

**PROGRAMA DE ASESORÍA, CAPACITACIÓN Y DESARROLLO
EMPRESARIAL PARA EL EMPRESARIO ASOCIADO A COOMULTRASAN
MULTIACTIVA**

MARIA ISABEL LINARES PERALES

ID: 70314

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE INGENIERÍAS Y ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
FLORIDABLANCA**

2010

**PROGRAMA DE ASESORÍA, CAPACITACIÓN Y DESARROLLO
EMPRESARIAL PARA EL EMPRESARIO ASOCIADO A COOMULTRASAN
MULTIACTIVA**

MARIA ISABEL LINARES PERALES

ID: 70314

INFORME FINAL PRÁCTICA EMPRESARIAL

SUPERVISORA

MARIA TERESA CASTAÑEDA GALVIS

INGENIERA INDUSTRIAL

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE INGENIERÍAS Y ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
FLORIDABLANCA**

2010

Nota de aceptación

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Floridablanca, Marzo 19 de 2010

DEDICATORIA

Doy infinitas gracias:

Al Señor de los Milagros porque se siempre he sentido su presencia en cada uno de los momentos de mi vida; convirtiéndose en mí amigo, amparo y fortaleza cuando más lo he necesitado.

A mi papá Ramón Linares por darme la oportunidad de realizar una carrera universitaria y porque siempre me ha demostrado ser un buen ejemplo a seguir.

A mi mamá Yolima Perales porque siempre he recibido su incondicional apoyo y comprensión durante toda mi vida.

A mi hijo Julian Camilo por ser esa personita que en los últimos semestres de la carrera fue mi fuerza y motivación para seguir adelante. Eres sin duda mi referencia para el presente y futuro.

AGRADECIMIENTOS

Mis sinceros agradecimientos a:

Al Ingeniero Miguel Ángel Delgado, Jefe de Gestión Humana de Coomultrasan Multiactiva por darme la oportunidad de desarrollar la practica empresarial en esta entidad.

A la Doctora Elida Mantilla, Directora del IDEF Coomultrasan Multiactiva, por haber puesto todos los medios y recursos para poder ejecutar esta práctica con mucho éxito.

Al Ingeniero Carlos Ospina, Supervisor del Programa de Asesoría de la Fundación Coomultrasan Multiactiva, por haber puesto a mi disposición todo su conocimiento profesional; viéndose reflejado en los buenos resultados obtenidos durante el Programa de Asesoría.

A la Ingeniera Maria Teresa Castañeda Galvis, Supervisora y Docente de la Universidad Pontificia Bolivariana, por todo el tiempo invertido en la dirección y en la corrección de las diferentes dudas e inquietudes generada durante la práctica.

A los 11 empresarios que hicieron parte del Programa de Asesoría, Capacitación y Desarrollo Empresarial, por abrirme las puertas en cada una de sus microempresas, por el tiempo otorgado para el desarrollo de las diferentes actividades durante este proceso y por su buena disposición a la hora de aceptar las sugerencias, implementaciones de formatos y recomendaciones.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	18
1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA	20
1.1 NOMBRE DE LA EMPRESA	20
1.2 ACTIVIDAD ECONÓMICA	20
1.3 NÚMERO DE EMPLEADOS	20
1.4 COBERTURA GEOGRÁFICA	20
1.5 TELÉFONO	20
1.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	21
1.7 PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	21
1.8 RESEÑA HISTÓRICA	23
1.9 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA ESPECÍFICA DE TRABAJO	24
1.10 NOMBRE Y CARGO DEL SUPERVISOR TÉCNICO (EMPRESA)	24
2. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA	25
3. ANTECEDENTES	28
4. JUSTIFICACIÓN	37
5. OBJETIVOS	39
5.1 Objetivo general	39
5.2 Objetivos específicos	39
6. MARCO TEÓRICO	40
7. ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE LA PRACTICA EMPRESARIAL	46
7.1 SELECCIÓN DE LAS MICROEMPRESAS	46
7.2 ETAPA DIANÓSTICA	50

7.3 ELABORACIÓN DE LA MATRIZ DOFA PARA CADA MICROEMPRESA	51
7.4. DISEÑO Y PLANTEAMIENTO DE DIVERSAS ESTRATEGIAS ENFOCADAS HACIA LAS NECESIDADES DETECTADAS EN CADA UNIDAD DE NEGOCIO	59
7.5 IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS EN CADA MICRO EMPRESA	69
7.6 SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LAS ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS EN CADA UNA DE LAS MICROEMPRESAS	102
7.7 FICHAS TÉCNICAS PARA CADA MICROEMPRESA	115
CONCLUSIONES	127
RECOMENDACIONES	128
BIBLIOGRAFÍA	129
ANEXOS	131

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Ficha técnica. Miscelánea del Químico	116
Tabla 2. Ficha técnica. Muebles y Estilo Fernando	117
Tabla 3. Ficha técnica. Muebles, Galería, Diseño y Decoraciones Amy	117
Tabla 4. Ficha técnica. Miguel Motos	118
Tabla 5. Ficha técnica. Diseños Betty	119
Tabla 6. Ficha técnica. Bag's Alve	120
Tabla 7. Ficha técnica. Confecciones Jauro	121
Tabla 8. Ficha técnica. Cafetería Luxemburgo	123
Tabla 9. Ficha técnica. Restaurante el Argentino	123
Tabla 10. Ficha técnica. Micromercado el Mompirry	124
Tabla 11. Ficha técnica. Marianita Hogar	125

