

GERENCIA ESTRATEGICA APLICADA AL CLUB DEPORTIVO SHARK'S

TRABAJO FINAL DE GERENCIA ESTRATEGICA PARA OPTAR EL TÍTULO DE
TECNÓLOGO EN PROGRAMACIÓN Y SISTEMAS

JHON JAIRO LOPEZ BOLAÑOS
MICHAEL YELA VALENCIA
WILMER JOSE MADROÑERO ESPAÑA

INSTITUTO TECNOLOGICO DEL PUTUMAYO
FACULTAD DE INGENIERIA
PROGRAMACION Y SISTEMAS
MOCOA-PUTUMAYO
2016

GERENCIA ESTRATEGICA APLICADA AL CLUB DEPORTIVO SHARK'S

TRABAJO FINAL DE GERENCIA ESTRATEGICA PARA OPTAR EL TÍTULO DE
TECNÓLOGO EN PROGRAMACIÓN Y SISTEMAS

JHON JAIRO LOPEZ BOLAÑOS
MICHAEL YELA VALENCIA
WILMER JOSE MADROÑERO ESPAÑA

TRABAJO FINAL

DOCENTE:
ERNESTO MURIEL OSPINA
Especialista en Alta Gerencia

INSTITUTO TECNOLOGICO DEL PUTUMAYO
FACULTAD DE INGENIERIA
PROGRAMACION Y SISTEMAS
MOCOA-PUTUMAYO
2016

TABLA DE CONTENIDIO

	Pág.
INTRODUCCION	8
1. ASPECTOS GENERALES	9
1.1 GERENCIA ESTRATÉGICA APLICADA AL CLUB SHARK'S	9
1.2 PROBLEMA.....	9
1.2.1 Descripción del problema.....	9
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	9
1.4 OBJETIVOS.....	10
1.4.1 Objetivo general	10
1.4.2 Objetivos específicos	10
2. MARCO TEORICO.....	11
2.1 ORIGEN DE LA GERENCIA ESTRATEGICA	11
2.1.1 Evolución de la estrategia	11
2.1.2 Definición de gerencia estratégica	12
2.1.3 Beneficios de la gerencia estratégica.....	12
2.1.4 Términos básicos para el estudio de la gerencia estratégica	13
2.2 ESTABLECIMIENTO DE LA MISIÓN	14
2.2.3 La naturaleza de la misión empresarial.....	14
2.3 ESTABLECIMIENTO DE LA VISIÓN.....	14
2.4 ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS	16
2.5 LOS VALORES.....	17
2.6 MATRIZ DOFA	18
2.6.3 Pasos Para Construir La Matriz Dofa	18
2.7 FORMULACIÓN ESTRATÉGICA	20
2.7.3 Planes estratégicos	20
2.7.4 La misión empresarial	21
2.7.5 Aplicación de la matriz foda en la formulación de estrategias.....	21
2.8 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	22

2.9	QUE ES UN SOFTWARE	23
2.9.1	Sistemas de información	24
3	DESCRIPCION DE LA EMPRESA.....	25
3.1	MISIÓN	25
3.2	VISIÓN.....	25
3.3	OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	26
3.4	POLÍTICA DE LA EMPRESA.....	26
3.5	DESCRIPCIÓN DE ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN.....	26
3.5.1	Órgano administrativo	26
3.5.2	Órgano de control.....	27
3.5.3	Comisión disciplinaria.....	27
3.5.4	Organigrama de la estructura organizacional.....	28
4	ANÁLISIS Y RESULTADO DE LA EMPRESA	29
4.1	ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESA	29
4.2	ANÁLISIS DE LA MISIÓN.....	29
4.3	ANÁLISIS DE LA VISIÓN	30
4.4	POLÍTICAS DE LA EMPRESA	30
4.5	ANÁLISIS MATRIZ DOFA CLUB DEPORTIVO SHARK'S	31
4.6	PROTOTIPO DEL SOFTWARE A IMPLEMENTAR EN EL CLUB DEPORTIVO SHARK'S.....	33
	CONCLUSIONES	36
	RECOMENDACIONES.....	37
	BIBLIOGRAFÍAS.....	38

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Matriz DOFA Club Shark's	32

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura N° 1 Organigrama Organizacional	28

LISTADO DE IMÁGENES

	Pág.
Imagen N° 1 Ingreso a la Interfaz	33
Imagen N° 2 Formulario de Inscripción	34
Imagen N° 3 Reporte PDF Datos Deportivos del Estudiante	34
Imagen N° 4 Reporte PDF Datos Personales	35
Imagen N° 5 Formulario de Pagos	35

INTRODUCCION

La razón principal de la realización de este proyecto es la necesidad de entrar a analizar la empresa CLUB SHARK'S, en el tema sobre la gerencia estratégica y de cómo dar a una solución a un problema específico que esta tenga. Cabe resaltar que todo esto se logra después de haber estudiado e investigado todo lo relacionado a este tema.

Con la finalidad de contribuirle a todas las empresas sobre la importancia que tiene la gerencia estratégica tanto internamente como externamente, se repasan algunos conceptos generales sobre la planificación, la gerencia y el pensamiento estratégico, así como también lo relacionado con misión, visión, políticas, etc. y, después de esto se analiza esta información en una empresa específica, que a medida que se vaya desarrollando el proyecto ya se la dará a conocer.

Se pretende crear una visión sobre la gerencia estratégica, con el fin de orientarla hacia caminos que permitan la participación en el mercado, como requisito indispensable para incrementar la competitividad y alcanzar el futuro deseado, brindando además herramientas para el adecuado control estratégico, que con el pasar del tiempo, traerá muchos beneficios para la organización.

Se pretende crear una visión sobre la gerencia estratégica, con el fin de orientarla hacia caminos que permitan la participación en el mercado, como requisito indispensable para incrementar la competitividad y alcanzar el futuro deseado, brindando además herramientas para el adecuado control estratégico, que con el pasar del tiempo, traerá muchos beneficios para la organización.

Durante el análisis de la empresa Club Shark's, se identifica un problema, que los procesos que se desarrollan se hacen de forma manual, no se lleva un control de la información respecto a los niveles de categorías, pagos, inscripción entre otros; notamos que no utiliza ningún tipo de formato o no lleva las bases suficientes para tener un formato adecuado y de ahí surge la pregunta ¿Cómo sistematizar el manejo de la información en el Club Shark's del municipio de Mocoa?

Este trabajo contiene primero las generalidades sobre opción de organización de la empresa, luego el marco teórico, seguidamente la descripción de la empresa, resultados del análisis de la empresa, conclusiones y bibliografía.

1. ASPECTOS GENERALES

1.1 GERENCIA ESTRATÉGICA APLICADA AL CLUB SHARK'S

1.2 PROBLEMA

¿Cómo sistematizar el manejo de la información en el Club Shark's del municipio de Mocoa?

1.2.1 Descripción del problema

El problema radica en que los procesos que se desarrollan se hacen de forma manual, no se lleva un control de la información respecto a los niveles de categorías, pagos, inscripción entre otros; notamos que no utiliza ningún tipo de formato o no lleva las bases suficientes para tener un formato adecuado.

