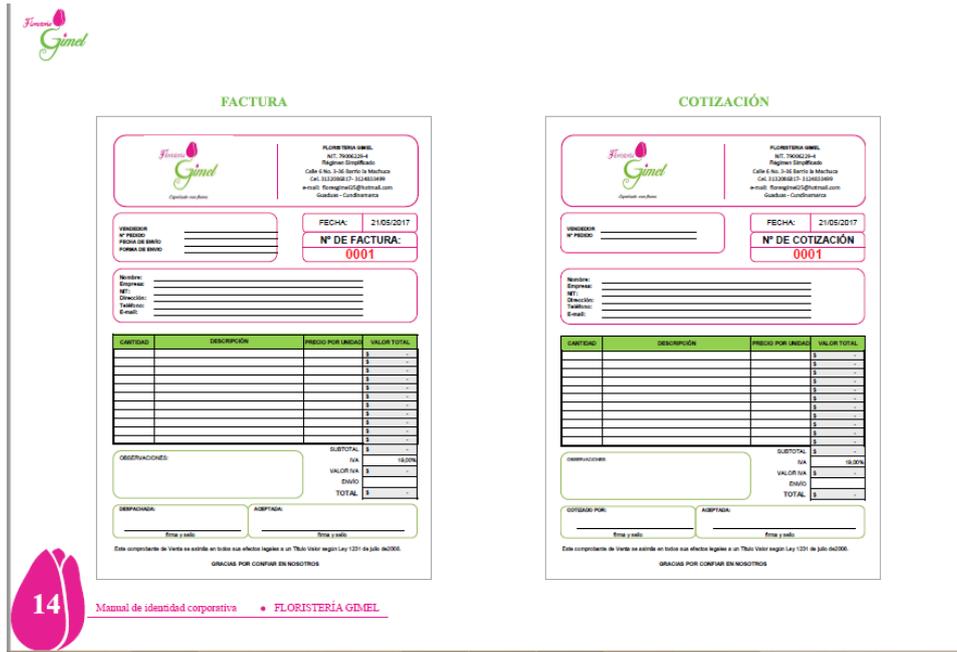


Ilustración 37. Papelería 3.

Fuente: Floristería Gimel.



Ilustración 38. Papelería 4.

Fuente: Floristería Gimel.



Ilustración 39. Contraportada.

Fuente: Floristería Gimel.



Ilustración 40. Portada Final.

Fuente: Floristería Gimel.

ANEXO 2

5.1.2 Presentación arreglos florales



Ilustración 41. Arreglos 1.

Fuente: Floristería Gimel.



Ilustración 42. Arreglos 2.

Fuente: Floristería Gimel.



1033

Ilustración 43. Arreglos 3.

Fuente: Floristería Gimel.



Ilustración 44. Arreglos 4.

Fuente: Floristería Gimel.



Ilustración 45. Arreglos 5.

Fuente: Floristería Gimel.



Ilustración 46. Arreglos 6.

Fuente: Floristería Gimel.