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Esquema Matriz DOFA	43
Cuadro 2. Nomenclatura para el Diagrama de Flujo	45
Cuadro 3. Matriz DOFA: MISCELÁNEA DEL QUÍMICO	51
Cuadro 4. Matriz DOFA. MUEBLES Y ESTILOS FERNANDO	52
Cuadro 5. Matriz DOFA. MUEBLES, GALERÍA, DISEÑO Y DECORACIONES AMY	52
Cuadro 6. Matriz DOFA. MIGUEL MOTOS	53
Cuadro 7. Matriz DOFA. DISEÑOS BETTY	54
Cuadro 8. Matriz DOFA. BAG'S ALVE	55
Cuadro 9. Matriz DOFA. CONFECCIONES JAURO	55
Cuadro 10. Matriz DOFA. CAFETERÍA LUXEMBURGO	56
Cuadro 11. Matriz DOFA. RESTAURANTE EL ARGENTINO	57
Cuadro 12. Matriz DOFA. MICROMERCADO EL MOMPIRRY	57
Cuadro 13. Matriz DOFA. MARIANITA HOGAR	58
Cuadro 14. Plan de Acción: MISCELÁNEA DEL QUÍMICO	59
Cuadro 15. Plan de Acción: MUEBLES Y ESTILOS FERNANDO	60
Cuadro 16. Plan de Acción: MUEBLES, GALERÍA, DISEÑO Y DECORACIONES AMY	61
Cuadro 17. Plan de Acción: MIGUEL MOTOS	61
Cuadro 18. Plan de Acción: DISEÑOS BETTY	62
Cuadro 19. Plan de Acción: BAG'S ALVE	63
Cuadro 20. Plan de Acción: CONFECCIONES JAURO	65
Cuadro 21. Plan de Acción: CAFETERÍA LUXEMBURGO	66

Cuadro 22. Plan de Acción: RESTAURANTE EL ARGENTINO	67
Cuadro 23. Plan de Acción: MICROMERCADO EL MOMPIRRY	68
Cuadro 24. Plan de Acción: MARIANITA HOGAR	69
Cuadro 25. Nomenclatura Diagrama de Flujo	82

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Clasificación de las microempresas por sector económico (Programa de asesoría II semestre del año 2008).	29
Figura 2. Temas que evidenciaron mayor debilidad durante el proceso de asesoría ejecutado durante el II semestre del año 2008	29
Figura 3. Clasificación de las microempresas por sector económico (Programa de asesoría I semestre del año 2009)	31
Figura 4. Aspectos que evidenciaron mayor debilidad durante el proceso de asesoría I semestre del año 2009	32
Figura 5. Tiempo en que han visitado la mueblería los clientes	73
Figura 6. Relación calidad – precio	74
Figura 7. Servicio postventa	74
Figura 8. Organización de la mercancía	74
Figura 9. Calidad de la mercancía	74
Figura 10. Servicio orientado a satisfacer al cliente	74
Figura 11. Atención al cliente	75
Figura 12. Información telefónica	75
Figura 13. Asesoramiento técnico	75
Figura 14. Agilidad del servicio	75
Figura 15. Percepción del cliente por los muebles	76
Figura 16. Diagrama de flujo de proceso para la elaboración de bolsos	83
Figura 17. Tarjeta de presentación Microempresa BAG´S ALVE	85
Figura 18. Tarjeta de presentación Microempresa CONFECIONES JAURO	90
Figura 19. Tiempo en que han visitado la cafetería los clientes	91

Figura 20. Periodicidad de las visitas	92
Figura 21. Atención al cliente	92
Figura 22. Agilidad del servicio	92
Figura 23. Precio de los productos	93
Figura 24. Calidad de los productos	93
Figura 25. Música de fondo	94
Figura 26. Decoración del lugar	94
Figura 27. Ventilación	94
Figura 28. Iluminación	94
Figura 29. Espacio para la atención al público	94
Figura 30. Organización de sillas y mesas	94
Figura 31. Limpieza del establecimiento	95
Figura 32. Estado de las sillas y mesas	95
Figura 33. Servicios adicionales	95
Figura 34. Recomendaciones	96
Figura 35. Tarjeta de presentación Microempresa MARIANITA HOGAR	102

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Estructura Organizacional Coomultrasan Multiactiva	131
Anexo 2. Encuesta fase diagnóstica	132
Anexo 3. Modelo de contabilidad de caja	137
Anexo 4. Plantilla para el control de inventario. Miscelánea del Químico	138
Anexo 5. Panorama de factores de riesgo. Miscelánea del Químico	139
Anexo 6. Plantillas para el control de inventarios. Muebles, Galería, Diseño y Decoraciones AMY	140
Anexo 7. Encuesta servicio al cliente. Muebles, Galería, Diseño y Decoraciones AMY	142
Anexo 8. Folleto de técnicas de exhibición para ventas	143
Anexo 9. Plantilla para el control de inventario. Miguel Motos	145
Anexo 10. Formato de orden de servicio. Miguel Motos	146
Anexo 11. Formato de programación de la producción. Diseños Betty	147
Anexo 12. Factura de ventas. Diseños Betty	148
Anexo 13. Formato registro de ventas.	149
Anexo 14. Formato registro de clientes. Diseños Betty	150
Anexo 15. Folletos de legalización de las empresas	151
Anexo 16. Fichas técnicas para la elaboración de bolsos	153
Anexo 17. Formato Programación de la producción. Bag's Alve	156
Anexo 18. Plantilla para el control de inventario. Confecciones Jauro	157

Anexo 19. Encuesta servicio al cliente. Cafetería Luxemburgo	158
Anexo 20. Folleto ETAS	159
Anexo 21. Folleto prevención ETAS	161
Anexo 22. Formato registro de ventas. Restaurante el argentino	163
Anexo 23. Formato lista de verificación. Micromercado el Mompirry	164
Anexo 24. Portafolio de productos microempresa Marianita Hogar	165

GLOSARIO

ASESORÍA EMPRESARIAL: Es un acompañamiento que se le da al empresario a cargo de profesionales competentes en las áreas que conforman una organización como: Mercadeo, Finanzas, Producción, Recursos Humanos; Contabilidad, Administración, entre otros. Con el fin de fortalecer sus capacidades y habilidades para que puedan contar con las bases necesarias a la hora de enfrentarse a los retos permanentes del mercado en el que se encuentra su unidad de negocio.

MICROEMPRESA: Es aquella unidad de negocio que cuenta con un personal igual o inferior a 10 trabajadores y con activos totales inferiores a 501 salarios mínimos legales mensuales vigentes.

SEMINARIO: “Es una reunión especializada, de naturaleza técnica o académica, que intenta desarrollar un estudio profundo sobre una determinada materia”¹.

