

**PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE EVALUACIÓN DE  
PROVEEDORES EN LA EMPRESA LAYYO JEANS**

**JAISSON ARLEY APARICIO GARZÓN**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
REGIONAL SOACHA  
TECNOLOGÍA EN LOGÍSTICA  
VI SEMESTRE  
MAYO DE 2017**

**PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE EVALUACIÓN DE  
PROVEEDORES EN LA EMPRESA LAYYO JEANS**

**JAISSON ARLEY APARICIO GARZÓN**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE TECNÓLOGO EN  
LOGÍSTICA**

**ASESORA**

**ING. JULY CASTELLANOS**

**DOCENTE CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS**

**REGIONAL SOACHA**

**TECNOLOGÍA EN LOGÍSTICA**

**VI SEMESTRE**

**MAYO DE 2017**

### **AGRADECIMIENTOS**

En primera instancia quiero agradecer a Dios nuestro Padre Celestial quien a pesar de las adversidades nos acompaña y acoge en su amor infinito protegiéndonos de todo mal y peligro. A mis padres y hermanos que siempre estuvieron a mi lado motivándome a dar lo mejor de mí mediante sus enseñanzas y lecciones de vida.

A mis profesores que en su vocación hicieron su mejor esfuerzo por transmitirme los conocimientos con que hoy cuento y que a partir de hoy pongo en práctica. De igual forma a mi tutora y asesora, Ingeniera July Castellanos por su compromiso y dedicación en cada uno de los aportes y correcciones que realizó para que este trabajo fuera posible.

Y finalmente a la Universidad que dentro de su metodología y pedagogía aplicada hace de nosotros no solo profesionales sino personas serviciales, con capacidad de aportar a toda la sociedad.

**TABLA DE CONTENIDO**

RESUMEN.....	7
INTRODUCCIÓN .....	8
CAPITULO I.....	9
<i>DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA</i> .....	9
<i>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</i> .....	10
<i>JUSTIFICACIÓN</i> .....	11
<i>OBJETIVOS</i> .....	12
<i>OBJETIVO GENERAL</i> .....	12
<i>OBJETIVOS ESPECIFICOS</i> .....	12
<i>MARCO DE REFERENCIA</i> .....	13
<i>MARCO TEORICO</i> .....	13
<i>MARCO HISTÓRICO</i> .....	16
<i>MARCO CONCEPTUAL</i> .....	17
<i>MARCO CONTEXTUAL</i> .....	18
<i>MARCO LEGAL</i> .....	19

<i>DISEÑO METODOLÓGICO</i> .....	20
CAPITULO II .....	21
<i>DISEÑO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</i> .....	21
<i>MISIÓN</i> .....	21
<i>VISIÓN</i> .....	21
<i>OBJETIVOS CORPORATIVOS</i> .....	21
<i>MAPA DE PROCESOS</i> .....	22
<i>HERRAMIENTAS DE ESTUDIO</i> .....	23
<i>DOFA</i> .....	23
<i>PLAN DE NEGOCIOS</i> .....	24
<i>INDUSTRIA O SECTOR DE JEAN</i> .....	24
<i>ANÁLISIS DE MERCADO</i> .....	24
<i>ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA</i> .....	24
<i>PLAN DE MARKETING</i> .....	25
<i>PLAN OPERATIVO</i> .....	25
CAPITULO III .....	27
<i>EVALUACIÓN DE PROVEEDORES</i> .....	27

**PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE  
EVALUACIÓN DE PROVEEDORES EN LA EMPRESA LAYYO JEANS**

6

<i>ESPECIFICACIONES DE PRODUCTO</i> .....	28
<i>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</i> .....	32
<i>CONCLUSIONES</i> .....	33
<i>RECOMENDACIONES</i> .....	34
<i>REFERENCIAS</i> .....	35

## **RESUMEN**

Actualmente el mercado textil se encuentra en una lucha constante entre los productores nacionales y la amenaza de la incursión de empresarios que vienen del exterior, generando que la competencia cada día sea más ardua. Lo mencionado anteriormente junto con los altos costos de la materia prima y los insumos representan el mayor reto para la industria nacional que a pesar de esto persiste en mantener la calidad de sus productos.

Es el caso de la LAYYO Jeans, una microempresa con una trayectoria de más de 10 años en el mercado mayorista del centro de la ciudad gracias a la comercialización de prendas en jean para niño y niña y que se ha caracterizado por ofrecer a sus clientes un producto de calidad con fabricación 100% colombiana.

En este proyecto se va a evidenciar la situación del mercado actual y las capacidades que tiene la compañía preparándola al darle una base teórica referente a la actividad comercial que realiza, sus diferentes procesos y los recursos necesarios para esto. Además de lo referente a la parte interna de la compañía debemos tener en cuenta el tipo de normas y regulaciones que rigen para este tipo de actividad para que de esta manera puedan dar cumplimiento a los diferentes aspectos legales. Ese será nuestro factor diferenciador.

## **INTRODUCCIÓN**

Una empresa al dar inicio con su actividad económica debe tener en cuenta factores tanto internos como externos, analizar el entorno y las herramientas que pueden facilitar la realización de actividades dentro de sus procesos generando un valor agregado a la compañía además de aportar a la sostenibilidad de la misma.

La propuesta implícita en este proyecto busca dar a conocer un método para la evaluación de proveedores que se pueda aplicar dentro de aquellas empresas que están surgiendo e incursionando en el mercado textil o para aquellas que a pesar de tener una gran trayectoria como lo es LAYYO Jeans, no tienen conocimiento o bases para poder aplicar una herramienta realmente eficiente.

