

Reseña Histórica

Esta empresa surge antes de las diversas necesidades del mercado juvenil, de encontrar prendas de excelente calidad, diseños novedosos, diversidad de productos para ambos sexos y a precios accesibles, todo esto es un conjunto; además de encontrarlo en un solo lugar, con instalaciones espaciosas, cómodas y aptas para recibir a sus clientes poder brindarles atención personal y especializada.

Es así como nace y se constituye la compañía KASS S.A. de C.V. Que tiene como principal actividad la venta de ropa y accesorios para jóvenes, la cual, para asegurarse de que los productos fueran del total gusto, exigencias y necesidades del público y además cumplirán con las principales normas y controles estadísticos de calidad, decidió establecer su propio diseño y fabricas de producción, asesorada por grandes casas de diseño y fabricas del extranjero y contando con la dirección de expertos en la materia, constituyendo así una nueva e importante fuente de empleo en el país.

De esta manera KASS S.A. de C.V. inaugura sus tres primeras tiendas bajo el nombre de KASS SHOP, con el compromiso de extenderse a las diferentes regiones del país para estar cerca de toda la juventud hondureña.

Así surgió KASS S.A. De C.V. una compañía en constante crecimiento y totalmente comprometida con la juventud hondureña.

Misión:

Ofrecer al cliente un producto de calidad que cumpla con sus exigencias y necesidades y que al mismo tiempo nos permita competir tanto en el mercado nacional como el internacional.

Visión:

Ser la mejor empresa en su ramo de toda Honduras, así como extender nuestra cadena de tiendas por el resto del territorio Centro Americano, sin temor a los cambios y preocuparnos por el bienestar social aplicando nuestros conocimientos en beneficio de la sociedad.

Política de Calidad:

Somos una empresa seria que se preocupa por las necesidades de sus clientes y que a través de brindar la mejor calidad en productos y servicios y atención nos comprometemos y garantizamos su satisfacción.

Valores:

Honradez, Responsabilidad, Integridad, Confianza, Orden

Funciones Administrativas

Planificación:

- ❖ Definir nombre y ubicación de la empresa e inscribirla en la cámara de comercio.

- ❖ Definir misión, visión, políticas de calidad, códigos de ética, reglamentos de la empresa, sistemas y procesos de elaboración, productos a elaborar, modelos y diseños.
- ❖ Establecer estrategias de venta, propaganda y propaganda de publicidad.
- ❖ Realizar investigaciones de mercado.

Organización:

- ❖ Realizar cotizaciones con los proveedores.
- ❖ Cotización, compra y distribución de mobiliario, maquinaria y equipo.
- ❖ Contratación de personal y determinación de salario.
- ❖ Definición de la estructura organizacional.

Dirección:

- ❖ Capacitación sobre las actividades de la empresa y los Diferentes departamentos de esta.
- ❖ Involucramiento del personal en organismos de desarrollo empresarial como círculos de calidad.
- ❖ Entrenamiento del personal con respecto a los procesos y tecnologías a utilizar.

Control:

- ❖ Supervisión del correcto desarrollo de las actividades y
Procesos de fabricación.
- ❖ Supervisión y control de calidad de los productos.
- ❖ Supervisión en ventas, distribución de mercaderías, Adquisición de materia prima entre otras.

Administración Estratégica

- ❖ Venta de producto por página de Internet.
- ❖ Venta de producto por catalogo.
- ❖ Tarjetas de descuento.
- ❖ Membresías que incluyen descuentos especiales, obsequios de cumpleaños oportunidades de encargar los productos antes de salir a las tiendas (novedades).
- ❖ No se realizan ventas al por mayor
- ❖ Variedad de estilos.
- ❖ Variedad de tallas para todo tipo de cuerpos.

Objetivos Empresariales

- ❖ Recupera la inversión total en un máximo de ocho años.
- ❖ Obtener un amplio grupo de clientes.
- ❖ Ser reconocido en el mercado nacional.
- ❖ Crecimiento empresarial.
- ❖ Desarrollo y crecimiento de la calidad.