AREAS FUNCIONALES: Son los diferentes departamentos que conforman una organización, por medio de los cuales se alcanzan lo objetivos y metas propuestas.

¹ Tomado de: <http://definicion.de/seminario/>. Febrero 24 de 2010

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: PROGRAMA DE ASESORÍA, CAPACITACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL PARA EL EMPRESARIO ASOCIADO A COOMULTRASAN MULTIACTIVA.

AUTOR(ES): MARIA ISABEL LINARES PERALES

FACULTAD: FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL

DIRECTOR(A): MARIA TERESA CASTAÑEDA GALVIS

RESUMEN

El presente informe final de la práctica empresarial, constituye la ejecución total del Programa de Asesoría, Capacitación y Desarrollo Empresarial brindado por la Fundación Coomultrasan Multiactiva a 11 empresarios asociados a la Cooperativa Multiactiva de los Trabajadores de Santander (Coomultrasan). El objetivo fundamental de este informe final es dar a conocer el proceso de asesoría que se llevo a cabo en cada microempresa; el cual se realizó teniendo en cuenta la siguiente metodología: Aplicación de una encuesta diagnóstica; Elaboración de una Matriz DOFA; Diseño y planteamiento de un plan estratégico; Implementación de la estrategias formuladas; Seguimiento y control de la estrategias en cada microempresa asesorada. Es importante mencionar que el desarrollo de este programa de asesoría tuvo una gran aceptación y satisfacción por parte de la mayoría de los empresarios, viéndose reflejado en los resultados positivos obtenidos para cada una de sus microempresas, como por ejemplo: Organización administrativa; Crecimiento del mercado; Mejoramiento en el servicio al cliente; Control en el área productiva; Control de los pedidos realizados por los clientes; Adquisición de información relacionada con legalización empresarial; Control de Cartera; Fortalecimiento de la principales fortalezas y reducción de la debilidades encontradas en cada uno de los negocios.

PALABRAS CLAVES: Asesoría, matriz DOFA, microempresa, estrategia.

OVERVIEW OF WORK DEGREE

TITLE: PROGRAM OF COUNSELING, TRAINING AND BUSINESS DEVELOPMENT FOR THE ASSOCIATED EMPLOYER TO COOMULTRASAN MULTIACTIVA

AUTHOR: MARIA ISABEL LINARES PERALES

FACULTY: INDUSTRIAL ENGINEERING FACULTY

DIRECTOR: MARIA TERESA GALVIS CASTAÑEDA

ABSTRACT

This final report of the business practice is the total execution of the counseling program, training and business development given for coomultrasan multiactiva foundation to 11 employers associated to multiactive cooperative of Santander workers (coomultrasan). The main objective of this final report is to show the process of counseling process that was carried out in each company: which was performed taking into account the following methodology; application of a diagnostic survey; elaboration of a swot matrix; design and planning of a strategic plan; implementation of formulated strategies; motoring and control of the strategies in each advised company. Is important to mention that the development of this program was highly accepted by the most of the employers. Playing reflected in the positive results obtain for each company, for example; administrative organization; improved customer service; control in the productive area; control in orders made by customers; acquisition of information related to business legalization; portfolio control; strengthening of the main strengths and reduction of weakness in each company.

KEY WORDS: counseling, swot matrix, company, strategy

INTRODUCCIÓN

El informe final de la practica empresarial hace referencia a la realización total del Programa de Asesoría, Capacitación y Desarrollo Empresarial ejecutado durante el 01 de Julio hasta el 31 de Diciembre del año 2009 en la Cooperativa Multiactiva de los Trabajadores de Santander (COOMULTRASAN), más específicamente en la Fundación de esta cooperativa.

Es importante mencionar que Coomultrasan con esta clase de programas quiere reforzar las capacidades y habilidades empresariales de cada uno de los empresarios asesorados, para que a su vez este beneficio se vea reflejado en el desarrollo económico de la región.

Según la Asociación Colombiana de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, ACOPI, “Las MIPYME (Micro, Pequeña y Mediana Empresa) en el panorama empresarial colombiano, representan el 96.4% de los establecimientos, aproximadamente el 63% del empleo; el 45% de la producción manufacturera, el 40% de los salarios y el 37% del valor agregado. Son más de 650.000 empresarios cotizando en el sistema de seguridad social”². Es por esto que algunas organizaciones (como por ejemplo Coomultrasan) han involucrado dentro de su portafolio de servicios esta clase de acompañamientos empresariales a cargo de profesionales capacitados en todo el funcionamiento y áreas de una organización.

Por medio del Programa de Asesoría desarrollado durante este periodo se quiere lograr que la estudiante contribuya con sus conocimientos teóricos adquiridos durante su carrera de Ingeniería Industrial en el acompañamiento empresarial personalizado a 11 unidades de negocio ubicadas en Bucaramanga y su área metropolitana; buscando detectar aquellas debilidades que estén afectando directamente el buen funcionamiento de las microempresas y de esta manera diseñar una serie de estrategias encaminadas a eliminar dichas debilidades.

Para dar cumplimiento a este proceso se llevara a cabo la siguiente metodología:
Selección de las microempresas que harán parte del programa de asesoría;
Aplicación de una encuesta diagnóstica para reconocer la situación actual de los

² Businesscol.com [en línea]. Pagina Web. Citado el 03 de Septiembre de 2009. Disponible en Internet < <http://www.businesscol.com/empresarial/pymes/>>

negocios; Elaboración de una Matriz DOFA teniendo en cuenta la información recolectada por medio de la encuesta diagnóstica; Diseño y planteamiento de un plan de acción encaminado a eliminar las debilidades detectadas; Implementación de las estrategias formuladas en cada negocio; Seguimiento y control a corto plazo para reconocer la aplicabilidad y aceptación de los planes de acción implementados.

1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

1.1 NOMBRE DE LA EMPRESA

Cooperativa Multiactiva de los Trabajadores de Santander (COOMULTRASAN MULTIACTIVA).

1.2 ACTIVIDAD ECONÓMICA

Coomultrasan es una Cooperativa Multiactiva de carácter solidario, que tiene como propósito satisfacer las necesidades y expectativas de sus asociados a través de la comercialización de productos para el hogar y la construcción, la prestación de servicios de salud, educación, recreación y crédito que mejoren su calidad de vida.