La búsqueda de proveedores es un factor muy influyente para los empresarios si no el más importante pues a raíz de la competencia deben obtener la materia prima y los insumos al menor costo posible para así ofrecer un producto al alcance del público sin arriesgar la calidad del mismo obteniendo como resultado la fidelización de sus clientes.



## **CAPITULO I**

### **DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

**¿QUÉ MÉTODO DE EVALUACIÓN A PROVEEDORES SE PUEDE APLICAR DE  
MANERA EFECTIVA EN LA EMPRESA LAYYO JEANS?**

La logística abarca un gran campo de práctica donde se pueden involucrar muchas temáticas relacionadas con otros campos de estudio ya sean económicos o comerciales. Para lograr llevar un producto al alcance de los clientes en las condiciones deseadas y en el momento exacto se deben aplicar ciertos métodos y técnicas dentro de los procesos o actividades de la empresa. Gracias a este trabajo de investigación se va a dar un enfoque especial en la evaluación de proveedores como solución a la problemática expuesta por el empresario con el único fin de definir el método adecuado para tomar la decisión más acertada respecto a los aliados claves para el abastecimiento de materia prima e insumos en la actividad productiva de la compañía.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

La problemática expuesta a lo largo de esta propuesta ha hecho que la gerencia de la empresa desvíe su atención y se detenga a repasar cuales han sido las principales causas en la disminución de sus ventas respecto a años anteriores y una de ellas ha sido la dificultad de optimizar el costo total de sus prendas, es por esto que se decidió establecer una propuesta para atacar este problema no solo para dar solución a la misma sino a otros inconvenientes relacionados con el entorno competitivo. Además mediante este trabajo investigativo se busca dar respuestas a algunas de las incógnitas planteadas por el empresario y las personas que trabajan en los diferentes procesos de la compañía.

## **JUSTIFICACIÓN**

Colombia se caracteriza por ser un país referente en Latinoamérica por su amplia variedad en el mercado textil siendo Bogotá y Medellín las ciudades más importantes donde se concentra la gran mayoría de empresarios y donde llega la mayoría de comerciantes que distribuyen los productos hacia el resto del país, a esas partes de difícil acceso donde a pesar de la complejidad para su distribución logran hacer llegar un producto de fabricación nacional económico y de calidad.

La llegada de prendas de otros lugares del mundo es una gran amenaza para el mercado nacional ya que estas llegan a un precio demasiado económico obligando a los empresarios a igualar los precios para poder continuar con sus actividades. Como consecuencia de esto tenemos que muchas de las microempresas dedicadas a la confección tienden a desaparecer al no estar preparadas para afrontar la situación ya mencionada.

Con este proyecto se va a garantizar que la empresa LAYYO Jeans contará con un método de evaluación de proveedores efectivo y se va a encontrar en total capacidad de competir en el mercado textil ofreciendo una prenda que sea asequible y de calidad que es por lo que se caracteriza el producto nacional además de tener como factor diferenciador el total cumplimiento de las normativas que aplican para este tipo de actividad generando así más sostenibilidad.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Diseñar una propuesta para optimizar el costo total del producto mediante un método de selección, evaluación y mantenimiento de proveedores basándonos en la capacidad que tengan de satisfacer las exigencias y requerimientos de la compañía para reducir costos sin arriesgar la calidad de las prendas.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

Analizar la situación actual de la compañía respecto al conocimiento de métodos o sistemas para la evaluación de proveedores.

Investigar las diferentes herramientas que puedan existir y su aplicación en la evaluación y selección de proveedores.

Realizar la propuesta mediante un formato de evaluación a proveedores que se entregará al empresario en un archivo de Excel.

### **MARCO DE REFERENCIA**

Debido a los antecedentes y experiencias en común por las cuales han tenido que pasar diferentes compañías dedicadas a la confección de prendas en Jean estas han llegado a la conclusión que el factor que más los afecta de forma negativa es el de adaptarse a los cambios del mercado y ajustar frecuentemente el costo total de sus productos debido a los precios tan elevados de materia prima e insumos además de la forma como ellos deben justificar el alza los clientes.

En la actualidad las empresas que hacen parte del mercado textil se han interesado por establecer y aplicar herramientas, métodos o sistemas que les ayuden a mejorar sus procesos y por ende aumentar sus ingresos generando más utilidades que garanticen las sostenibilidad de sus compañías pues se han dado cuenta que así logran estar preparados ante cualquier eventualidad que se llegue a presentar y que pueda afectar la comercialización de sus productos.

Gracias a las herramientas que han podido conocer los comerciantes argumentan que para competir con el mercado local y el mercado exterior la calidad es el factor más importante y que esta no está implícita únicamente en el producto terminado que son sus prendas sino que esta también se halla en cada uno de los procesos que se encuentran dentro de su actividad.

### **MARCO TEORICO**

Para llevar a cabo la propuesta y cumplir con cada uno de los objetivos ya expuestos es importante realizar la investigación de temas que puedan servir como base y sustento de las estrategias que se van a aplicar para de esta manera lograr obtener una visión más amplia de cuáles pueden ser los posibles resultados. Aquí se identificaran algunos métodos para encontrar respuestas a las inquietudes de los comerciantes respecto a la situación del mercado actual, cuál es la realidad de su situación frente a este y las posibles soluciones o en su defecto las medidas preventivas que deben tomar.