1.3 JUSTIFICACIÓN

En los últimos años se ha presentado una continua polémica en torno a las teorías clásicas de administración y gestión; Esto a primera vista, parece dejar a las empresas sin herramientas gerenciales confiables, lo que hace que retomen la costumbre del dirigente visionario, quien, armado de su experiencia y liderazgo, conduce a la empresa a través de los cambios inciertos de los tiempos.

La gerencia estratégica se convierte entonces en un factor determinante que permite a una organización, sin importar su naturaleza, ser proactiva en vez de reactiva en la formulación de su futuro.

Como dijo Peter Drucker: (1909 – 2005) “El mañana siempre llega y es diferente. Aún la empresa más poderosa afrontará problemas sino ha trabajado para el futuro, habrá perdido relevancia y liderazgo; no controlará ni comprenderá lo que sucede. No habiéndose atrevido a arriesgar y construir lo nuevo, afrontará el riesgo más grande de verse sorprendida por lo que en realidad sucedió. Este es un riesgo que aún las empresas más ricas y grandes no se pueden dar el lujo de tomar, como tampoco las más pequeñas”.

Bajo esta perspectiva, aunque no es un enfoque único, la gerencia estratégica provee a los estudiantes de las universidades, aspirantes a convertirse en microempresarios, dirigentes empresariales y profesionales, un marco de referencia más amplio e integral para desarrollar, de manera eficiente y creativa, acciones conducentes a colocar a sus organizaciones en posiciones de vanguardia.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo general

Sistematizar la información del club shark's

1.4.2 Objetivos específicos

- ✓ Estudiar la misión, visión y objetivos del club Shark's
- ✓ Analizar cómo se encuentra actualmente el club Shark's
- ✓ Organizar la información que se maneja
- ✓ Implementar un programa informático adecuado al club shark's

2. MARCO TEORICO

2.1 ORIGEN DE LA GERENCIA ESTRATEGICA

La palabra estrategia proviene del griego estrategia que significa el arte o ciencia de ser General. Stone (1994,206) afirma que "cada tipo de objetivo requería un despliegue distinto de recursos". Así la estrategia de un ejército podría también definirse como el patrón de acciones que se realizan para responder al enemigo. Lo anterior se considera el origen etimológico.

Las estrategias formales con sus características modernas fueron introducidas por primera vez en algunas empresas comerciales a mediados de 1950. En aquel tiempo, las empresas más importantes fueron principalmente las que desarrollaron sistemas de estrategias formales, denominados sistemas de planeación a largo plazo. Desde entonces, las estrategias formales se han ido perfeccionando al grado que en la actualidad todas las compañías importantes en el mundo cuentan algún tipo de este sistema de estrategias, y un número cada vez mayor de empresas pequeñas está siguiendo este ejemplo.

2.1.1 Evolución de la estrategia

Según Porter (1992,14) la primera etapa de la gerencia estratégica se denomina formulación estratégica y el proceso en el cual los administradores formulaban la estrategia recibió el nombre de planeación estratégica.

La segunda etapa se configura cuando las investigaciones permiten determinar la importancia de lo que se denomina configuración interna de la organización y se denominó según Porter planeación de habilidades, donde se había creado una importante disciplina administrativa y los ejecutivos ejercitaban la planeación estratégica y se prosperaba en el campo.

La Tercera etapa se dio en respuesta de cambios socio-políticos y tecnológicos, las organizaciones realizan grandes esfuerzos para dar una respuesta estratégica oportuna a lo que se denominó respuesta administrativa.

En la cuarta etapa H. Igor Ansoff unifica el estilo incrementa con el emprendedor en las organizaciones considerando a esta última administración como estratégica, tal que asegure un futuro viable a la organización en su medio ambiente.

2.1.2 Definición de gerencia estratégica

Es el proceso mediante el cual se formulan, ejecutan y evalúan acciones que permitan alcanzar los objetivos propuestos por la organización.

Permite organizar información cualitativa y cuantitativa, de tal manera que sirva para la toma de decisiones efectivas en las circunstancias de incertidumbre cuya característica primordial es el cambio que incluye a cualquier organización operante en un mercado global y con grandes retos. La aplicación de la Gerencia Estratégica permite el monitoreo continuo de los hechos y las tendencias internas y externas en las que se desenvuelven las organizaciones, adecuándose, previendo los cambios y buscando un crecimiento sustentado. Además, la Gerencia Estratégica proporciona el marco teórico para la acción que se halla en la mentalidad de las organizaciones y sus empleados permitiendo que se analicen las situaciones en un lenguaje común y decidan sobre las acciones que se deben emprender en un periodo razonable, permitiendo además que las empresas realicen su gestión de forma proactiva y no reactiva.

2.1.3 Beneficios de la gerencia estratégica

- ✓ Genera mayor eficiencia y eficacia en los procesos.
- ✓ Permite que una organización este en capacidad de influir en su medio, en vez de reaccionar a él, ejerciendo de este modo algún control sobre su destino.
- ✓ Da una base objetiva para la asignación de recursos y la reducción de conflictos internos que pueden surgir cuando es solamente la subjetividad la base para decisiones importantes.
- ✓ Permiten a una organización aprovechar oportunidades claves en el medio ambiente, minimizar el impacto de las amenazas externas, utilizar las fortalezas internas y vencer las debilidades internas.
- ✓ Las organizaciones que la ejecutan son más rentables y exitosas que aquellas que no la usan.
- ✓ Evitan las disminuciones en ingresos y utilidades.
- ✓ Evita la defunción de una empresa.
- ✓ Mayor conciencia de las amenazas ambientales.
- ✓ Mayor comprensión de las estrategias de los competidores.
- ✓ Mayor productividad de personal.
- ✓ Menor resistencia al cambio.
- ✓ Lleva orden y disciplina a toda la empresa.

2.1.4 Términos básicos para el estudio de la gerencia estratégica

Estrategias: Son personas responsables del éxito o el fracaso de una empresa. Son los medios por los cuales se logran los objetivos. Son acciones necesarias para mantener y soportar el logro de los objetivos de la organización.

Formulación de estrategias: es el proceso que conduce a la fijación de la misión de la organización para establecer debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas, identificando e interrelacionando factores internos y externos para fijar objetivos y estrategias.

Fortalezas: Se refiere a actividades internas de una organización especialmente bien elaboradas. **Debilidades:** Actividades de las diferentes áreas de la empresa que limitan el éxito de la organización.

Oportunidades: Tendencias externas que son potencialmente beneficiosas para una empresa en el futuro.

Amenazas: Consiste en aquellas tendencias del entorno que son potencialmente dañinos para la posición competitiva de la empresa en la actualidad o a futuro.

Objetivos: Los resultados a largo plazo que una organización aspira lograr a través de su misión.

Metas: Resultados que desean obtener la organización en el corto plazo, son puntos de referencia o aspiraciones que las organizaciones deben lograr a corto plazo, medibles, cuantificables, cuantitativas, realistas, estimulantes, coherentes y prioritarias.

Políticas: Son las pautas establecidas para respaldar los esfuerzos que se hacen para alcanzar los objetivos.

Planes de Acción: Tareas que debe realizar cada unidad o área para poder concretar las estrategias en un plan operativo que permita evaluación y seguimiento.