1.3 NÚMERO DE EMPLEADOS

En la actualidad Coomultrasan cuenta con 611 empleados.

1.4 COBERTURA GEOGRÁFICA

Coomultrasan Multiactiva tiene su Sede Administrativa ubicada en la calle 56 No 23 – 04 Piso 2 de la ciudad de Bucaramanga.

Sus puntos de atención al cliente se encuentran en Santander (en los municipios de: Bucaramanga, Floridablanca, Girón, Piedecuesta, Lebrija, Sabana de Torres, San Alberto, San Vicente de Chucurí, Cimitarra, Barrancabermeja, Aguachica, Ocaña, Málaga, San Gil, Socorro, Vélez, Barbosa y Puente Nacional), sur del Cesar y Norte de Santander.

1.5 TELÉFONO

Sede Administrativa: 6434204 ext. 1110
IDEF (área de trabajo): 6578565

1.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL (Anexo 1. Estructura Organizacional Coomultrasan Multiactiva)

1.7 PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

El portafolio de servicios ofrecido por Coomultrasan Multiactiva está contenido en una serie de programas que se describen a continuación.

- *Programa de Hogar*

Hogar Coomultrasan ha consolidado una importante estructura comercial conformada por 24 almacenes con productos para el hogar (electrométricos, muebles, motos, maquinas de gimnasia y computadores).

- *Programa de Materiales para Construcción*

Tiene como propósito ofrecer a los asociados y público en general la más completa variedad de productos de alta calidad, para la remodelación de oficina, local, vivienda nueva ó usada, construcción de obras civiles, edificios y urbanizaciones.

- *Programa de Crediaportes*

Coomultrasan Multiactiva por medio de Crediaportes, ofrece a sus asociados la mejor alternativa en crédito por libranza, consumo y microcrédito; dando la oportunidad de obtener apoyo financiero fácil, rápido y a una tasa de interés competitiva.

- *Programa IPS*

Es el programa de Coomultrasan que encierra todas las actividades que tienen que ver con la prestación de servicios de salud, amparados dentro del marco de la ley 100 de 1993 y con más de 15 años de experiencia.

La razón de ser de la IPS, es el usuario, quien es toda persona afiliada a SaludCoop y/o Cafesalud. Todas las acciones deben estar encaminadas a lograr su atención oportuna y el cumplimiento de sus expectativas de servicio.

- *Programa Salud complementaria*

Esta nueva área de Coomultrasan Multiactiva, ofrece los servicios de Salud que no son cubiertos por el Plan Obligatorio de Salud; dentro de los cuales se encuentran: Odontología Especializada; Ecografías básica y de alta complejidad; Laboratorio Clínico; Rayos X; Consulta de Medicina General; Consulta de Medicina Espacializada y Exámenes de Ingreso Laboral

- *Programa de Educación*

Coomultrasan Multiactiva, desarrolla sus programas de capacitación a través del Instituto de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano (IDEF), acreditado por Dansocial, con licencia de funcionamiento No 3564 del 27 de mayo de 1994.

El IDEF es una entidad de capacitación, reconocida por su contribución al desarrollo humano y técnico de los asociados a Coomultrasan y de personas independientes o vinculadas a empresas públicas y privadas de la región.

La educación no formal otorgada por el IDEF está comprendida por las áreas administrativa, humana, financiera y de economía solidaria. Así como también, ofrece diplomados, cursos, seminarios, programas técnicos y conferencias en todas las áreas del conocimiento para empresas, personas naturales y asociados a Coomultrasan Multiactiva.

- *Fundación Coomultrasan Multiactiva*

La Fundación Coomultrasan Multiactiva está fundamentada en la promoción del ser humano, mediante la ayuda, la equidad y la solidaridad; fortaleciendo procesos de desarrollo económico y social, encaminados a mejorar la calidad de vida de los asociados de Coomultrasan Multiactiva y la comunidad en general.

Los programas que ofrece la Fundación orientados al desarrollo humano sostenible son: Escuelas de formación deportiva y social para hijos de asociados (de 8 a 14 años); Atención integral al adulto mayor; Asesoría, capacitación y desarrollo empresarial y apoyo al menor trabajador en situaciones de riesgo.

1.8 RESEÑA HISTÓRICA

Nace el 23 de Noviembre de 1.962 en Asamblea General de Constitución La Cooperativa de Ahorro y Crédito "UTRASAN" LTDA., conformada por 33 asociados quienes en conjunto reunieron \$350=, cifra que se convirtió en el pilar de grandes logros. El reconocimiento oficial se da el 23 de Abril de 1.963 cuando el ministerio de trabajo expide la resolución 00778 reconociendo su personería jurídica.

Su actividad inicial estaba dirigida solo al ahorro y crédito; sin embargo la inquietud de estas personas, era ofrecer un servicio integral a los asociados, lo cual permitió fundar otras cooperativas como: Cooperativa de Servicios Asistenciales, Cooperativa de Confecciones, Cooperativa de la Salud, Cooperativa de Educación, Cooperativa del Hogar y Cooperativa de Materiales.

Con el fin de integrar todas las Cooperativas en una sola, en el año de 1.979 en Asamblea Extraordinaria se adoptó una nueva razón social con el nombre de "COOMULTRASAN" Cooperativa Multiactiva de los Trabajadores de Santander.

Esta Cooperativa empieza a ampliar sus programas y a extenderse geográficamente abarcando la mayoría de los municipios de Santander.

Como consecuencia de la ley 454 de 1.998 Coomultrasan vio la necesidad de realizar algunos ajustes administrativos; ya que de acuerdo a esta ley se obligan a especializar las cooperativas Integrales y Multiactivas que tuvieran sección de Ahorro y Crédito separando esta ultima y de acuerdo al monto de aportes, convertirla en una Cooperativa financiera. Por esta razón el 31 de Julio del año 2000 se realiza un proceso de escisión que culmina con la asamblea general donde se conforman dos empresas, con sus propios órganos de administración y control. Estas empresas son:

La COOPERATIVA FINANCIERA de los trabajadores de Santander, conocida como FINANCIERA COOMULTRASAN, que tiene como objeto fundamental la actividad financiera y está conformada por el Programa de Ahorro y Crédito. Y LA COOPERATIVA MULTIACTIVA DE LOS TRABAJADORES DE SANTANDER "COOMULTRASAN", cuyo objeto social está dirigido a la prestación de servicios en múltiples áreas, como la comercialización de electrodomésticos, materiales para la construcción, educación, entre otros.