Al querer realizar un análisis de la situación actual es importante que los empresarios se den cuenta de su entorno y el interior de sus compañías y uno de los métodos para poder realizarlo es la implementación de la matriz DOFA donde se harán evidentes aquellos factores claves para el desempeño de sus actividades y que se relacionaran a continuación:

## **EVALUACIÓN DE PROVEEDORES**

Para el trabajo de investigación debemos realizar un análisis de las diferentes técnicas o sistemas de evaluación de proveedores aplicados en otros campos de practica o empresas basándonos en los antecedentes y actualidad de nuestra compañía indicándonos cuál de estos se ajusta de la mejor forma a nuestras expectativas para dar la solución más apropiada.

Pero antes de revisar los métodos de evaluación debemos tener en cuenta los criterios a evaluar, es decir que factores deben incluir nuestros proveedores para cumplir con nuestras expectativas y necesidades.

- **Calidad de los suministros:** En este criterio se evalúa el cumplimiento del proveedor hacia los requerimientos y especificaciones de calidad definidas, hasta donde se evidencia que lo suministrado sea exactamente lo solicitado.
- **Fiabilidad del plazo de los suministros:** Aquí se tiene en cuenta el cumplimiento del proveedor en los tiempos de entrega acordados en ambas partes.
- **Flexibilidad del proveedor:** en este criterio se manifiesta la capacidad que tiene el proveedor para ajustarse a los requerimientos del cliente.
- **Fiabilidad de la información:** aquí evaluamos la calidad de las ofertas de las proveedores la confianza de sus recibos y facturas en cuanto a su cumplimiento
- **Competitividad – Nivel de Precios:** en este criterio se evalúa la relación entre el precio y calidad que nos ofrece el proveedor aquí se hace una comparación entre todos los proveedores y así elegir al más óptimo.

## **DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD**

El presente documento establece la metodología mediante la cual LAYYO Jeans selecciona, evalúa y reevalúa sus proveedores de productos y/o materias primas, informa sus resultados y apoya la toma de decisiones que permitan la mejora continua del Sistema de Gestión de la Calidad.

## **SELECCIÓN DE PROVEEDORES**

Entenderemos como proceso de selección de proveedores, a la etapa previa al inicio del proceso de compra, mediante la cual se logra la validación o aprobación de algunos proveedores, que tienen las competencias para satisfacer adecuadamente las necesidades de LAYYO Jeans y sus clientes finales.

## **CRITERIOS**

**Cotización** Se refiere a la respuesta eficiente (Tiempo de atención en días hábiles) por parte del proveedor ante cualquier inquietud, cotización y/o solicitud realizada por la Organización, con respecto al producto que se quiera adquirir.

**Calidad** Este criterio está definido por el desempeño real de los mismos y su competencia para cumplir con los requisitos descritos en las especificaciones de la compra, incluyendo el tiempo efectivo de garantía de la adquisición realizada.

**Plazo de Entrega** Este criterio se refiere al periodo de tiempo entre la notificación al proveedor de la aceptación de oferta o medio para la confirmación de la compra y la llegada del producto, insumo, material a las instalaciones de LAYYO Jeans.

**Seriedad** Este criterio indica el nivel de cumplimiento de los plazos y acuerdos establecidos en la oferta y/o cotización.

**Precio** Este criterio se refiere al valor en pesos del producto adquirido.

(Recuperado de: <http://new.abb.com/docs/librariesprovider78/chile-documentos/proveedores/9pecl-pa-003-rev-2---inscripcion-y-acreditaci%C3%B3n-de-proveedores.pdf?sfvrsn=2>)

### **MARCO HISTÓRICO**

La empresa surgió de la necesidad de empleo de su fundador, inició la tarea de buscar los recursos necesarios para llevar a cabo su idea, para esto debía contar con el capital suficiente para conseguir la materia prima y la maquinaria adecuada. Al realizar la inversión solo se contaba con una maquina plana, una fileteadora y una máquina de costura 20U.

Incursionar en el mercado fue una tarea compleja ya que aún no se contaba con una imagen que diferenciara el producto además de la competencia que para esa época estaba en pleno auge. Luego de crear una imagen y registrar la marca con todas las normas y parámetros necesarios la compañía empezó a acreditarse y a hacerse un lugar dentro del mercado de la confección recibiendo asesoramiento por parte de algunos proveedores.

La búsqueda de clientes fue un trabajo de mucho tiempo y ellos también son parte del desarrollo de la empresa ya que gracias a sus condiciones hemos evolucionado para ser cada día mejor y poder brindarles un buen servicio. Con el paso del tiempo ser fueron implementando algunas estrategias para mejorar el proceso de producción, dejamos de fabricar las prendas con mano de obra directa y buscamos satélites para distribuir el trabajo agilizando dicho proceso.



## **MARCO CONCEPTUAL**

Es necesario tener conocimiento de varios términos asociados a la propuesta para que de esta forma se facilite la interpretación y el contexto que se está tratando:

**Calidad:** Grado en el que un conjunto de características (Rango diferenciador) inherentes cumple con los requisitos (Necesidad o expectativa, generalmente implícita u obligatoria).

**Cliente:** Organización o persona que recibe el producto o resultado de un proceso.

**Proveedor:** Organización o persona que proporciona un producto.

**Materia Prima:** la materia prima es cada una de las materias que empleará la industria para la conversión de productos elaborados.