Estructura de la empresa

La estructura de la empresa ha sido realizada según las áreas de trabajo, dividiendo las en administrativas, fabriles, y confección.

Los empleados son seleccionados según su experiencia, aptitudes y conocimientos, dándoles la oportunidad de escalar puestos y mejorar su estatus de empleado, además de incentivarlos a la correcta realización de sus actividades mediante capacitaciones, eventos sociales, bonificaciones entre otros, con lo cual se pretende también disminuir el ausentismo.

Los empleados tienen un buen conocimiento de sus funciones y una constante participación, en los actos de la empresa, mediante su integración, en los “círculos de calidad” en los cuales son involucrados con la calidad y correcto desempeño de su trabajo.

Existe también un consejo de calidad que se encarga de coordinar los círculos de calidad.

Administración de Sistemas

La empresa posee un sistema abierto ya que esta capacitado y preparado para adaptarse a los cambios de tecnologías, tendencias, proveedores, clientes, leyes gubernamentales, para esto cuenta con departamentos como: atención al cliente, diseño y confección, control de calidad, mantenimiento, ventas y mercadotecnia.

Un elemento que ayuda a KASS S.A. de C.V. a adaptarse más fácilmente a su ambiente son las investigaciones de mercado y consejos de calidad.

Administración de Calidad Total

KASS S.A. de C.V. mantiene un estricto control, y administración de la calidad a través del departamento de control de calidad. Que lleva a cabo sus funciones mediante herramientas como:

- Administración estratégica de calidad.
- Espirales de calidad
- Círculos de innovación perpetúa.
- Círculos administrativos de calidad.
- Consejo de calidad.

Punto de Vista Administrativo

En KASS S.A. de C.V. se mantiene un punto de vista simbólico de la administración, ya que esta consciente de que el éxito de la empresa depende no solo de los gerentes, sino también de los empleados, su trabajo y esfuerzo; así como la posición y medidas que se adopten frente a los cambios en el ambiente.

Relación cliente – proveedor

- ❖ Las relaciones que mantiene la empresa con los proveedores son a largo plazo y de beneficio mutuo. Existe en general una relación “gano – ganas”.
- ❖ La empresa como cliente, tiene pocos proveedores pero los mejores.
- ❖ La comunicación es abierta, frecuente, confiable y responde a las necesidades de ambos.

Obligación social

KASS S.A. de C.V. es una empresa responsable con sus obligaciones sociales entre los que figuran:

- Impuesto sobre la renta.
- Impuesto sobre el activo neto.
- Impuesto sobre ventas.
- Impuestos tributarios.
- Impuestos de industria, comercio y servicio.

Sensibilidad ambiental

La empresa mantiene una elevada sensibilidad ambiental, por lo que apoya y promueve aspectos como la reforestación, recicla entre otros.

Responsabilidad Social

KASS S.A. de C.V. tiene un excelente conocimiento y desarrollo de la responsabilidad social ya que a logrado equilibrar sus responsabilidades ante los propietarios, empleados, ambiente específico y la sociedad en conjunto.

Ética Administrativa

En la empresa se maneja la ética desde el punto de vista basada en los derechos y el de teoría de la justicia ya que se toman las

decisiones con imparcialidad y justicia pero respetando los deberes y derechos de los demas.

Planificación

Estructura Organizacional

- KASS S.A. de C.V. tiene una estructura organizacional bien definida, realizada en base a las necesidades y aspectos fundamentales de la empresa para su correcto desarrollo y desempeño.
- La delegación de funciones se a hecho en base a sus conocimientos, experiencias y aptitudes; por lo que los empleados tienen un perfecto conocimiento de sus actividades y obligaciones. Además de que la empresa les brinda la oportunidad de superarse y escalar puestos de trabajo a través de capapcitaciones constantes y la integración en mecanismo como el circulo de calidad que les da la oportunidad de promover y comunicar sus ideas e integrarse de mejor manera o sus responsabilidades.
- El ausentismo se pretende disminuir a través de la total integración de los empleados a la esencia y actividades de la empresa; a manera de la realización de diferentes actividades sociales, que además sirven como medios de motivación.