Unidad estratégica de Negocios (UEN): Es la unidad organizacional o foco de planeación, responsable de uno o más productos que se venden a los clientes y que enfrentan a los competidores.

Ventaja competitiva: Es aquella característica o atributo de la organización que la separa de sus competidores y la medida en la que es diferente del resto del conjunto.

2.2 ESTABLECIMIENTO DE LA MISIÓN

La formulación de la misión, cuidadosamente preparada es componente fundamental del proceso de Gerencia Estratégica. Describe el propósito, los clientes, los productos o servicios, los mercados, la filosofía y a tecnología básica de una empresa. En otras palabras, la misión responde a las preguntas ¿Quiénes somos? ¿Quiénes son nuestros clientes? Y ¿Cuáles son las necesidades que se van a satisfacer?

2.2.3 La naturaleza de la misión empresarial

La formulación de la misión es una declaración de conceptos y actitudes más que de detalles específicos, por este motivo debe ser amplia ya que una formulación de alto alcance permite el estudio y la generación de nuevos objetivos y estrategias factibles sin frenar la creatividad gerencial, también da lugar a mayor flexibilidad en cuanto a adaptación al medio cambiante y a las operaciones internas, facilitando la ejecución, ya que cuando un objetivo se plasma en algo concreto produce rigidez y resistencia al cambio. Las formulaciones de misión varían en cuanto a extensión, especificidad, contenido y formato.

La especificidad excesiva limitaría el potencial de crecimiento de la organización y podría afectar el proceso creativo de formulación de una misión. No es propósito de la misión expresar fines concretos, sino proporcionar motivación, dirección general, imagen, tono y una filosofía que sirva de guía para la empresa.

2.3 ESTABLECIMIENTO DE LA VISIÓN

Describe hacia dónde quiere llegar la organización en el largo plazo, la visión hace que la organización sea ambiciosa en la consecución de objetivos y reta a la adecuación de estrategias en el ámbito competitivo.

La construcción de la visión organizacional significa establecer una situación imaginaria en el tiempo aparentemente imposible, capaz de motivar y satisfacer el sentido de existencia, desarrollo y trascendencia personal y colectiva.

La visión representa una situación mentalmente desarrollada y desafiante, así como altamente deseable y reconfortante a medio y largo plazo. Es una aproximación de cómo la organización evolucionará para atender con eficiencia las cambiantes necesidades y gustos de su público destinatario. En este sentido, construye un concepto relativamente estable de lo que la organización debe ser y hacia dónde debe dirigirse, en tanto las condiciones y estrategias organizacionales pueden modificarse con el tiempo, pero la visión puede permanecer inalterable en su esencia.

Características de la Visión

- ✓ Amplia y Detallada: en términos que signifiquen acción
- ✓ Positiva y alentadora: motivadora
- ✓ Realista – Posible: Una visión con acción puede cambiar el mundo
- ✓ Consistente: Debe ser consistente con los principios de la organización
- ✓ Difundida: externa e internamente
- ✓ Es cualitativa.
- ✓ Invita a la transformación, en tanto expone la necesidad de un cambio positivo y progresivo.
- ✓ Es demandante y alentadora. Constituye una fuerza vital y poderosa pues significa beneficios para todos.
- ✓ Es atemporal, es decir, no es fácil definir un período o una fecha precisa para su cumplimiento. La visión se conceptualiza de manera estática en el tiempo, pero su consecución tiene una proyección dinámica.
- ✓ Requiere un alto nivel de sensibilidad y percepción del presente con sentido de trascendencia.
- ✓ Es sistémica. Involucra múltiples subsistemas asociados y conectados en los que nacen, se transforman, fluyen y mueren los eventos organizacionales.
- ✓ Debe definirse con amplitud y detalle.
- ✓ La definen (o deberían hacerlo) los líderes en combinación con los directivos y aquellas personas que tienen un mayor contacto al interior y exterior de la organización.
- ✓ Ayuda a definir la razón de existencia de la organización.
- ✓ Promueve acciones para fortalecer y ampliar los recursos organizacionales.
- ✓ Debe ser compatible y articularse con las visiones de los grupos e individuos de la organización.

- ✓ Debe internalizarse adecuadamente en la organización, además de ser conocida, compartida y respaldada por sus integrantes.

El poder de la visión reside en la capacidad de uno o más sujetos de inventar un estado ideal, de situarse y asirse emocionalmente a él, ser pre activos y tenaces para encontrar todas las respuestas a las preguntas que llevan a ella y transmitirla con fidelidad y pasión a sus colaboradores.

2.4 ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS

Los objetivos son los resultados que se esperan de la ejecución de cierta estrategia, mientras que las estrategias representan las acciones a realizar para el logro de los objetivos.

La determinación de objetivos es un componente esencial del proceso de Dirección Estratégica. Los objetivos se llevan a la práctica a medida que se seleccionan y formulan estrategias factibles.

Los objetivos presentan las prioridades de la organización, además ayudan a evitar errores por omisión.

Aumentan las posibilidades de provisión del futuro. Una organización debe dirigir su destino, en vez de someterse al azar.

Muchas veces los recursos son escasos o están mal asignados. Los objetivos ayudan a orientar y prever su asignación con sensatez. Para que los objetivos sean alcanzables, deben reunir los siguientes requisitos:

Claros y específicos.

- ✓ Formulados por escrito.
- ✓ Ambiciosos pero realistas.
- ✓ Congruentes entre sí.
- ✓ Realizables.

Los criterios para seleccionar objetivos deben establecerse de acuerdo con las prioridades y la contribución de ellos al logro de los resultados de la empresa.

Algunos criterios son:

- ✓ Buscar las actividades que tengan más impacto sobre los resultados.

- ✓ Centrar los objetivos en la actividad y no en la persona.
- ✓ Desdoblar cada objetivo en metas.
- ✓ Emplear un lenguaje comprensible para los miembros de la organización.
- ✓ Mantenerse dentro de los principios de la administración.
- ✓ Concentrarse en los propósitos vitales del negocio y no dispersarse en actividades secundarias.

El objetivo debe indicar los resultados por alcanzar, pero no debe limitar la libertad para escoger los métodos. Debe indicar cuánto se alcanzará, pero no cómo.

Cada organización tiene, implícita o explícitamente, su jerarquía de objetivos. En general, los objetivos organizacionales están por encima de los departamentales, y estos están por encima de los opcionales.

La jerarquía de objetivos de una organización puede experimentar innumerables cambios, ya sea en la ubicación relativa de los objetivos o en la sustitución de ciertos objetivos por otros diferentes. Algunos objetivos pueden entorpecer la consecución de otros, mientras otros pueden facilitarla.

2.5 LOS VALORES

Son ideas generales y abstractas que guían el pensamiento y la acción Goodstein (1997:167) afirma que "todas las decisiones organizaciones se fundamentan en los valores, por esto debe existir congruencia entre los valores de la organización y su plan estratégico."

Las empresas definen los valores para determinar el patrón de comportamiento de los empleados y de quienes se relacionan con ella, generan cohesión e identidad entre las personas. La búsqueda de los valores requiere de un análisis de 6 elementos:

- ✓ Los valores de equipo de planeación
- ✓ Los valores comparativos
- ✓ La filosofía de la organización
- ✓ La cultura de la organización
- ✓ El clima organizacional
- ✓ Los grupos de interés (deudores, empleados, proveedores, consumidores, gobierno, inversionistas y prestamistas).