1.9 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA ESPECÍFICA DE TRABAJO

Coomultrasan Multiactiva es una organización que tiene como propósito ofrecer a sus asociados y público en general productos y servicios que mejoren su calidad de vida, satisfaciendo sus necesidades y expectativas. Es por esto que esta organización vio la necesidad de crear una Fundación en donde el asociado y comunidad de interés puede acceder a una serie de programas fundamentados en la promoción del ser humano.

La FUNDACIÓN COOMULTRASAN MULTIACTIVA ha estado ofreciendo sus servicios desde el año 2006 y ha hecho parte del programa IDEF, bajo la dirección de la Doctora Elida Mantilla Rodríguez.

Dentro del portafolio de programas que ofrece la Fundación, se encuentra el programa de Asesoría, Capacitación y Desarrollo Empresarial (la practica hace parte específicamente de este programa), el cual está orientado al fortalecimiento de procesos de desarrollo económico y social de todo aquel asociado a la cooperativa que cuente con algún tipo de microempresa o negocio propio.

Coomultrasan con este tipo de programas quiere retribuirle la lealtad del empresario asociado por medio del acompañamiento y asesorías empresariales, a cargo de dos profesionales; en donde su objetivo es fortalecer las capacidades y habilidades de los empresarios de la región, mediante el acompañamiento empresarial en las diferentes áreas funcionales de la organización.

1.10 NOMBRE Y CARGO DEL SUPERVISOR TÉCNICO (EMPRESA)

Nombre: Doctora Elida Mantilla Rodríguez.

Cargo: Directora Instituto de Educación No Formal (IDEF).

Nombre: Ingeniero Carlos Ospina

Cargo: Supervisor del Programa de Asesoría y Desarrollo Empresarial.

2. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

Coomultrasan Multiactiva es una cooperativa que tiene como propósito mejorar la calidad de vida de sus asociados y comunidad de interés; es por esto que su razón de ser está basada en el desarrollo integral del talento humano, la innovación tecnológica y la responsabilidad social.

Para alcanzar dicho objetivo, Coomultrasan vio la necesidad de crear una serie de programas y una Fundación en donde sus asociados y público de interés puedan encontrar los recursos necesarios que satisfagan sus expectativas y logren una mejor calidad de vida.

A pesar de que todos los programas brindados por Coomultrasan están encaminados al desarrollo humano, es por medio de la Fundación Coomultrasan Multiactiva, y el programa IDEF, en donde los asociados pueden obtener fortalecimiento de los procesos de desarrollo económico, educativo y social.

Una de los apoyos más significativos que está ofreciendo esta Cooperativa por medio del programa IDEF y la Fundación, es la oportunidad que se le está dando al empresario vinculado a Coomultrasan y ubicado en Bucaramanga y su área metropolitana, de obtener una serie de capacitaciones y acompañamientos empresariales, que permitan mayor competitividad y productividad de sus unidades de negocio; logrando así fortalecer la economía de la región.

“El programa IDEF es una institución auxiliar del cooperativismo, reconocida como Instituto de Educación No Formal. Tiene como propósito contribuir al desarrollo humano y técnico de asociados a Coomultrasan y de sus grupos vinculados a empresas públicas y privadas de la región, a través de procesos educativos de alta calidad, enmarcados en los valores y principios que orienten la filosofía cooperativa”³.

Algunas de las áreas de capacitación ofrecidas por el IDEF encaminadas al fortalecimiento de procesos empresariales son: Administración Moderna; Planeación estratégica; Contabilidad básica y avanzada; Aspectos tributarios; Gestión de calidad; gestión gerencial; Análisis de oportunidades de negocio; Administración del personal basado en competencias; Empresarismo;

³ Instituto de Educación No Formal “IDEF”. Licencia de funcionamiento 3564 de la secretaria de educación.

Administración; Mercadeo; Finanzas; Diseño de proyectos productivos; Trabajo en equipo; Sentido de pertenencia hacia la organización; entre otros.

A su vez, la Fundación Coomultrasan Multiactiva ofrece una serie de programas enfocados a mejorar la calidad de vida de los asociados de Coomultrasan y la comunidad en general. Este fin está siendo alcanzado por medio de los objetivos planteados por la Fundación, los cuales son: Apoyar y capacitar en procesos empresariales aquel asociado que cuente con alguna unidad de negocio; Ejecutar acciones humanitarias y preventivas de orden social; Fortalecer la familia y prevenir problemáticas sociales; Apoyar iniciativas que estimulen la cultura del deporte, recreación y medio ambiente; Contribuir a la promoción de las organizaciones del sector solidario.

Uno de los programas más significativos para el progreso económico de la región brindado por la Fundación, es el Programa de Asesoría, Capacitación y Desarrollo Empresarial. El cual se ha venido desarrollando desde el II semestre de 2008 hasta la fecha actual. Durante este periodo se ha contado con 45 microempresas (sus propietarios son empresarios asociados a Coomultrasan) para el acompañamiento empresarial, de las cuales 11 microempresas hicieron parte de este proceso durante la práctica empresarial.

En el transcurso del II semestre del año 2008 se asesoraron las primeras 5 microempresas con el acompañamiento de los profesionales Edgar Rodríguez Afanador, Administrador de empresas y Orlando Guzmán Lozano, Economista. Estas unidades de negocio fueron: Arte Galería Manolo Torres; Muebles Guarín; Bambú Diseños; Muebles Winder y Calzado Charly.