Control de Actividades

En la empresa se realiza un estricto control de las actividades con el fin de que estos se dirijan de forma eficaz, clara y especifica, para ello se cuenta con la utilización de canales de

distribución que son sistemas que se encargan de guiar a los empleados con respecto a las actividades que les corresponden y sus dimensiones, lo que logra que los resultados sean efectivos y confiables.

Estudio y Posición en el Mercado

Para lograr que KASS S.A. de C.V. Tenga un excelente posición, en el mercado, realiza sondeos constants para determinar la opinión de los clientes; así como investigaciones de mercado para saber cuales son las necesidades y gustos actuales de los clientes, además de la satisfacción obtenida con respecto a los productos para poder determinar que aspectos se deben corregir y reforzar; para ello cuenta con un calificado y eficaz equipo de ventas y mercadotecnia.

Las tres P's de la Mercadotecnia

Producto:

Los productos son elaborados basándose en las nuevas tendencias de moda mundial así como los aspectos y necesidades que los clientes revelan en los sondeos e investigaciones de mercado; para lograr así un producto totalmente innovador y fresco, que refleje la esencia y personalidad del comprador sin importar sus gustos, cuerpos, y edades portando siempre ese toque chic que KASS plasma en sus productos.

Precio:

Los precios son accesibles y cómodos, que varían según la diversidad de productos; además que KASS le ofrece diversidad de promociones de rotación semanal y promociones como cliente permanente y afiliado de compras.

Plaza:

KASS S.A. de C.V. cuenta con tres tiendas en los principales centros del país:

- ❖ Mall multiplaza TG.
- ❖ Mall multiplaza S.P.S.
- ❖ Plaza Miraflores TG.

Exploración Ambiental

Capital de trabajo:

KASS S.A. de C.V. Cuenta con un 70% de capital propio y el resto de capital adecuado, el cual se pretende cumplir a través de las utilidades obtenidas y de las inversiones, depósitos a largo plazo que realiza en otros negocios o instituciones financieras.

Tecnología:

El ser una empresa nueva y el haber adquirido maquinaria y quipo recientemente, la tecnología que posee es innovador y de punta. También las instalaciones han sido beneficiadas por ese motivo, ya que son nuevos y modernos, basados en la dimensión de equipo y actividades así como las necesidades de los empleados.

Competidores:

KASS S.A. de C.V. cuenta con competidores de mucha experiencia y tiempo en el mercado de consumidores así como un estatus comercial; por lo que la lucha de KASS por destacarse en el mercado y la obtención de nuevos clientes es duro y constante, y los resultados se han reflejado en la rápida aceptación de sus

productos y las frecuentes visitas de clientes a KASS SHOP, esto gracias a factores como la innovación, publicidad y tecnología.

Publicidad:

La publicidad es un factor determinante para toda empresa, especialmente para una nueva como KASS S.A. de C.V. y sus tiendas KASS SHOP.

Entre los métodos de propaganda y publicidad que KASS S.A. de C.V. utiliza estan:

- ❖ Publicidad en prensa escrita
- ❖ Publicidad en televisión
- ❖ Publicidad en radio
- ❖ Vallas publicitarias
- ❖ Internet (pagina Web)
- ❖ Catálogos.

Apertura de fronteras:

La apertura de fronteras representa tanto una oportunidad como una amenaza para la empresa. Oportunidad que permite la expansión de mercado para darse a conocer en mas países, y amenaza porque así como KASS tiene la oportunidad, también la tienen otras empresas por lo que la competencia se vuelve mas fuerte.