2.6 MATRIZ DOFA

La matriz DOFA (conocido por algunos como FODA, y SWOT en inglés) es una herramienta de gran utilidad para entender y tomar decisiones en toda clase de situaciones en negocios y empresas. DOFA es el acrónimo de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas. Los encabezados de la matriz proveen un buen marco de referencia para revisar la estrategia, posición y dirección de una empresa, propuesta de negocios, o idea.

Conduce al desarrollo de cuatro tipos de estrategias:

D: debilidades

O: Oportunidades

F: Fortalezas

A: Amenazas

FO: Fortalezas internas con el objeto de aprovechar las Oportunidades externas

DO: mejora las Debilidades internas valiéndose de las Oportunidades externas

FA: Fortalezas de una empresa para evitar y reducir al máximo el impacto de las Amenazas externas.

DA: derrota las Debilidades internas y elude las Amenazas ambientales.

Se intenta minimizar debilidades y amenazas mediante estrategias de carácter defensivo aprovechando las oportunidades y fortalezas.

2.6.3 Pasos Para Construir La Matriz Dofa

- ✓ Hacer una lista de las fortalezas internas claves.
- ✓ Hacer una lista de las debilidades internas claves.
- ✓ Hacer una lista de las oportunidades externas claves. Hacer una lista de las amenazas externas claves.
- ✓ Hacer comparaciones FO, DO, FA y DA.

En este proceso se requiere de un buen juicio y no existen respuestas optimas, así mismo el objetivo de esta fase comparativa es la generación de estrategias alternativas factibles, y no seleccionar o determinar cuáles son las mejores estrategias, por lo tanto, no todas las estrategias desarrolladas por esta matriz y otras herramientas serán seleccionadas para su ejecución.

Ejemplo de análisis DOFA

Este ejemplo está basado en una situación imaginaria. El escenario es una empresa manufacturera, negocio-a-negocio, que históricamente había dependido de distribuidores para que llevaran sus productos al cliente final. La oportunidad, y en consecuencia el objeto del análisis DOFA, es para la empresa crear una nueva compañía propia, que distribuya directamente sus productos a ciertos sectores de clientes finales, que no están siendo cubiertos por sus distribuidores actuales.

Tema del análisis: creación de una empresa distribuidora propia para acceder a sectores de clientes finales que no están siendo desarrollados.

Fortalezas

- ✓ Control y dirección sobre las ventas al cliente final
- ✓ Producto, calidad y confiabilidad del producto
- ✓ Mejor desempeño del producto, comparado con competidores
- ✓ Mejor tiempo de vida y durabilidad del producto
- ✓ Capacidad ociosa de manufactura
- ✓ Algunos empleados tienen experiencia en el sector del cliente final
- ✓ Lista de clientes disponible
- ✓ Capacidad de entrega directa
- ✓ Mejoras continuas a los productos
- ✓ Se puede atender desde las instalaciones actuales
- ✓ Los productos tienen la acreditación necesaria
- ✓ Los procesos y la TI se pueden adaptar
- ✓ La gerencia está comprometida y confiada

Debilidades

- ✓ La lista de clientes no ha sido probada
- ✓ Ciertas brechas en el rango para ciertos sectores
- ✓ Seríamos un competidor débil
- ✓ Poca experiencia en mercadeo directo
- ✓ Imposibilidad de surtir a clientes en el extranjero
- ✓ Necesidad de una mayor fuerza de ventas
- ✓ Presupuesto limitado
- ✓ No se ha realizado ninguna prueba
- ✓ Aún no existe un plan detallado
- ✓ El personal de entrega necesita entrenamiento

- ✓ El personal de atención al cliente necesita entrenamiento
- ✓ Procesos y sistemas
- ✓ El equipo gerencial es insuficiente

Oportunidades

- ✓ Se podrían desarrollar nuevos productos
- ✓ Los competidores locales tienen productos de baja calidad
- ✓ Los márgenes de ganancia serán buenos
- ✓ Los clientes finales responden ante nuevas ideas
- ✓ Se podría extender a otros países
- ✓ Nuevas aplicaciones especiales
- ✓ Puede sorprender a la competencia
- ✓ Se podrían lograr mejores acuerdos con los proveedores

Amenazas

- ✓ Impacto de la legislación
- ✓ Los efectos ambientales pudieran favorecer a los competidores grandes
- ✓ Riesgo para la distribución actual
- ✓ La demanda del mercado es muy estacional
- ✓ Retención del personal clave
- ✓ Podría distraer del negocio central
- ✓ Posible publicidad negativa
- ✓ Vulnerabilidad ante grandes competidores

2.7 FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

2.7.3 Planes estratégicos

Toda empresa diseña planes estratégicos para el logro de sus objetivos y metas planteadas, estos planes pueden ser a corto, mediano y largo plazo, según la amplitud y magnitud de la empresa.

Las opciones estratégicas deberán convertirse en planes de acción concretos, con definición de responsables. Para ello, es indispensable programar en el tiempo cada uno de los proyectos estratégicos, definir los objetivos y las estrategias de cada área funcional dentro de estos proyectos, así como diseñar planes de acción concretos.

Los proyectos estratégicos y los planes de acción deben reflejarse en el presupuesto estratégico, el cual, en definitiva, es el verdadero. El presupuesto estratégico debe ejecutarse dentro de las normas de la compañía. Además, deberá monitorearse y auditarse la ejecución del plan como parte importante del proceso de planeación estratégica.

También es importante señalar que la empresa debe precisar con exactitud y cuidado la misión por la cual se va a regir, esta es fundamental, ya que revela el concepto de una organización, su principal producto o servicio y las necesidades principales del cliente que la firma se propone satisfacer.

2.7.4 La misión empresarial

La misión es, entonces, la formulación de los propósitos de una organización que la distingue de otros negocios en cuanto al cubrimiento de sus operaciones, sus productos, los mercados y el talento humano que soporta el logro de esos propósitos. En términos generales, la misión de una empresa responde a las siguientes preguntas:

- ✓ ¿Para qué existe la organización?
- ✓ ¿Cuál es su negocio?
- ✓ ¿Cuáles son sus objetivos?
- ✓ ¿Cuáles son sus clientes?
- ✓ ¿Cuáles son sus prioridades?
- ✓ ¿Cuáles son sus responsabilidades y derechos frente a sus colaboradores?
- ✓ ¿Cuál es su responsabilidad social?

2.7.5 Aplicación de la matriz foda en la formulación de estrategias

Luego de identificar las amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades, a través de las Investigaciones o Auditorías realizadas tanto Interna como Externa, procedemos a conjugarlas, a fin de formular estrategias que aprovechen las oportunidades, minimicen las amenazas, engrandezcan las fortalezas y hagan evidentes las debilidades para proceder a cubrirlas.

Luego de tener elaborada la matriz FODA, se procede de la siguiente manera:

Adecuar las fuerzas internas a las oportunidades externas y registrar las estrategias FO resultantes en la celda adecuada.