Para el I semestre del año 2009 se asesoraron un total de 20 microempresas a cargo de las estudiantes de Ingeniería Industrial en calidad de práctica empresarial, Claudia Yamile Molina Díaz y Maritza Fernanda Reyes Ortiz, de la Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Bucaramanga. Las microempresas fueron: Panadería JJ; Productos de maíz Amy; Sarita 3000; Calzado Charly; Panadería Barrio Alfonso López; Confecciones del Norte; Miscelánea Nancy; Sala de internet Me Conecto; Work Paper 2; Muebles Winder; Urban People; Internet Las Marías; Panadería Sara Jose; Restaurante El Tribi; Comercializadora de calzado; Micromercado la 96; Muebles Guarín; Calzado Bambu; Grupo R&O; y Avisos El pintor.

Y en el II semestre del año 2009 se logró brindar las asesorías a 22 microempresas, a cargo de las estudiantes en calidad de practica empresarial, María Isabel Linares Perales (autora de este informe) y Mónica Lucia Flantrmsky, de la Universidad Pontificia Bolivariana. Las unidades de negocio fueron: Galería AMY, Miguel Motos, panadería Arley, calzado Dayary, Diseños Betty, Bag's Alve, Confecciones Jauro, Miscelánea del Químico, Asadero el Retorno, Electromoto, Ebanistería Martin Velazco, Mimados Baby, Micromercado la gran cosecha, Centro copiado Creative Aventure, Colegio Sagrado Corazon del niño jesus, Restaurante el Argentino, Restaurante Mary, Marianita Hogar, Muebles y estilos Fernando Blanco, Micromercado el Mompirry, Cafetería Luxembrugo, Cupos Universitarios.

A pesar de que la implementación del programa de Asesoría, Capacitación y Desarrollo empresarial ha sido en un corto tiempo los resultados obtenidos en las microempresas que recibieron la asesoría han demostrado que gracias a este apoyo empresarial los empresarios encontraron los recursos y estrategias necesarias para eliminar aquellas debilidades que estaban afectando directamente el crecimiento y rentabilidad de su unidad de negocio.

Este programa es ofrecido por la Fundación sin ninguna retribución económica, lo que busca esta Organización es que el empresario asociado a Coomultrasan cuente con los conocimientos y técnicas necesarias para enfrentar los retos y cambios que presenta tanto el entorno como el mercado al cual pertenece; logrando así; sostenibilidad, crecimiento y mayor rentabilidad de sus microempresas.

3. ANTECEDENTES

El programa de Asesoría, Capacitación y Desarrollo empresarial otorgado por la Fundación Coomultrasan Multiactiva ha brindado apoyo al microempresario asociado desde el segundo semestre del año 2008 dividido en dos fases, las cuales son:

✓ Durante el segundo semestre del año 2008 y bajo la dirección de los profesionales, Edgar Rodríguez Afanador, Administrador de empresas y Orlando Guzmán Lozano, Economista, se dio inicio a la primera fase del Programa de Asesoría. En esta etapa se realizaron asesorías empresariales para cinco microempresas; las cuales fueron: Arte Galería Manolo Torres; Muebles Guarín; Bambú Diseños; Muebles Winder y Calzado Charly.

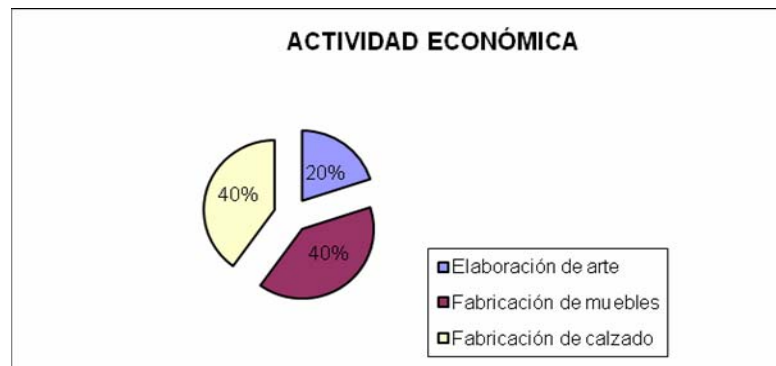
La asesoría en este primer ciclo tuvo una duración de 5 meses y la metodología que se llevo a cabo fue la siguiente:

- Se realizaron una serie de visitas en cada microempresa para obtener un diagnóstico de la situación actual de las mismas, esta información se recopiló en una tabla llamada Ficha diagnóstico empresarial. En esta primera etapa se elaboró la matriz DOFA para cada una de ellas, con el fin de reconocer principalmente las debilidades de cada negocio, y diseñar posteriormente las estrategias adecuadas que suplan dichas necesidades, teniendo en cuenta sus fortalezas y las oportunidades que ofrece el entorno.
- Se elaboró el plan de mejoramiento para cada microempresa, donde se establecieron las necesidades de formación y asesoría para cada una de ellas.
- Se implementó el plan de asesoría y acompañamiento en cada unidad de negocio.
- Y finalmente se diseñó un formato de Gestión con el fin de evidenciar los resultados obtenidos tras la implementación de la asesoría en cada microempresa.

Una vez descrita la metodología que se desarrolló para esta primera fase del programa de asesoría, se mostraran mediante un diagrama de tortas la

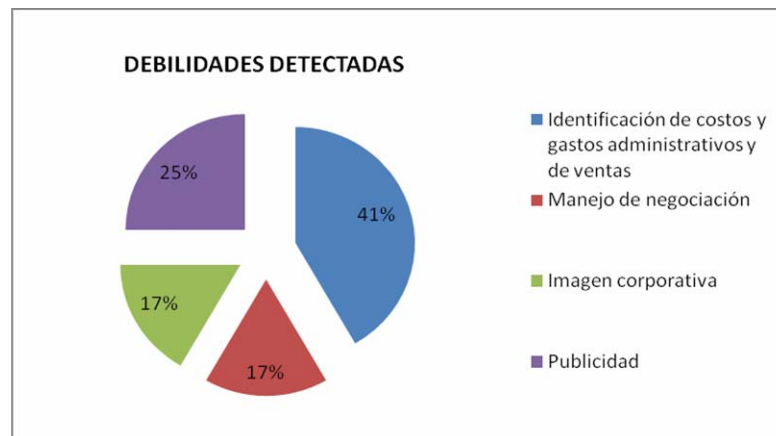
clasificación de las microempresas por actividad económica y las debilidades de mayor relevancia detectadas durante este proceso. Esto con el fin de evidenciar, por un lado, que sectores de la economía están siendo atractivos para el microempresario, y por el otro, cuales son las debilidades manifestadas en la mayoría de las unidades de negocio para este periodo.