Identificación de las variables FODA

Fortalezas:

- ❖ Una de las fortalezas de KASS S.A. de C.V. es el personal calificado con el que cuenta, ya que a través de su experiencia y conocimientos se puede realizar el trabajo de una manera activa e innovadora.
- ❖ La calidad de los productos que más que una fortaleza es una prioridad y compromiso para superar las expectativas que los clientes esperan de nuestros productos.
- ❖ Una fortaleza muy importante es su sensibilidad social, apoyando los principales eventos de bienestar social y apegándose a las necesidades y limitantes de mercado del consumidos.

Oportunidades:

- ❖ Una gran oportunidad de KASS S.A. de C.V. es la de reducir los costos que causan las importaciones de los productos elaborados(embarque, aduana, bodegaje, seguro) gracias al hecho de que cuenta con su propia casa de diseño y fabrica de producción, lo que implica que los costos de exportación solo serán materia prima, al cuales por peso y por mayoreo, resultan mucho mas baratas que las de los productos elaborados, lo que le ofrece una gran oportunidad de crecimiento, expansión empresarial y económica.
- ❖ Una oportunidad muy importante y ambiciosa a largo plazo es fungir como proveedor de diferentes compañías y tiendas del país, mediante la creación de una línea de productos exclusivos para la venta

empresarial y esta al ser diferente a la línea destinada a la distribución en las tiendas de la compañía, disminuye las probabilidades de fuerte competencia.

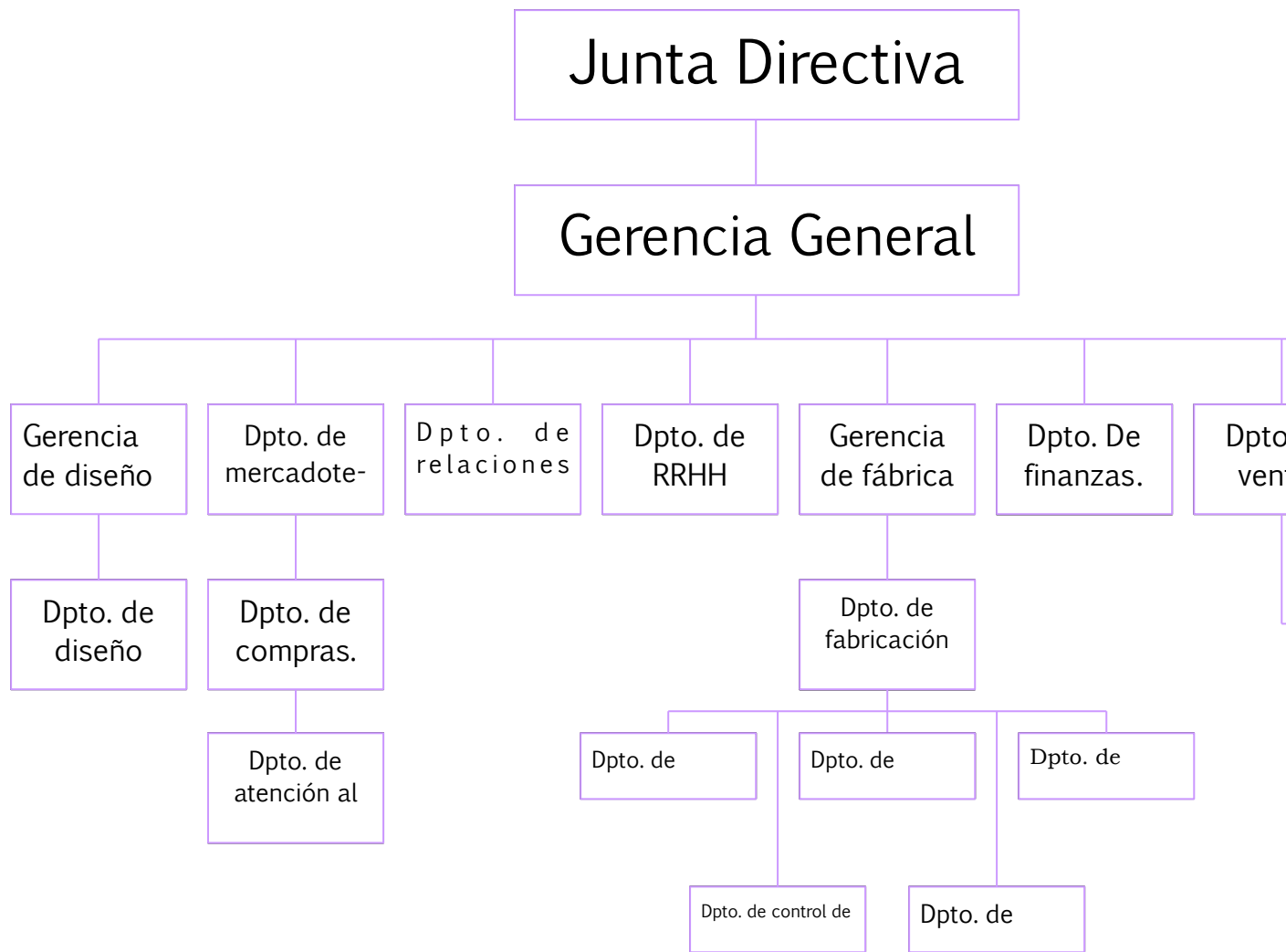
Debilidades:

