

INFORME FINAL DE DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL

VIGGO GROUP S.A.S

2025

CONTENIDO

- a. RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA Y DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DE SUS CLIENTES ACTUALES.
- b. EVALUACIÓN DE ÁREAS FUNCIONALES
- c. CLIMA DE TRABAJO.
- d. LIDERAZGO
- e. Anexo

Business Model Canvas 2025

a) Reseña Histórica de la Empresa y descripción del perfil de sus clientes actuales:

Viggo Group Sas es una empresa colombiana, con sede principal en Cali. Ópera en fabricación de prendas de vestir deportivas sector textil. La empresa fue fundada en 29 de diciembre de 2014 por los hermanos Yadi Osorio Figueroa y Giovanni Osorio Figueroa. Actualmente emplea a 125 (2024) personas. El perfil de nuestros clientes son personas naturales como mujeres y hombres del común entre las edades de 18 -50 años. lo cual nos permite abarcar una diversidad de perspectiva y necesidades por lo cual le brindamos la oportunidad de emprender con nuestros productos de calidad y asequibles.

MISION

Nuestra misión es enriquecer el mercado con productos de alta calidad, servicio de calidad y el máximo soporte para los requisitos de nuestros socios.

VISION

Nuestra visión es ser una empresa líder en nuestro campo de actividad y expandirnos por todo el mercado nórdico. La confianza, la seguridad y la justicia son nuestros valores y estos valores representan la forma en que trabajamos con nuestros socios.

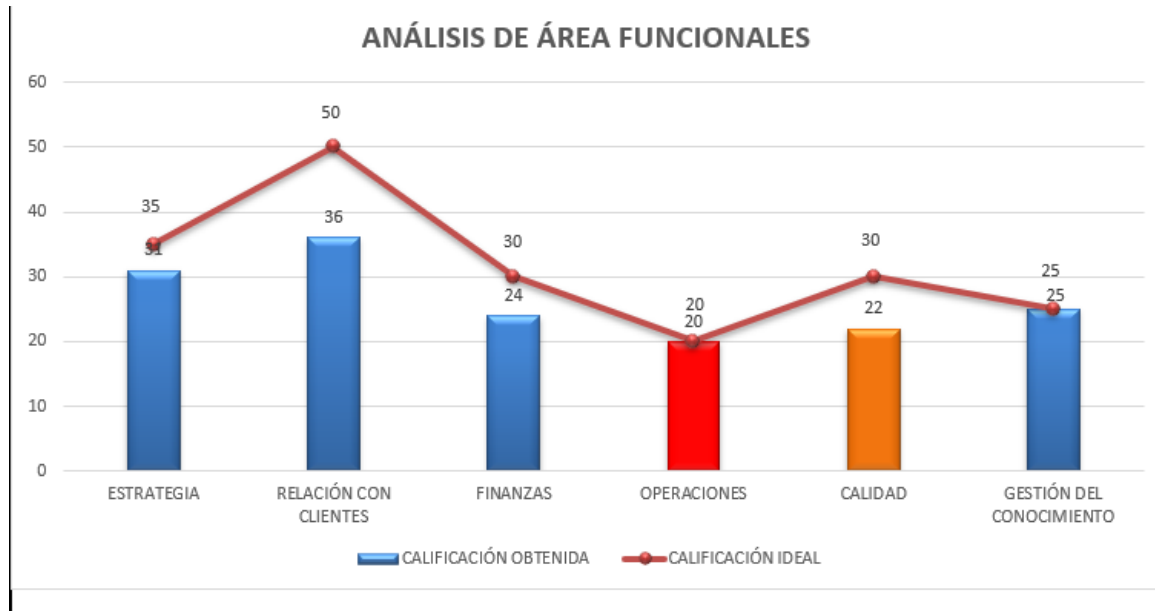
Como el nombre "VIGGO" representa, tenemos una auténtica "GUERRA" a la hora de buscar en el mercado un producto de alta calidad a un precio competitivo.