**Insumos:** Aquellos implementos que sirven para un determinado fin y que se pueden denominar como materias primas, específicamente útiles para diferentes actividades y procesos.

**Competencia:** Habilidad demostrada para aplicar conocimientos y aptitudes.

**Evaluación:** Atribución o determinación del valor de algo o de alguien.

**Método:** Modo ordenado y sistemático de proceder para llegar a un resultado o fin determinado.

**Proceso:** Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, que tienen como fin transformar elementos de entrada en resultados.

**Producto:** Resultado de un proceso.

**Satisfacción del cliente:** Percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido los requisitos.

(Recuperado de: <http://www.normas9000.com/que-es-iso-9000.html> SGS PANAMA, (15 Julio 2015). Norma Internacional ISO 9001.)

(Recuperado de: <http://iso9001calidad.com/definicion-de-terminos-586.html>.)

### **MARCO CONTEXTUAL**

Bogotá por ser la capital del país es una ciudad clave para aquellas personas emprendedoras que quieren llevar a cabo sus proyectos, es en la zona del centro de la ciudad específicamente en San Victorino donde se encuentra la elite del mercado mayorista. Esta es una de las ventajas que tiene LAYYO Jeans al contar con un punto de venta en la bodega Medellín, es aquí donde se acercan clientes tanto de la capital como de otras partes del país para adquirir el producto y abastecer sus almacenes.

Por otra parte los proveedores también se encuentran dentro de la ciudad y son ellos quienes al igual que los clientes se acercan al punto de distribución para ofrecer información detallada acerca de la materia prima y los insumos necesarios para la fabricación de las prendas además de orientar sobre las tendencias que hay dentro del mercado actualmente y a futuro dando la oportunidad de que LAYYO Jeans pueda ser pionero en cuanto a innovación.

**MARCO LEGAL**

Cumpliendo con todos los requerimientos y obligaciones que exige el gobierno y otras entidades, nuestros planteamientos se regirán bajo las siguientes regulaciones:

<b>NORMA</b>	<b>APARTES DE LA NORMA</b>
<b>MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO RESOLUCIÓN NÚMERO 0010 DE 2007 (26 de enero)</b>	Que por solicitud de Asocoltex en nombre de la rama de producción nacional, mediante Resolución 0170 del 21 de julio de 2006, la Dirección de Comercio Exterior bajo el marco jurídico del Decreto 991 de 1998, ordenó el inicio de una investigación de carácter administrativo para determinar la existencia, el grado y los efectos en la rama de la producción nacional, de un supuesto “dumping” en las importaciones de productos del sector textil y confecciones.
<b>MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO RESOLUCIÓN 1950 DE 2009 (julio 17)</b>	Que mediante Resolución 1264 del 26 de junio de 2007 el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo expidió el Reglamento Técnico sobre etiquetado de confecciones, la cual fue publicada en el Diario Oficial número 46674 del 29 de junio de 2007.

## **DISEÑO METODOLÓGICO**

Para la presentación de esta propuesta de forma correcta y poder dar una respuesta a la problemática planteada además de la comprobación de la hipótesis es importante definir el método de investigación que se aplicó para el proyecto. A esta investigación se le dio un enfoque mixto pues además de recopilar datos cuantitativos como modelos estadísticos también vincula datos cualitativos lo cual es de gran ayuda a la hora de sustentar el cumplimiento de los objetivos ya establecidos.

Podemos destacar que el enfoque mixto va más allá de la simple recopilación de datos de diferentes modos sobre una misma temática ya que este implica desde el planteamiento del problema hasta el uso combinado de la lógica inductiva y la deductiva.

Algunas de las ventajas que se obtienen con el enfoque mixto es que se logra una visión más precisa de la situación; ayuda a clarificar y a formular el planteamiento del problema, así como las practicasadecuadas para estudiar los problemas de investigación; la combinación de teorías y observaciones produce datos más diversos, ya que se consideran múltiples fuentes y tipos de datos, contextos o ambientes y análisis potenciando así la creatividad teórica con suficientes procedimientos críticos de valoración.

(Recuperado de: Datateca Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD  
[http://datateca.unad.edu.co/contenidos/208041/Modulo\\_EXE/leccin\\_13\\_enfoque\\_mixto\\_de\\_la\\_investigacin.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/208041/Modulo_EXE/leccin_13_enfoque_mixto_de_la_investigacin.html)

## **CAPITULO II**

### **DISEÑO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

#### **MISIÓN**

Somos una compañía dedicada a la confección y comercialización de prendas en jean con el ánimo de llevar a nuestros clientes las mejores opciones en innovación, diseño y calidad estando permanentemente actualizados, adaptándonos a los cambios en las tendencias de la moda para satisfacer sus necesidades y ser su mejor alternativa.

#### **VISIÓN**

Alcanzar un alto nivel de prestigio y asegurar un puesto estable en el mercado local y nacional haciendo permanente nuestro compromiso y entrega con los clientes superando sus expectativas brindando exclusividad y confianza contribuyendo así a un desarrollo constante.

#### **OBJETIVOS CORPORATIVOS**

**Calidad y servicio;** al ser una empresa con actividades de producción queremos trabajar conjuntamente con nuestros proveedores para brindar finalmente un producto de excelente calidad y con todos los requerimientos exigidos por nuestros clientes.