Figura 1. Clasificación de las microempresas por sector económico (Programa de asesoría II semestre del año 2008).



Fuente: Autor del trabajo

Figura 2. Temas que evidenciaron mayor debilidad durante el proceso de asesoría ejecutado durante el II semestre del año 2008



Fuente: Autor del trabajo

- La segunda fase del Programa de Asesoría, Capacitación y Desarrollo Empresarial estuvo a cargo de las estudiantes de Ingeniería Industrial en calidad de práctica empresarial, Claudia Yamile Molina Díaz y Maritza Fernanda Reyes Ortiz, de la Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Bucaramanga. Para esta etapa del programa se conto con el acompañamiento del Ingeniero Industrial Carlos Ospina.

El desarrollo de este Programa de Asesoría se realizo desde el 01 de Diciembre de 2008 hasta el 31 de Mayo de 2009, con una muestra de 20 microempresas, las cuales fueron: Panadería JJ; Productos de maíz Army; Sarita 3000; Calzado Charly; Panadería Barrio Alfonso López; Confecciones del Norte; Miscelánea Nancy; Sala de internet Me Conecto; Work Paper 2; Muebles Winder; Urban People; Internet Las Marías; Panadería Sara Jose; Restaurante El Tribi; Comercializadora de calzado; Micromercado la 96; Muebles Guarín; Calzado Bambu; Grupo R&O; y Avisos El pintor. Estas unidades de negocios fueron seleccionadas de la base de datos del Programa Crediaportes, asociados clientes del Programa Hogar y Materiales con ocupación independientes y beneficiarios de las Fundaciones FUNMACAF, FITEC, Uniminuto y confecciones del norte.

Las actividades que se desarrollaron para esta segunda etapa del Programa de Asesoría fueron:

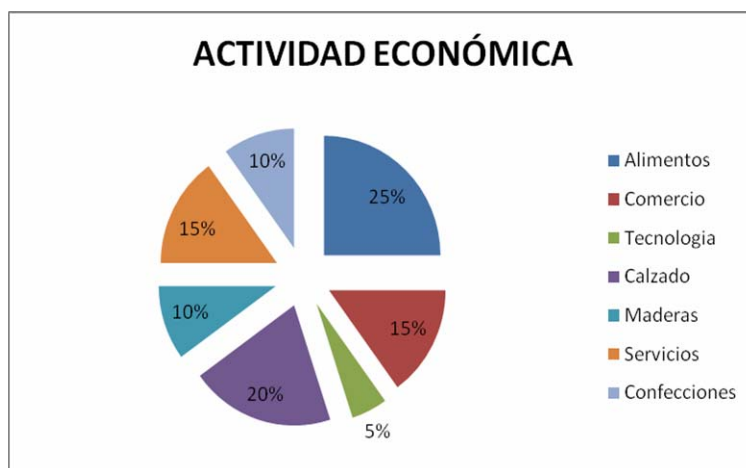
- Convocatoria de los asociados que contaban con unidades de negocios de la Cooperativa.
- Realización de visitas a los microempresarios seleccionados para conocer el estado actual de los negocios.
- Elaboración de un diagnostico de las áreas funcionales en cada una de las microempresas.
- Diseño de una serie de estrategias para cada una de las unidades de negocio, por medio de un enfoque técnico y financiero.
- Implementación de las estrategias para cada negocio.
- Seguimiento de las estrategias aplicadas en cada una de las microempresas.

- Y finalmente se formularon y se organizaron seminarios gratuitos para los microempresarios asociados. Los temas correspondientes a los seminarios fueron: Creación y Constitución de Empresas; Contabilidad Básica; Aspectos Tributarios y Contables; Nuevas Tendencias del Mercado; Análisis de Estados Financieros; y Recursos de Crédito en el Mercado.

Estos seminarios se programaron para el transcurso del año 2009, en donde los tres primeros se realizaron en el primer semestre y los tres últimos se empezaron a ejecutar en el segundo semestre del presente año.

A continuación se darán a conocer los resultados de mayor relevancia obtenidos tras la implementación de este proceso de asesoría para el I semestre del año 2009.

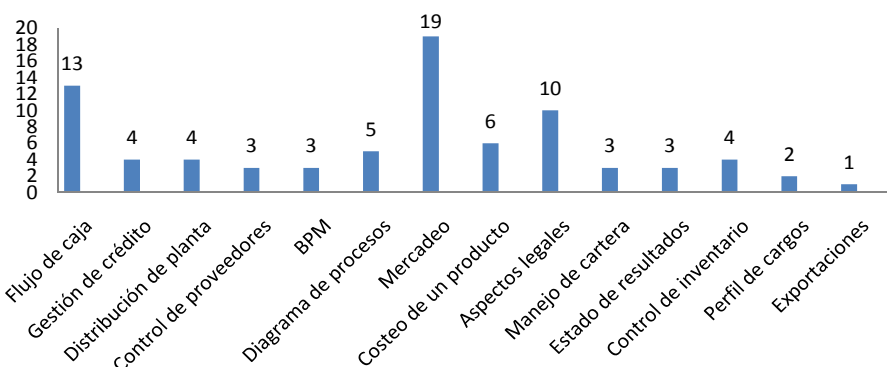
- *Figura 3. Clasificación de las microempresas por sector económico (Programa de asesoría I semestre del año 2009)*



Fuente: Autor del trabajo

Se puede observar que los sectores que presentan mayor concentración de las microempresas seleccionadas son alimentos con un 25% y Calzado con un 20%.

- *Figura 4. Aspectos que evidenciaron mayor debilidad durante el proceso de asesoría I semestre del año 2009*



Fuente: Programa Desarrollo Empresarial I semestre 2009

- *Mercado*

“Las microempresas asesoradas abarcan el mercado local y algunas de ellas se han expandido a nivel nacional, clasificándose así: catorce (14) con clientes locales y seis (6) con clientes en otras ciudades”⁴.