¡Nuestros socios siempre serán aquellos que comparten los mismos valores, principios y objetivos comerciales!

OBJETIVO

Consolidarnos en el mercado como los mejores en calidad, diseños, variedad y productos de alta calidad.

b) Evaluación de Áreas Funcionales:

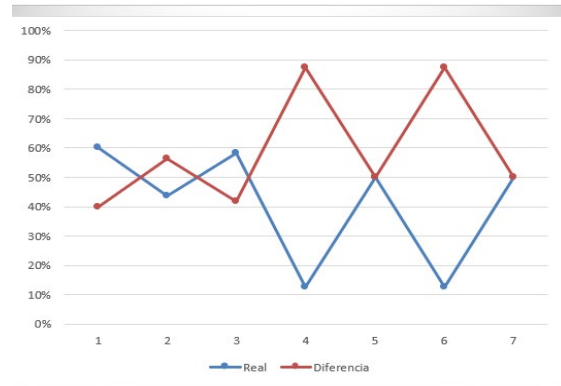
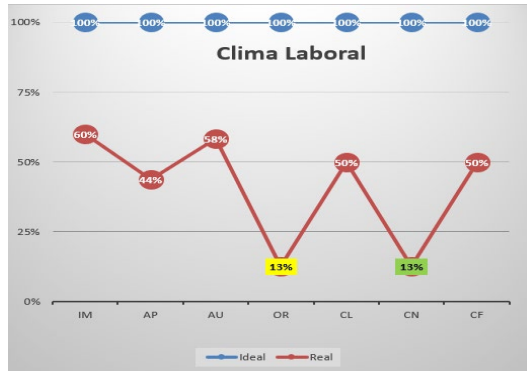


Qué encontramos:

Operaciones: Encontramos que la mala implementación que realiza Viggo con el sistema y auditoria, afecta gravemente la eficiencia los costos y la competitividad dentro de la empresa, lo cual lleva a la mala planificación y la desorganización en la que se encuentra el proceso operativo.

Calidad: Encontramos que los empleados de Viggo no están debidamente capacitados para seguir los procedimientos de calidad establecidos, cometen errores o no identifican los problemas a tiempos lo cual lleva que la empresa genere perdidas financieras y mala reputación de sus clientes en el mercado.

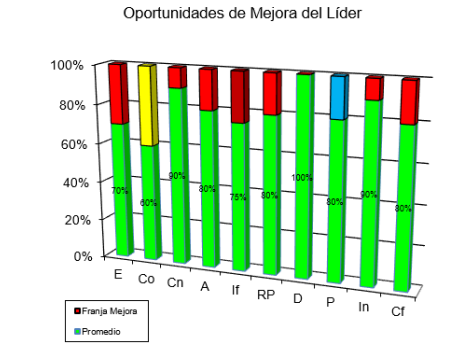
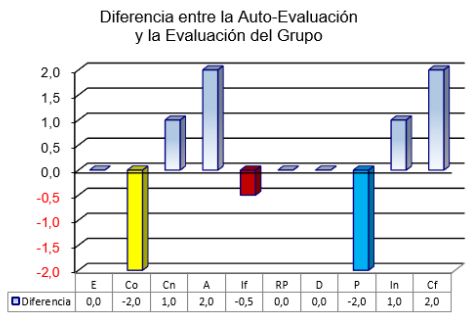
c) Clima de Trabajo:



Qué encontramos:

Categorías: Organización, Control y/o Comodidad: Encontramos que los trabajadores de Viggo Group S.A.S. suelen llegar tarde al trabajo por lo cual la gerente de la empresa constantemente los tiene vigilado para que el grupo haga su trabajo siguiendo las normas establecidas internamente y pueda haber un mejor control y/o comodidad a la hora de ejercer sus labores.

d) Liderazgo:



Qué encontramos:

Variables: Encontramos que la **Comunicación, Influencia, Prioridades** Mal definidas son los factores que desestabilizan a una empresa en este caso a Viggo Group. La comunicación clara y efectiva, una influencia positiva y la correcta definición de prioridades son esencial para garantizar que la empresa funciones de manera eficiente, motivada y alineada. Con estos aspectos se puede llevar una mejor productividad, un ambiente laboral saludable y mejores resultados en general.