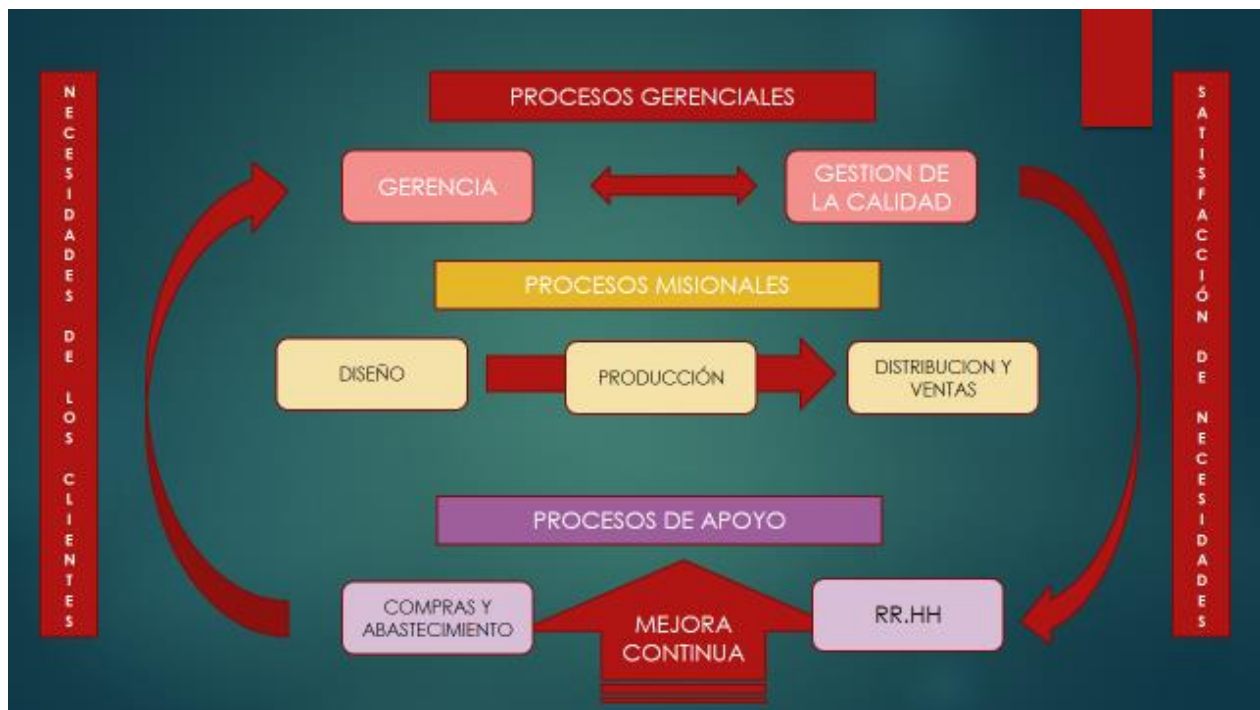
**Valor y competencia;** comercializar con los mejores precios en el mercado, ofreciendo calidad y al mejor servicio a clientes al detal o mayoristas.

**Recursos humanos;** resaltar el producto de elaboración nacional como resultado de la labor de personal emprendedor y capacitado, valorando antes del producto, la calidad humana que rodea nuestro negocio

**Atención al cliente;** Nuestra atención al cliente debe convertirse en nuestro mecanismo de interacción con nuestros clientes mejorando los procesos de comunicación y convirtiéndonos en un aliado estratégico para ellos

**Mejoramiento Continuo;** Nuestros empleados y personal debe capacitarse constantemente en las diferentes herramientas que diseñamos con el fin de mejorar cada día nuestros productos y servicios.