Adecuar las debilidades internas a las oportunidades externas y registrar las estrategias DO resultantes en la celda adecuada.

Adecuar las fuerzas internas a las amenazas externas y registrar las estrategias FA resultante en la celda adecuada.

Adecuar las debilidades internas a las amenazas externas y registrar las estrategias DA resultantes en la celda adecuada.

Asimismo, es necesario que las nuevas oportunidades de una empresa requieran una redefinición de la estrategia que se tiene. Por tanto, un aspecto crítico en el desarrollo de nuevas estrategias o en la revisión de las ya existentes es el constante examen de los cambios tanto internos como externos, que permitan identificar los vacíos entre el desempeño y las metas propuestas.

2.8 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional de una empresa es la forma en la que la empresa se va a gestionar. Pueden diferenciarse dos partes la estructura organizativa formal y la informal.

La estructura organizativa formal es aquella que se basa en el conjunto de relaciones explicitadas por la dirección, son relaciones deliberadas.

La estructura organizativa informal son el conjunto de relaciones que no han sido definidas explícitamente y responden básicamente a las necesidades que entran en contacto con el trabajo.

La estructura real de la organización se basa en el conjunto de relaciones formales e informales.

De acuerdo con Mintzberg se identifican 5 elementos:

Ápice estratégico: aquí se encuentra la alta dirección de la empresa, la cual tiene una responsabilidad global. La función esencial consiste en garantizar que la

organización funcione adecuadamente y cumpla sus objetivos; tienen diversas tareas:

- ✓ Supervisión Directa
- ✓ Relación con el entorno
- ✓ Formulación de la estrategia a seguir

Línea Media: son los directivos que vinculan la dirección general con el núcleo de operaciones. Las funciones que se le atribuyen son:

- ✓ Enlace vertical ascendente y descendente
- ✓ Enlace horizontal entre ellos
- ✓ Tomar decisiones y resolver problemas en su ámbito de actividad

Núcleo de Operaciones: es el encargado del trabajo básico de producción de bienes y servicios. Las funciones básicas que desarrollan son:

- ✓ Aprovisionamiento de Inputs
- ✓ Producción
- ✓ Comercialización
- ✓ Apoyo a las funciones previas.

Tecno estructura: Formada por analistas que no son directivos y no participan en el flujo del trabajo, sino que diseñan y planifican. Puede haber dos tipos:

- ✓ Analistas de adaptación: se ocupan de estudiar los cambios necesarios que hay que introducir en la organización.
- ✓ Analistas de control: su función consiste en la búsqueda de estabilidad y normalización de las pautas de la actividad de la empresa.

Staff de apoyo: son un conjunto de unidades especializadas que no participan directamente en la producción de bienes y servicios, sino que su objetivo consiste en apoyar a la organización mediante la prestación de tareas y servicios especializados, como lo pueden ser limpieza, seguridad, etc.

2.9 ¿QUE ES UN SOFTWARE?

Son los programas informáticos que hacen posible la realización de tareas específicas dentro de un computador. Por ejemplo, Word, Excel, PowerPoint, los navegadores web, los juegos, los sistemas operativos, etc.

Los componentes lógicos incluyen, entre muchos otros, las aplicaciones informáticas, tales como el procesador de texto, que permite al usuario realizar

todas las tareas concernientes a la edición de textos; el llamado software de sistema, tal como el sistema operativo, que básicamente permite al resto de los programas funcionar adecuadamente, facilitando también la interacción entre los componentes físicos y el resto de las aplicaciones, y proporcionando una interfaz con el usuario.

2.9.1 Sistemas de información

Es un conjunto de elementos orientados al tratamiento y administración de datos e información, organizados y listos para su uso posterior, generados para cubrir una necesidad o un objetivo.

3 DESCRIPCION DE LA EMPRESA

El Club Deportivo SHARK´S, fundado el día 08, del mes de febrero del año 2007, en el Municipio de Mocoa, Departamento del Putumayo, es una entidad de derecho privado, con Personería Jurídica número 005 y reconocimiento Deportivo número 0002 del 15 de febrero de 2012 dada por la Secretaria de Educación Cultural y Deporte Municipal. Constituido con un gran potencial deportivo y formación profesional de alto rendimiento para las juventudes y la niñez, con el fin de Brindar al Municipio de Mocoa un modelo en el área del deporte y la recreación. A la fecha de hoy, se viene trabajando con 120 niños desde los 6 años a 17.

Desde la creación del club ha venido trabajando entrenando en la modalidad de baloncesto y se ha tenido buena participación en torneos con buenas presentaciones, las cuales esperamos repetir las y mejorarlas en las siguientes participaciones.

Las labores deportivas y administrativas no se interrumpen en ninguna época del año, y en la actualidad debido a la gran acogida que hemos tenido decidimos ampliar nuestro Portafolio de Servicios y nuestro propósito es fortalecer nuestra entidad a través de Convenios y Alianzas estratégicas; para el crecimiento día a día de nuestra institución.

3.1 MISIÓN

Ser un club de excelencia deportiva que contribuya a la formación y al desarrollo humano desde la niñez, incentivando las habilidades, principios y valores a través del deporte, donde se potencie el sentido de disciplina y responsabilidad requeridas para la construcción de una nueva sociedad.

3.2 VISIÓN

Que la comunidad en general, consideren el deporte como el camino hacia una calidad de vida, gestionar con empresas patrocinios, donaciones y convenios publicitarios a beneficio de nuestros socios deportistas. Proyectar a los talentos deportivos para que representen al Club, al Putumayo y a Colombia.

3.3 OBJETIVOS DE LA EMPRESA

- ✓ Fomentar, reglamentar y patrocinar la práctica del deporte de baloncesto y sus propiedades deportivas con deportistas aficionados
- ✓ Desarrollar actividades cívicas y sociales en el municipio de Mocoa.
- ✓ Contribuir a la formación y el desarrollo humano desde la niñez, incentivando las habilidades, principios y valores a través del deporte
- ✓ Potenciar en los niños y jóvenes, el sentido de disciplina y responsabilidad requeridas para la construcción de una nueva sociedad.

3.4 POLÍTICA DE LA EMPRESA

El club Shark's actualmente no cuenta con políticas que contribuyan a lograr los objetivos planteados por lo cual en el resultado del análisis de la empresa crearemos dichas políticas contribuyendo con el desarrollo de las mismas.

3.5 DESCRIPCIÓN DE ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN

3.5.1 Órgano administrativo

Yamile Jaramillo Hernández
Presidente

Sus funciones son:

- ✓ Estudiar, proponer, regular y gestionar.
- ✓ Las cuantías de las aportaciones de jugadores o padres según conceptos (matrícula, ficha, material, transporte, etc.)
- ✓ Definir y gestionar los sistemas de financiación como rifas, eventos, etc.
- ✓ Todos aquellos que se determinen en el área económica del Club.

Aida Esperanza Gómez
Vicepresidente

Sus funciones son:

- ✓ Sustituye al Presidente en su ausencia.
- ✓ Se ocupará de cuantas tareas le delegue el Presidente.