Firma del empresario, la cual certifica que el Informe de Diagnóstico de su empresa le fue entregado y explicado por parte del Consultor al finalizar la etapa de Diagnóstico:

Fecha: 12 De abril del 2025

Firma del Consultor:

Ayda C. Micolta G.
Cecilia C. Garcia.

Heidy Luisa Blasos
Jto.

e) Modelo Canvas:

Modelo de Negocio CANVAS (LIENZO)				
Compañía: AR REPUESTOS SAS		Diseñado por: DIANA LORENA Y JESSICA PILLI/INEE		Fecha: ENERO/2024
<p>SEGMENTO DE CLIENTES</p> <p>Nuestro principal segmento de clientes son la siguiente población productiva, entre las edades de 15 -45 años de edad. Este grupo incluye tanto hombres como mujeres los cual nos permite abarcar una diversidad de perspectivas y necesidades. Además incluíamos a universitarios (personas que buscan comodidad y flexibilidad en sus desplazamientos, entre otros) y a personas de bajos recursos de la zona rural que aunque sea estudiantes o ejecutivos utilizan vehículos para realizar sus actividades cotidianas como ir al trabajo, hacer compras entre otros. Desafortunadamente, nos enfocamos en las principales ciudades del país como: Cali, Bogotá, Barranquilla, Cartagena, Cúcuta, Bucaramanga e Iquiqué tenemos de mínimo socioeconómico, lo apartamos a un rango medio-bajo, en el cual tenemos acceso a la tecnología y esta familiaridad con el uso de aplicaciones móviles para facilitar su vida diaria, este perfil responde diferencialmente a nuestro cliente de otro segmento (usuarios dependientes del transporte público o que no utiliza vehículos lo que ayuda a dignificar nuestros esfuerzos de marketing y ventas de nuestra empresa.</p>	<p>ACTIVIDADES O PROCESOS CLAVE</p> <p>Actividad Clave: Diseño e Innovación del producto o servicio, Fabricación y Producción De Bienes y Servicios, Envasado, proceso de comercialización, venta y captación de los clientes, Entrega de productos a los clientes a través de canales eficientes, Asesoramiento especializado para asegurar la forma de utilización y dudas del producto y la facturación eficiente y manejo de las finanzas</p>	<p>PROPUESTA DE VALOR</p> <p>Nuestros clientes son la esencia de nuestra empresa, nuestra propuesta de valor se basa en los siguientes pilares: calidad, experiencia personalizada, respaldo preventivo, conveniencia y usabilidad, valor justo, innovación y diseño. Nuestra propuesta de valor se centra en generar bienestar y satisfacción a través de una combinación de calidad, asesoría, respaldo y conveniencia. Queremos que nuestros clientes sientan que están haciendo una inversión valiosa en su bienestar y en la mejora de su calidad de vida.</p>	<p>RELACIÓN CON CLIENTES</p> <p>Buscamos satisfacer las necesidades de nuestros clientes, a través de los siguientes beneficios: Captación y adquisición de nuevos clientes, Retención y fidelización de los clientes existentes, Rentabilidad a largo plazo de nuestros clientes, Estimulación de las ventas mediante venta sugerida. Estas relaciones se contruyen a través de la asistencia personalizada y la asesoría continua, siempre buscando el valor agregado para cada uno de nuestros clientes. Estas acciones están diseñadas para crear un lazo de durabilidad y fortalecer la relación con cada cliente, asegurando que no solo cubrimos sus necesidades actuales, si no que también estamos preparados para acompañarlo en su crecimiento y desarrollo a largo tiempo.</p>	<p>ALIANZAS CLAVES</p> <p>Alianzas Estratégicas Clave: Para El Éxito Del Negocio y La Preparación De Valor. Proveedores clave, colaboradores, intermediarios, Gobierno y Competidores. Estas alianzas son fundamentales para acceder a recursos, reducir costos y riesgos, ampliar el alcance de mercado, al identificar los actores clave, establecer relaciones con proveedores, colaboradores, competidores y definir claramente las inversiones para cada alianza la empresa puede fortalecer sus operaciones y posicionarse mejor para el éxito a largo plazo.</p>