**MAPA DE PROCESOS**



Autor: Jaisson Aparicio

**HERRAMIENTAS DE ESTUDIO**

**DOFA**

<p align="center"><b>PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE EVALUACIÓN DE PROVEEDORES EN LA EMPRESA LAYYO JEANS</b></p>	<p align="center"><b>FORTALEZAS</b></p> <p>La experiencia que se tiene en la industria y el mercado de la confección de Jeans.</p> <p>Asesoría y ayuda por parte de personas con gran conocimiento ajenas a la compañía.</p> <p>Claro conocimiento de la cadena de abastecimiento o suministro (Materia prima, insumos, proceso tintorería, mercadeo).</p> <p>Brindamos un producto que está al alcance de todo el mundo teniendo en cuenta economía y calidad.</p>	<p align="center"><b>DEBILIDADES</b></p> <p>Desconocimiento de métodos y herramientas para la evaluación de proveedores.</p> <p>A pesar de contar con un punto de venta propio, los costos de administración de la bodega son muy elevados.</p> <p>Los costos de los insumos suben frecuentemente y es muy difícil ajustarlos al costo de la prenda.</p> <p>La mano de obra se ha ido incrementado notablemente.</p>
<p align="center"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>Aumentar la demanda y la producción haciendo más publicidad de nuestro producto dándonos a conocer.</p> <p>Atacar puntos clave del comercio marcando tendencia mediante la innovación obteniendo así prestigio.</p> <p>Posibilidad de convenios con otro tipo de empresas generando mayor reconocimiento.</p> <p>Ampliar nuestro campo en el mercado con la posibilidad de internacionalizar nuestro producto.</p>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS FO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Promocionar los productos de la compañía a través de los clientes actuales ofreciendo descuentos.</li> <li>2.Brindar capacitación referente al servicio y atención al cliente.</li> <li>3.Generar alianzas con proveedores y personas conocedoras del mercado creando una red de información respecto a tendencias en cuanto a insumos y MP.</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS DO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Capacitar e instruir a la gerencia en cuanto a conceptos básicos de la evaluación de proveedores.</li> <li>2.Mediante la aplicación de algún método de evaluación de proveedores conseguir optimizar el costo total del producto.</li> <li>3.Crear una red de contactos para la mano de obra, de preferencia satélites.</li> </ol>
<p align="center"><b>AMENAZAS</b></p> <p>El TLC es la principal amenaza para el mercado de la confección ya que los países líderes en producción traen sus productos a muy bajos costos.</p> <p>Multinacionales o inversionistas extranjeros que buscan disminuir las actividades nacionales.</p> <p>Requerimientos y propuestas poco convincentes o convenientes por parte del gobierno.</p> <p>La empresa por fabricar un producto necesario y de preferencia por el consumidor cuenta con una amplia competencia lo cual causa un ambiente competitivo desleal de gran dificultad afectándola directamente.</p>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS FA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Gracias a la experiencia de la compañía esta se puede preparar para incursionar en el mercado internacional teniendo en cuenta la normatividad vigente.</li> <li>2.Dar a conocer que tipo de normas amparan el mercado nacional y cuáles son las garantías que ofrece el gobierno.</li> <li>3. Generar un manual con ciertas pautas y parámetros de regulación que garanticen una sana competencia entre proveedores y productores.</li> </ol>	<p align="center"><b>ESTRATEGIAS DA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Buscar nuevas alternativas de mercado, puntos de venta y métodos de distribución para que el producto pueda tener más salidas y pueda llegar a otras partes.</li> <li>2.Competir con calidad para que de esta manera el cliente tenga preferencia por el producto nacional ayudando así al desarrollo económico del país.</li> <li>3.Al aumentar la oferta y la demanda se puede generar más empleo ayudando así al desarrollo social.</li> </ol>

Autor: Jaisson Aparicio

## **PLAN DE NEGOCIOS**

### **INDUSTRIA O SECTOR DE JEAN**

La confección de Jean tiene un buen posicionamiento dentro de la industria de este tipo ya que tanto las grandes empresas como las microempresas cuentan con cierto tipo de maquinaria que se adapten y se ajusten a sus actividades mejorando la producción. Actualmente se está optando por contratar o subcontratar satélites de confección, a estos se le indican las especificaciones del producto y los estándares de calidad acordados.

### **ANÁLISIS DE MERCADO**

El mercado de la confección de jean es un campo con una amplia competencia ya que el jean por ser una prenda esencial para el consumidor logra un gran nivel de importancia para las compañías a la hora de ofrecer el producto. La afirmación de que esta prenda no distingue clase social, edad o género y que va dirigida para casi todo el mundo no esta tan alejada de la realidad ya que el vestir es una de las mayores necesidades y las personas buscan satisfacerla de la forma que más se ajuste a sus requerimientos o exigencias.

En el momento de ofrecer la prenda se deben tener en cuenta ciertos factores que llamen la atención de nuestro cliente para adquirir nuestro producto tales como diseño, comodidad, calidad y economía entre otros.

### **ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

Para LAYYO Jeans la competencia es bastante ya que hay un gran número de microempresas dedicadas a la misma labor y estas quieren implementar estrategias para bajar sus costos obteniendo pocos beneficios, esta competencia desleal lo que hace es perjudicar el mercado porque obligan al empresario a ajustar sus precios de acuerdo a la fijación que ellos ofrecen. Lo expuesto anteriormente muestra el factor que más está afectando a la compañía



como estrategia LAYYO Jeans pretende combatir esta problemática ofreciendo calidad, la gerencia argumenta no poder disminuir costos arriesgando la calidad del producto u ofrecer el mismo sin obtener ganancias. La calidad es el factor clave para ser la preferencia de sus clientes.

### **PLAN DE MARKETING**

En la empresa aún no se ha implementado algún tipo de estrategias de marketing ya que hasta el momento se ha trabajado con la idea de que un cliente llama a otro pero actualmente se quiere llevar esto a otro nivel, ofrecer otras herramientas para que el producto esté más cerca de las manos de los clientes y de los que pueden llegar. A continuación veremos con qué estrategias cuenta la compañía y cuales se pretenden aplicar:

Actualmente se cuenta con un puesto de venta ubicado en el centro de la ciudad, específicamente en el sector de San Victorino, allí se acercan clientes mayoristas de diferentes partes de la ciudad y el país.

Manejan la atención al cliente de forma directa, sus clientes los pueden contactar vía telefónica donde ellos atienden sus requerimientos para realizar los envíos que ellos soliciten.

Se quiere llevar el producto a otros lugares y una página web sería una gran herramienta, en ella se pueden ofrecer sus productos mediante un catálogo virtual.

### **PLAN OPERATIVO**

La empresa no cuenta con muchas instalaciones, tiene una bodega para el almacenamiento y corte de la tela y otra instalación donde se realiza el remate del pantalón con su posterior almacenamiento y alistamiento.

El número de proveedores es limitado, cada uno de ellos les ofrece una materia prima o un servicio distinto: Abastecimiento de tela, hilos, materiales para manualidades, marquillas, etiquetas, servicio de proceso de tintorería y demás.

Al recibir la tela esta es llevada a la mesa de corte donde se debe hacer el trazo de la moldería de las prendas.

Luego se lleva el corte a los satélites que prestan el servicio de confección, estos satélites deben contar con la maquinaria adecuada para el proceso (Maquina plana, fileteadora y presilladora como mínimo).