Zully Milady Ordoñez Apraez
Tesorera

Sus funciones son:

- ✓ Llevar todas las cuentas del Club con sus registros de contabilidad, ingresos, gastos y sus balances.
- ✓ Búsqueda y captación de recursos económicos, financiación, publicidad, colaboraciones, rifas, etc. En los que se complementen los ingresos por cuota que cancelan los padres de los alumnos al Club

Paola Andrea Ortega Delgado

Secretaria

Las funciones del Secretaría serán las que se detallan a continuación:

- ✓ Realización de un registro de actas y acuerdos.
- ✓ Realización de los documentos oficiales del Club Shark's.
- ✓ Todos los documentos del Club deben llevar la firma del Secretario, a excepción de los documentos del área deportiva.

3.5.2 Órgano de control

Vannebar Fabián Meneses Betancourt

Fiscal Principal

Liliana Estela Viveros Castro

Fiscal Suplente

Sus principales funciones son el dar a conocer la oportuna cuenta por escrito, a las directivas o al gerente, según los casos, de las irregularidades que ocurran en el funcionamiento del Club Shark's y en el desarrollo de sus actividades, así como también convocar a reuniones extraordinarias cuando lo juzgue necesario.

3.5.3 Comisión disciplinaria

Javier Aníbal Salas

Mario Andrés Bermeo Gonzales

La presente normativa será de aplicación a todos los jugadores, y miembro del Club Shark's (padres, madres, y Directivas).

Según la clasificación de las faltas leves, graves y muy graves. Serán circunstancias modificativas de responsabilidad del atribuido.

- ✓ Como eximentes: caso fortuito, fuerza mayor y legítima defensa, cuando proceda.
- ✓ Como atenuantes: arrepentimiento espontáneo, debiendo existir una reparación o disminución del daño por parte del autor, o en dar satisfacción

al ofendido, en reconocer formal y expresamente el hecho o los hechos de que se trate y prestarse a efectuar una pública rectificación.

- ✓ Como agravantes: en caso de reincidencia cuando haya sido sancionado anteriormente por un hecho de idéntica naturaleza a la que se ha de sancionar. En caso de reiteración cuando tenga señalada una sanción igual o superior.

Si no se diesen circunstancias atenuantes ni agravantes, el Club Shark's impondrá la sanción correspondiente en su grado medio. De acreditarse únicamente atenuantes, la sanción se aplicará en su grado mínimo y de tratarse tan sólo de agravantes, en su grado máximo.

3.5.4 Organigrama de la estructura organizacional

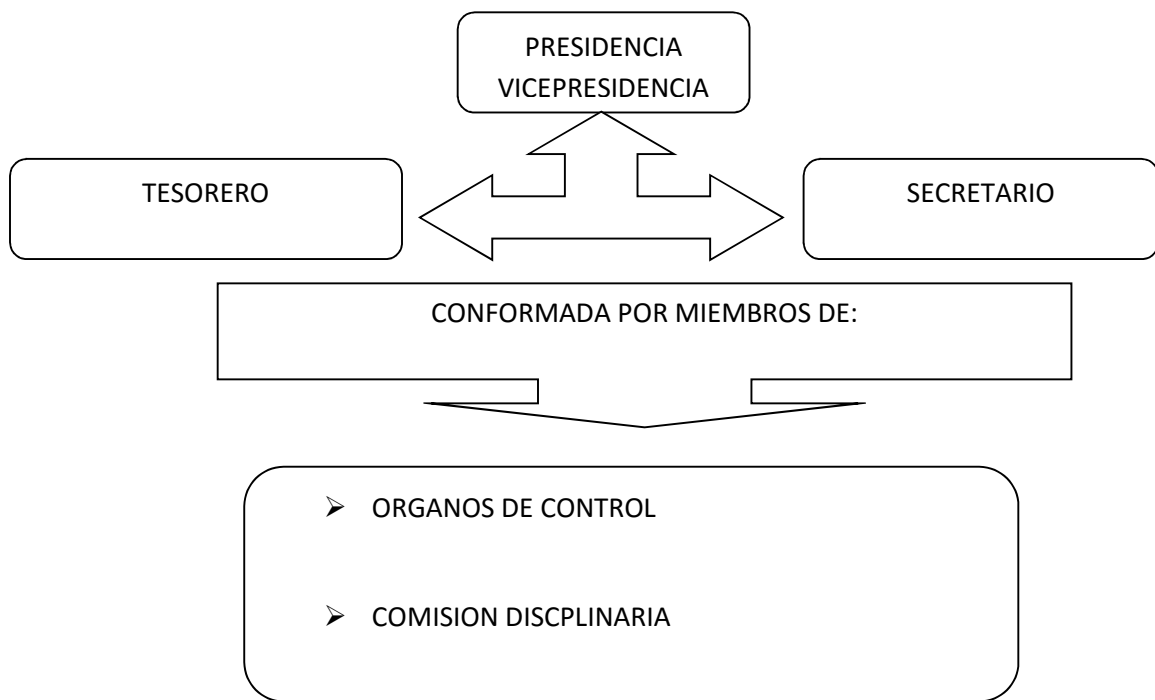


Figura Nº 1 Organigrama Organizacional

4 ANALISIS Y RESULTADO DE LA EMPRESA

4.1 ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESA

Actualmente el club deportivo no dispone de ninguna herramienta informática destinada a la gestión del mismo. Todas las operaciones (gestión de pagos, administración de categorías, planillas para nuevos registros, planificaciones de entrenamiento, etc.) se han de realizar en las instalaciones del club y quedan registradas en papel, en unos archivadores clasificados por meses y años. Esto resulta incómodo para el propietario y para el cliente, ya que, ha de desplazarse y en ocasiones esperar colas e incluso que estos mismos procesos sean demorados y en ocasiones estresantes.

El club tampoco posee de ninguna utilidad capaz de generar informes y estadísticas sobre estas operaciones, lo que supone no tener un control exacto de su gestión y, en consecuencia, no ofrecer un mejor servicio a los afiliados.

4.2 ANÁLISIS DE LA MISIÓN

Ser un club de excelencia deportiva que contribuya a la formación y al desarrollo humano desde la niñez, incentivando las habilidades, principios y valores a través del deporte, donde se potencie el sentido de disciplina y responsabilidad requeridas para la construcción de una nueva sociedad.

Lo descrito en el párrafo anterior hace referencia a la misión del club shark's, con lo cual en los inicios de esta empresa no se contaba reduciendo la posibilidad de crecimiento al no tener claro sus propósitos, pero con el transcurrir del tiempo fue creada haciendo con esto una empresa de nivel competitivo ya que representa en ella su identidad como club.

A algunas empresas no les interesa proyectar una misión porque no saben para dónde van, están totalmente desorientadas y desconocen la esencia de su negocio, razón por la cual se complica la ejecución de metas y planes porque no está definido su verdadero propósito. De ahí que el primer paso para hacer viable una gerencia estratégica es determinar la misión de la empresa.

Se puede determinar que para generar la misión de esta empresa se tuvieron en cuenta los lineamientos propuestos para su realización, partiendo de las respuestas dadas a unas preguntas predeterminadas mencionadas a continuación, siendo esta una misión de carácter influyente dentro de la sociedad.

✓ ¿Para qué existe la organización?