	<p>RECURSOS CLAVE</p> <p>Recursos: Locales Comerciales ubicados en: (Cali, Barranquilla, Bogotá Norte De Santander, Santander, Ipiales, Cartagena) Usamos esto como vitrina para promocionar nuestros productos Económicos: la empresa ha logrado excelentes márgenes de rentabilidad lo que permite a los socios estar satisfecho con los resultados. Recursos Humanos: se compone por el equipo de trabajo que es altamente capacitadas, y comprometidas con la empresa. Capacidad Financiera: los niveles de endeudamiento bajos y estabilidad en los costos, permite que la empresa mantenga una estructura financiera saludable.</p>		<p>CANALES</p> <p>Ventas: Atención telefónica, Redes sociales, Vitrina comercial, Comercio electrónico, Seguimiento a solicitudes y Ventas electrónicas, Seguir a clientes a través de WhatsApp, Atención telefónica. 1) Creación de contenido atractivo y persuasivo de nuestros productos y servicios con publicidad online como (el sitio electrónico, google ads, etc.) 2) Evaluación para que nuestro cliente tenga la propuesta de valor clara cuando comienza y personalizar en las redes sociales el diseño interactivo de los clientes, realizar entre otros. 3) Compra como personalizar que nuestros clientes siempre productos y servicios. 4) Realizar actividades promocionales de compra y regalo de este tipo, descuentos, bonificaciones, regalos para fortalecer la compra. 5) Entrega de productos nuestra propuesta de valor si el cliente realice un pedido rápido y eficiente de nuestros productos, implementación de métodos para ventas en la zona rural, subsidiar e interactuar. 6) Cheques de venta presentados a nuestros clientes el envío por entrega de productos garantizar devolución (también en la tienda) aseguramos estándares para asegurar la satisfacción del cliente y el éxito de su.</p>	
	<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>Costos Fijos: Locales Comerciales Pto. Alvarado - En Alquiler: 2.000.000 + Pto. Servicios 500.000 Salario: 1.422.500 Legal + Comisiones Para Vendedores 200.000 + Cargo Alto 2.000.000 + 3.300.000 Seguro Del Local: 1000.000 Alquiler De La Empresa: 1.000.000.000 Depreciación: 10.000.000.000 + 20.000.000.000 Variables De Costo: Entre Inventarios, Costo De distribución + Comisiones de ventas 100.250.000 Cop. Costos Directos: Materiales + Comisiones De Ventas 30.000.000.000 Costos Indirectos: 15.000.000 Economía De Escala: 130.87% Economía De Galeo o Ahorro: 35% Actividades: Mas Costos: Producción, Logística y Desarrollo De Tecnología Recurso Clave Mas Costo: Inventario Con un stock De Mas De</p>		<p>FUENTES DE INGRESOS</p> <p>El 100% de los ingresos recibidos en la empresa son por las ventas de mercancías. Estos ingresos se perciben a través de transacciones realizadas con tarjeta crédito, débito o planillo mas de pago (20% y el 80% en efectivo). Boleto que son las comisiones obtenidas por venta de prendas y accesorios entre el proveedor y cliente. Ayuda solo: venta directa de productos en este caso prendas y accesorios (Bingo) los ingresos dependen del tipo y la cantidad de productos vendidos.</p>	