La tintorería llega a los satélites para llevar las prendas al proceso.

### **CAPITULO III**

#### **EVALUACIÓN DE PROVEEDORES**

Las evaluaciones realizadas a los proveedores, consideran criterios específicos como calidad, precio, tiempo de respuesta, etc. Estos criterios se evalúan en una escala de 1 a 5, donde el 5 es el máximo posible y 1 el menor valor posible, como ejemplo se presenta la siguiente descripción general:

**5 Puntos** Aprobación Plena del Criterio según descripción

**4 Puntos** Aprobación Simple del Criterio según descripción

**3 Puntos** Indecisión o Indiferencia del Criterio según descripción

**2 Puntos** Desaprobación Simple del Criterio según descripción

**1 Punto** Desaprobación Plena del Criterio según descripción

**ESPECIFICACIONES DE PRODUCTO**

<b>FACTORES</b>	<b>PROVEEDORES</b>		
	<b>MODA-SO</b>	<b>TEXTIFISH</b>	<b>PUMOTEXT</b>
<b>CALIDAD</b>	Tela 100% nacional. Licra y rígido resistente a los procesos de tintorería.	Variedad en referencias de tela innovadoras y de alta calidad.	Nos ofrece referencias de tela con la calidad de almacenes textiles reconocidos
<b>PLAZO</b>	5 días hábiles para la entrega del pedido.	8 días hábiles para la entrega del pedido.	Entrega inmediata con variación de un día
<b>FLEXIBILIDAD</b>	Se adapta fácilmente respecto a nuestros requerimientos.	Ofrece alternativas para negociar y llegar a un acuerdo.	Flexibilidad en pedidos de gran cantidad 1000.
<b>INFORMACIÓN</b>	Ofrece tranquilidad en cuanto a su facturación.	Sus recibos son bastante claros y específicos.	Las facturas concuerdan con las especificaciones del pedido.
<b>COMPETITIVIDAD</b>	Sus precios son un poco altos si tenemos en cuenta la calidad.	Sus precios van en relación con la calidad ofreciendo un equilibrio.	Sus precios son elevados al igual que la calidad

Autor: Jaisson Aparicio

**PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE  
EVALUACIÓN DE PROVEEDORES EN LA EMPRESA LAYYO JEANS**

<b>CRITERIO</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>PUNTAJE</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
<b>CALIDAD DE LOS SUMINISTROS</b>	En este criterio se evalúa el cumplimiento del proveedor hacia los requerimientos y especificaciones de calidad definidas, hasta donde se evidencia que lo suministrado sea exactamente lo solicitado.	<p>-Satisface Totalmente la calidad: 5 Puntos</p> <p>-Satisface Medianamente la calidad: 4 Puntos</p> <p>-Satisface Regularmente la calidad: 3 Puntos</p> <p>-Presenta Baja calidad: 2 Puntos</p> <p>-No Satisface la calidad: 1 Puntos</p>	<p>- Corrección de la información documentada.</p> <p>- Entrega final de protocolos</p> <p>- Ofrecer servicio post venta</p>
<b>FIABILIDAD DEL PLAZO DE LOS SUMINISTROS</b>	Aquí se tiene en cuenta el cumplimiento del proveedor en los tiempos de entrega acordados en ambas partes.	<p>-Entre 0 y 2 días: 5 Puntos</p> <p>-Entre 3 y 4 días: 4 Puntos</p> <p>-Entre 5 y 6 días: 3 Puntos</p> <p>-Entre 7 y 8 días: 3 Puntos</p> <p>-Sobre 9 días: 1 Puntos</p>	<p>- Cumplir con fechas de entrega acordadas.</p> <p>- Informar con anterioridad algún tipo de contratiempo.</p>
<b>FLEXIBILIDAD DEL PROVEEDOR</b>	En este criterio se manifiesta la capacidad que tiene el proveedor para ajustarse a los requerimientos del cliente.	<p>-Se adapta inmediatamente a los requerimientos: 5 Puntos</p> <p>-Se adapta fácilmente a los requerimientos: 4 Puntos</p> <p>-Se adapta regularmente a los requerimientos: 3</p>	<p>- Entregar información Técnica en cuanto a los beneficios o facilidades que nos pueden brindar.</p> <p>- Capacidad de adaptación ante cualquier cambio en nuestros requerimientos.</p>

**PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE  
EVALUACIÓN DE PROVEEDORES EN LA EMPRESA LAYYO JEANS**

		<p>Puntos</p> <p>-Se le dificulta enormemente adaptarse a los requerimientos: 2 Puntos</p> <p>-No se logra adaptar a los requerimientos: 1 Puntos</p>	
<b>FIABILIDAD DE LA INFORMACIÓN</b>	<p>Aquí evaluamos la calidad de las ofertas de los proveedores la confianza de sus recibos y facturas en cuanto a su cumplimiento.</p>	<p>- Satisface Totalmente los plazos y acuerdos: 5 Puntos</p> <p>-Satisface Medianamente los plazos y acuerdos: 4 Puntos</p> <p>-Satisface Regularmente los plazos y acuerdos: 3 Puntos</p> <p>- Baja Desempeño en los plazos y acuerdos: 2 Puntos</p> <p>-No Satisface los plazos y acuerdos: 1 Puntos</p>	<p>-Entregar información de forma correcta y verídica</p> <p>-Entrega de facturación y recibos, de acuerdo a la normatividad.</p>
<b>COMPETITIVIDAD NIVEL DE PRECIOS</b>	<p>En este criterio se evalúa la relación entre el precio y calidad que nos ofrece el proveedor aquí se hace una comparación entre todos los proveedores y así elegir al más óptimo.</p>	<p>- Bajo el promedio (Descuento sobre un 5%): 5 Puntos</p> <p>-Bajo el promedio (hasta un 5% Descuento): 4 Puntos</p> <p>-Precios iguales al mercado: 3 Puntos</p> <p>-Precios sobre el promedio (hasta un</p>	<p>- Respetar el precio ofertado por parte de ellos sin exigir cambios o modificaciones al tener que corregir o mejorar el producto entregado.</p>

**PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE  
EVALUACIÓN DE PROVEEDORES EN LA EMPRESA LAYYO JEANS**

		5% más): 2 Puntos  -Precios sobre el promedio (sobre un 5% más): 1 Puntos	
--	--	---	--

Autor: Jaisson Aparicio

<b>FORMATO DE EVALUACIÓN DE PROVEEDORES</b>							
<b>EMPRESA:</b>	LAYYO Jeans						
<b>PRODUCTO:</b>	MP – Tela Jean (Jogger)						
<b>EVALUADOR:</b>	Jaisson Aparicio						
<b>FECHA:</b>	24/04/2017						
%	CRITERIOS	PROVEEDOR					
		MODA-SO		TEXTIFISH		PUMOTEXT	
		Calif	%	Calif	%	Calif	%
30%	CALIDAD DE SUMINISTROS	4	1,2	5	1,5	4	1,2
20%	FIABILIDAD DEL PLAZO DE LOS SUMISTROS	5	1	5	1	4	0,8
10%	FLEXIBILIDAD DEL PROVEEDOR	3	0,3	4	0,4	2	0,2
10%	FIABILIDAD DE LA INFORMACION	4	0,4	5	0,5	4	0,4
30%	COMPETITIVIAD NIVEL DE PRECIOS	4	1,2	5	1,5	3	0,9
100%	<b>TOTAL</b>	82%		98%		70%	

Autor: Jaisson Aparicio

**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES OPCIÓN DE GRADO</b>								
<b>DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DEL MERCADO TEXTIL EN LA EMPRESA LAYYO JEANS</b>								
<b>#</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>FECHA INICIO</b>	<b>FECHA FINAL</b>	<b>FEBRERO - MARZO</b>	<b>MARZO - ABRIL</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>
1	Estudio y análisis de la información.	13/02/2017	17/03/2017					
2	Diseño estructura organizacional.	21/03/2017	7/04/2017					
3	Diseño plan de negocios.	21/03/2017	7/04/2017					
4	Diseño evaluación de proveedores.	10/04/2017	21/04/2017					
5	Aplicación de evaluación a proveedores.	24/04/2017	28/04/2017					
6	Capacitación e inducción a personal.	8/05/2017	12/05/2017					
7	Entrega de resultados, conclusiones y recomendaciones a la gerencia.	5/06/2017						

Autor: Jaisson Aparicio



## **CONCLUSIONES**

La llegada de productos importados amenaza el mercado nacional y son pocas las empresas que cuentan con los recursos y los métodos para afrontar esta situación haciéndose evidente la falta de apoyo a ideas de emprendimiento que al tener la atención necesaria pueden llegar a ser una excelente solución a otras problemáticas generando desarrollo no solo económico sino social.

La información está al alcance de todos pero en las manos de pocos, de nosotros depende transmitir todos los conocimientos adquiridos y aplicados en cada uno de los proyectos que llevemos a cabo pues la competencia hoy en día está basada en la colaboración y el intercambio de información.

Con la investigación se puede llegar a diseñar estrategias que sirvan como sustento para la creación de nuevas empresas impulsando así la economía del país demostrando que el producto nacional también cumple con estándares de calidad haciendo de este la preferencia de la población.

## **RECOMENDACIONES**

LAYYO Jeans debe dar a conocer tanto a sus integrantes como a sus proveedores la propuesta implícita en este proyecto para que de alguna manera se familiaricen con los términos y conceptos aquí tratados a la hora de realizar la implementación.

Realizar la evaluación de proveedores por lo menos una vez al año o de acuerdo a las necesidades de la compañía para que de esta forma siempre estén actualizados respecto a los costos de la materia prima y los insumos.

LAYYO Jeans debe garantizar la aplicación y el cumplimiento de los métodos aquí expuestos para obtener los resultados previstos en el menor tiempo posible realizando el debido control y seguimiento en cada uno de sus procesos.

## **REFERENCIAS**

Recuperado de: <http://conceptodefinicion.de/matriz-dofa/>

Recuperado de: <http://new.abb.com/docs/librariesprovider78/chile-documentos/proveedores/9pecl-pa-003-rev-2---inscripcion-y-acreditaci%C3%B3n-de-proveedores.pdf?sfvrsn=2>

Recuperado de: <http://www.normas9000.com/que-es-iso-9000.html>  
SGS PANAMA, (15 Julio 2015). Norma Internacional ISO 9001.

Recuperado de: Datateca Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD  
[http://datateca.unad.edu.co/contenidos/208041/Modulo\\_EXE/leccin\\_13\\_enfoque\\_mixto\\_de\\_la\\_investigacin.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/208041/Modulo_EXE/leccin_13_enfoque_mixto_de_la_investigacin.html)