- ✓ ¿Cuál es su negocio?
- ✓ ¿Cuáles son sus objetivos?
- ✓ ¿Cuáles son sus clientes?
- ✓ ¿Cuáles son sus prioridades?
- ✓ ¿Cuáles son sus responsabilidades y derechos frente a sus colaboradores?
- ✓ ¿Cuál es su responsabilidad social?

4.3 ANÁLISIS DE LA VISIÓN

Que la comunidad en general, consideren el deporte como el camino hacia una calidad de vida, gestionar con empresas patrocinios, donaciones y convenios publicitarios a beneficio de nuestros socios deportistas. Proyectar a los talentos deportivos para que representen al Club, al Putumayo y a Colombia.

Para Jack Fleitman, en el mundo empresarial, la visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.

Según Arthur Thompson y A. J. Strickland, el simple hecho de establecer con claridad lo que está haciendo el día de hoy no dice nada del futuro de la compañía, ni incorpora el sentido de un cambio necesario y de una dirección a largo plazo. Hay un imperativo administrativo todavía mayor, el de considerar qué deberá hacer la compañía para satisfacer las necesidades de sus clientes el día de mañana y cómo deberá evolucionar la configuración de negocios para que pueda crecer y prosperar.

En síntesis, la visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las necesidades y expectativas cambiantes de los usuarios, de la aparición de nuevas condiciones del entorno, etc.

Por esta razón la visión del club es adecuada debido a su alta rigurosidad en las condiciones a tener en cuenta ya que el resultado de esta lleva a una clara observación de hacia dónde va esta empresa en el futuro de la misma dibujando una escena fácil de recordar y con lo que la empresa se puede comprometer.

4.4 POLÍTICAS DE LA EMPRESA

La falta de políticas de la empresa hizo que estas fueran creadas a lo cual introdujimos las que a continuación mencionaremos, claro está que se tuvo en

cuenta los conocimientos adquiridos durante el transcurso del seminario de gerencia estratégica.

- ✓ El cumplimiento de todos los requisitos legales y reglamentarios aplicables, así como los requisitos que el Club suscriba.
- ✓ La disposición de personas cualificadas para las funciones que desempeñan, garantizando la formación al personal del Club en los temas que puedan mejorar su servicio a los usuarios.
- ✓ Nuestro firme compromiso con los estudiantes y sus padres de satisfacer plenamente sus requerimientos y expectativas, para ello garantizamos impulsar una cultura deportiva basada en los principios de honestidad, liderazgo y desarrollo del recurso humano, solidaridad, compromiso de mejora y seguridad en nuestras jornadas.

4.5 ANALISIS MATRIZ DOFA CLUB DEPORTIVO SHARK'S

(Debilidades, Oportunidades, Fortalezas, Amenazas)

MATRIZ DOFA CLUB DEPORTIVO SHARK'S	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
	<ul style="list-style-type: none"> *La buena ubicación geográfica del club. *Excelente nivel del personal del club. *Cercanía y rápida accesibilidad sin necesidad de utilización de medios de transporte para las personas del lugar. *Club más reconocido a nivel local. *El aprovechamiento de las Tics para la publicidad y conocimiento del club. 	<ul style="list-style-type: none"> *Falta de medios económicos para la realización de todas las actividades internas del club. *Débil apoyo de empresas solventes. *Morosidad en la cuota mensual. *Falta de apoyo municipal. *Se carecen de escenarios deportivos para llevar a cabo con responsabilidad los horarios de entrenamiento.
OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<ul style="list-style-type: none"> *Compromiso de gran parte de la comunidad local con el deporte. *Posibilidad de realizar eventos con la ayuda de nuevos patrocinios. *Excelente potencial y gran cantidad de niños y adolescentes. *Gran número de habitantes en la zona con déficit de oportunidad de esparcimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> *Con el aprovechamiento de las Tics para la publicidad y conocimiento del club, tomar ventaja por el gran compromiso que tiene la comunidad con el deporte. *Por ser el club más reconocido a nivel local, aprovechar que el baloncesto es uno de los deportes con mayor convocatoria en la región. 	<ul style="list-style-type: none"> *Con la posibilidad de realizar eventos con la ayuda de nuevos patrocinios minimizar el apoyo débil que se tiene con empresas solventes. *Aprovechar el compromiso de la comunidad local con el deporte para buscar apoyo con el gobierno municipal. *Explorar nuevas políticas para el pago mensual de la cuota y así poder reducir esta, para

*El baloncesto es uno de los deportes con mayor convocatoria en la región.	*Con el excelente nivel del personal del club, lograr realizar eventos con la ayuda de nuevos patrocinios.	atraer aún más al gran número de habitantes con déficit en oportunidad de esparcimiento.
AMENAZAS (A) *Convocatorias a ligas infantiles de clubes más importantes de otras regiones. *Dos clubes similares que dentro del municipio están surgiendo. *A corto plazo, no se han programado eventos deportivos para que el club demuestre su potencial.	ESTRATEGIAS FA *Aprovechar que el club es el más reconocido a nivel local para lograr sobresalir sobre los dos clubes que están surgiendo. *Utilizar las Tics para la publicidad y conocimiento del club y así evadir las convocatorias a ligas infantiles de clubes con mayor prestigio de otras zonas.	ESTRATEGIAS DA *Buscar ayuda económica de empresas solventes y ayudas del gobierno municipal para así lograr un mayor desarrollo y evitar ser opacados por los dos clubes que están surgiendo. *Examinar a cerca de nuevos y mejores escenarios deportivos para así evitar que las grandes ligas atraigan a los niños y adolescentes de la región.

Tabla 1 Matriz DOFA Club Shark's

La elaboración del FODA se fundamenta en el análisis interno en el cual se identifican las fortalezas y debilidades de la empresa CLUB SHARKS. Entre las fortalezas identificadas están Fortaleza 5 El aprovechamiento de las Tics para la publicidad y conocimiento del club.

En el análisis externo, se fijan las oportunidades y amenazas que el contexto le ofrece al CLUB SHARKS, se visualiza la Oportunidad 3 Compromiso de gran parte de la comunidad local con el deporte y como Amenaza1 *Convocatorias a ligas infantiles de clubes más importantes de otras regiones.

Con estos elementos se plantea la primera estrategia FO "Con el aprovechamiento de las Tics para la publicidad y conocimiento del club, tomar ventaja por el gran compromiso que tiene la comunidad con el deporte", y junto a la fortaleza F5 se permite plantear la segunda estrategia FA. *Utilizar las Tics para la publicidad y conocimiento del club, fortalecerse y asistir a las convocatorias a ligas infantiles de clubes importantes de otras zonas.

Con la implementación de éstas estrategias el CLUB SHARKS puede alcanzar objetivos propuestos e ir avanzando en el mejoramiento y posicionamiento de la empresa en la localidad, el departamento y el país.

4.6 PROTOTIPO DEL SOFTWARE A IMPLEMENTAR EN EL CLUB DEPORTIVO SHARK'S

INGRESO A LA INTERFAZ



The image shows a login form for the 'SISTEMA DE INFORMACION CLUB SHARK'S'. The form is set against a dark background. At the top left is a logo featuring a shark's head inside a basketball, with the text 'CLUB SHARK'S' and 'BASQUETOL' around it. To the right of the logo, the title 'SISTEMA DE INFORMACION CLUB SHARK'S' is displayed in white, bold, uppercase letters. Below the logo and title, there are two input fields: 'Usuario *' with a yellow input box, and 'Contraseña *' with a grey input box. Underneath these fields are two links: 'Nuevo usuario' and 'Recordar login/contraseña'. A note in orange text states '* Campos obligatorios'. At the bottom right of the form is a blue button labeled 'Ingresar'.