- ❖ No cuenta con local propio para las tiendas, lo cual causa que los alquileres sean un poco costosos ya que para la diversidad de productos que tiene necesita un lugar de amplias dimensiones.

Amenazas:

- ❖ Al ser una empresa nueva, KASS S.A. de C.V. está en desventaja, ya que existen otras organizaciones con más años de experiencia y por lo tanto son más conocidas por el público; así como clientes fijos con sus líneas de ropa; por lo tanto se necesitan grandes campañas de promoción y publicidad.

organigrama



Tipo de Organización

KASS. S.A. de C.V. esta enfocada a ser una empresa transnacional, ya que pretende extenderse por centro América y otorgar la toma de decisiones a la gerencia de cada país, ya que cada una de las condiciones de un ambiente varía.

También es una organización aprende, ya que constantemente estudia el mercado del consumidor y las tendencias mundiales para el constante desarrollo y crecimiento estrategico.

Departamentalización

La departamentalizacion en el área administrativa esta hecha de acuerdo a las funciones por realizar (Departamento funcional).

En la fabrica esta estipulada por medio de las funciones o realizar y la línea de productos a elaborar (funcional y por productos).

Tipos de Herramientas De Planificación

- ❖ Pronostico.
- ❖ Presupuesto.
- ❖ Punto de equilibrio.
- ❖ Programación lineal.

Planes utilizados:

- Planes estratégicos
- Planes a corto plazo
- Planes a largo plazo
- Planes específicos

Objetivos:

Los objetivos de la empresa son claros y precisos, además de ser del conocimiento de todos los empleados para lograrlos de manera eficaz y tener una mejor perspectiva de desarrollo; entre ellos tenemos:

- La satisfacción de las necesidades del cliente.
- La innovación de nuevos e innovadores productos.
- Desarrollo de nuevos negocios.

- Inversión en nuevas oportunidades de crecimiento.
- Llegar a ser una franquicia.

Tecnología

El ser una empresa nueva y el haber adquirido maquinaria y equipo recientemente, la tecnología que posee es innovador y de punta.

También las instalaciones han sido beneficiadas por ese motivo, ya que son nuevos y modernos, basados en la dimensión de equipo y actividades, así como las necesidades de los empleados.

Pero no posee un departamento formal de Tecnologías

Internet: Conexiones fibra óptica 2 por sucursal y ADCL también 2 por tienda.

Personal: un técnico externo que ayudo en la instalación básica como cableado estructurado

Equipos de marca con un contrato de alquiler con Lenovo que se encarga de renovarlas anualmente (Intel c3), no existe contratos de mantenimiento y solo corresponde al hardware, el software se encarga KASS S.A.

Impresoras Multifunción una por oficina con un contrato de alquiler que incluye mantenimiento preventivo.

Plantas de producción y diseño están implementadas con software de diseño y equipos PLC.