Imagen N° 1 Ingreso a la Interfaz

FORMULARIO DE INSCRIPCION

SISTEMA DE INFORMACION CLUB SHARK'S

Informacion Ubicacion Administrar Seguridad

Inscripcion

Búsqueda Básica Agregar Actualizar Borrar Imprimir Ver datos Informacion deportiva

DATOS PERSONALES

Fecha Inscripcion* 14/04/2018 Fecha Salida Tipo Documento TARJETA DE IDENTIDAD
 Numero Documento 1232456321 Nombres JESSICA PAOLA Apellidos ESPAÑA LOPEZ
 Fecha Nacimiento* 10/04/2008 Genero FEMENINO Etnia CAFESALUD
 Celular 2147483647 Email jessica@sharkai.com

Imagen Nº 2 Formulario Inscripción

REPORTE PDF DE LOS DATOS DEPORTIVOS DEL ESTUDIANTE

SISTEMA DE INFORMACION CLUB SHARKS
INSCRIPCION

INFORMACIÓN DEPORTIVA

NO. DE INSCRIPCIÓN	1
FECHA DE INSCRIPCIÓN	2018-04-14
NO. DE DOCUMENTO	1232456321
NOMBRES	JESSICA PAOLA
APELLIDOS	ESPAÑA LOPEZ
FECHA DE NACIMIENTO	2008-04-10
GÉNERO	FEMENINO
CATEGORIA	ALEVINES
DESCRIPCION	6 A 8 AÑOS
NUMERO DE JUEGO	10
UNIFORME DE ENTRENO	No
UNIFORME DE PRESENTACION	
UNIFORME DE JUEGO	
CELULAR	2147483647

Imagen Nº 3 Reporte PDF Datos Deportivos del Estudiante

REPORTE PDF DE LOS DATOS PERSONALES DEL ESTUDIANTE Y LOS DATOS DE SUS PADRES

SISTEMA DE INFORMACIÓN CLUB SHARK'S
INSCRIPCIÓN

INFORMACIÓN DEL ESTUDIANTE

NO. DE INSCRIPCIÓN	3
FECHA DE INSCRIPCIÓN	2018-04-14
TIPO DE DOCUMENTO	TARJETA DE IDENTIDAD
NO. DE DOCUMENTO	1232456321
NOMBRES	ESPERICA PAOLA
APELLIDOS	ESPALZA LOPEZ
FECHA DE SACRAMENTO	2008-04-15
GENERO	FEMENINO
EPS	CAFE CALUI
MUNICIPIO	BOGOTÁ
BARRIO	ARREBOLES
DIRECCIÓN	CALLE 45 NO. 10.11
CELULAR	3147483047
EMAIL	esperica@clubshark.com
COLEGIO	CLUB SHARK'S
GRADO	SEXTO

INFORMACIÓN DEL PADRE

NO. DE DOCUMENTO	1123456789
NOMBRES	VALMIR JOSÉ
APELLIDOS	MADROÑERO ESPAZA
LUGAR DE TRABAJO	ALCALIA
PROFESIÓN	ABOGADO
TELEFONO FIJO	0
CELULAR	3147483047
EMAIL	valmir@clubshark.com

INFORMACIÓN DE LA MADRE

NO. DE DOCUMENTO	1123456789
NOMBRES	NEICY YOLANETH
APELLIDOS	LOPEZ LOPEZ
LUGAR DE TRABAJO	ALCALIA
PROFESIÓN	ABOGADO
TELEFONO FIJO	0
CELULAR	3147483047
EMAIL	neicy@clubshark.com

CLUB DE SALUDICISTO SHARK'S
Calle 11 No. 17 Ciudad Nueva Los Pájaros + COLOMBIA-0113611708
Bogotá-Panamá

Imagen Nº 4 Reporte PDF Datos Personales

FORMULARIO DE PAGOS

SISTEMA DE INFORMACIÓN CLUB SHARK'S

[Inicio](#)
[Inscripción](#)
[Clasificación](#)
[Administración](#)
[Seguridad](#)

[Inicio](#)
[Pagos](#)
[Clasificación](#)

Actualización - pagos 08/02/2018

Año: 2018

Identificación: 1232456321-ESPERICA PAOLA ESPAZA

Diario	80.000	Febrero	24.000	Marzo	0	Abril	0
Mayo	0	Junio	0	Julio	0	Agosto	0
Septiembre	0	Octubre	0	Noviembre	0	Diciembre	0

(1 de 2)

Imagen Nº 5 Formulario de Pagos

CONCLUSIONES

La gerencia estratégica es de gran importancia ya que permite a una organización a que establezcan metas, diseñe políticas, y acudan a recursos disponibles para llevarlos a cabo.

Sin importar lo beneficioso de la gerencia estratégica, varios efectos del comportamiento se pueden esperar para mejorar el bienestar de las organizaciones. La gerencia estratégica es necesaria para manejar la incertidumbre en la toma de decisiones.

La misión se refiere a lo que la empresa le repara en un futuro cercano, es decir, lo que tiene que hacer para poder alcanzar su visión, ya sea formulando estrategias junto con actividades bien planeadas y estructuradas para ser más eficiente y eficaz sus metas y/o objetivos organizacionales.

Se creó un software que cumple con la finalidad del fácil manejo de la información del Club Deportivo. También se ha conseguido el propósito de gestionar materiales y servicios del Club. De esta manera el usuario final cambiara su metodología de trabajo actual por una más cómoda y eficiente.

RECOMENDACIONES

Se recomienda al club que las políticas que se crearon en conjunto con el propietario del club sean implementadas ya que estas se realizaron en base a las pautas que nos brindó el seminario sobre gerencia estratégica.

Se recomienda igualmente que el software desarrollado durante este proceso sea utilizado en el club ya que este facilitara el manejo y acceso de toda la información que la organización disponga, obteniendo grandes ventajas en el control y generación de informes para cuando el usuario requiera de ellos.

Otra recomendación es aprovechar las condiciones que le favorecen actualmente e implementar estrategias expuestas en este trabajo, que le permitan fortalecer aún más como empresa y seguir manteniendo un crecimiento constante durante los próximos años.

BIBLIOGRAFIAS

Wikipedia, la enciclopedia libre “Planificación Estratégica”, Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Planificaci%C3%B3n_estrat%C3%A9gica, Consultado el 20 de mayo de 2016.

Ing. Julián Darío Giraldo Ocampo “Gerencia Estratégica” Disponible en: <https://juliangiraldo.wordpress.com/gerencia/gerenciaestrategica/>, Consultado el 28 de mayo de 2016.

Wikipedia, la enciclopedia libre “Software”, Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Software> , Consultado el 15 de junio 2016

Wikipedia, la enciclopedia libre “Sistema de información”, Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_informaci%C3%B3n , Consultado el 15 de junio 2016