- *Empresas legalmente constituidas*

“De las unidades de negocio que participaron en el programa se evidencia que el 45% no están legalmente constituidas para el correcto desarrollo de sus actividades, dado que 9 de ellas no están registradas ante la Cámara de Comercio”⁵.

Para finalizar la descripción del Programa de asesoría del I semestre del año 2009 se dará a conocer los datos presentados por las encargadas de este proceso en el reporte de evaluación final. Los cuales son:

- De la muestra analizada se encontró que hubo satisfacción por el servicio prestado, se comprendió las orientaciones dadas por las asesoras y las herramientas administrativas que acompañaron a cada uno de los procesos de asesoría (formatos, guías, Excel, etc.).

⁴ Información obtenida del Programa asesoría empresarial I semestre de 2009.

⁵ *Ibíd.*

- Al grupo de empresarios les gusto el seguimiento y recordatorio que se le daba por teléfono, de tal manera que no se limitó a la visita personal, sino también a las llamadas que se realizaban.
- Cuando se realizó el seguimiento se encontró que un 80% de los empresarios habían implementado las herramientas y las sugerencias propuestas. El 20% restante no habían implementado las estrategias por circunstancias como: se les había olvidado; no contaban con el personal o con los recursos para la implementación.

Desde un punto de vista más global, se conoce que en el contexto Regional y Nacional existen varias entidades que ofrecen asesorías empresariales para los empresarios del país, entre las cuales se encuentran:

➤ CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA

La Cámara de Comercio de Bucaramanga es una institución privada y autónoma sin ánimo de lucro. Esta entidad ofrece un programa de Apoyo al Desarrollo Empresarial, por medio del cual brinda los siguientes servicios a la comunidad en general:

- Programa de perfeccionamiento para empresarios: “el cual está encargado de planear capacitaciones, seminarios y eventos durante el transcurso del año, diseñados para satisfacer las necesidades de actualización y formación integral de los empresarios”⁶.
- Apoyo y participación en ferias: “realizan convocatorias a los diferentes sectores de la económica para motivar la participación en los diversos eventos feriales. Los cuales se convierten en nuevas oportunidades comerciales”⁷.
- Zeiky: “es el Centro Empresarial de Negocios Internacionales donde se puede encontrar información y asesoría en Comercio Exterior, por medio de la alianza estratégica de la Cámara de Comercio de Bucaramanga y Proexport Colombia, con el objetivo de crear cultura exportadora”⁸.

⁶ MOLINA, Claudia Yamile. Asesoría Empresarial en las diferentes áreas funcionales a diez unidades de negocio pertenecientes a jóvenes y grupos comunitarios que se encuentren asociados a Coomultiras Multiactiva. Floridablanca, 2009. Presentada en la Universidad Pontificia Bolivariana para la obtención del grado de Ingeniera Industrial.

⁷ Ibíd

⁸ Ibíd

➤ CAFAM (Caja de Compensación Familiar)

“Cafam es una corporación autónoma de derecho privado, sin ánimo de lucro, cuyo objeto es la promoción de la solidaridad social entre patronos y trabajadores”⁹.

Dentro de su portafolio de servicios esta el programa de Educación, en donde se encuentra el Departamento de Desarrollo Empresarial CAFAM; el cual tiene como propósito la “formación en competencias para el trabajo socialmente productivo y la formación en competencias gerenciales para el desarrollo del empresario colombiano, integrados ambos, en el propósito de generación y fortalecimiento de mejores personas, mejores trabajadores y mejores empresarios para llegar a mejores empresas, generadoras de empleo y bienestar, con productos y procesos confiables y competitivos en los mercados nacionales e internacionales”¹⁰.

Por medio del Departamento de Desarrollo Empresarial, CAFAM ofrece un programa de Actualización y Asesoría Empresarial, con el fin de generar un apoyo significativo y pedagógico para el empresario colombiano. Este programa consiste en un acompañamiento empresarial que parte de un Diagnostico Integrado de Gestión Empresarial (DIGE) para identificar fortalezas, necesidades y dificultades en las áreas de Producción, Tecnología, Comercial, Finanzas, Gestión de Calidad, Gestión Gerencial y del Talento Humano, Emprendimiento e Ingles Empresarial.

➤ CAMARA DE COMERCIO DE PALMIRA

“La Cámara de Comercio de Palmira es una entidad privada sin ánimo de lucro integrada por los empresarios de Palmira, Pradera, Florida y Candelaria, a quienes se les brinda a través de los registros públicos seguridad jurídica y respaldo legal de sus actividades mercantiles”¹¹. Esta entidad contribuye al fortalecimiento del sector empresarial y a promover el

⁹ 2001, CAFAM [en línea]. Pagina web [citado el 07 de Septiembre de 2009]. Disponible en Internet: <http://www.cafam.com/index.asp?cat_id=15,Bienvenido+a+Cafam&catePadre=15>

¹⁰ 2001, CAFAM [en línea]. Página web [citado el 07 de Septiembre de 2009]. Disponible en Internet: <http://www.cafam.com/index.asp?cat_id=5,Educaci%F3n&catePadre=5>

¹¹ Cámara de comercio de Palmira. Página web [citado el 08 de Septiembre de 2009]. Disponible en Internet <<http://www.ccpalmira.org.co/quienes-somos>>

desarrollo económico, ambiental, cultural y social para hacer de la región un lugar competitivo y mejorar la calidad de vida”¹².

Uno de los programas que brinda la Cámara de Comercio orientado a promover la competitividad y productividad de las MIPYME es el programa de Consultoría y Asesoría Empresarial; cuyo propósito es contribuir a la identificación de oportunidades de mejora y/o solución de problemáticas puntuales, por medio del acompañamiento de profesionales idóneos en las diferentes áreas del desarrollo empresarial.

➤ FUNDACIÓN CORONA

La Fundación Corona hace parte de la Organización Corona, la cual se dedica principalmente a la manufactura y comercialización de productos cerámicos.

“La Fundación Corona representa el compromiso social de una familia y una organización empresarial y cumple con él, actuando como su conciencia social. Entiende su labor como la de apoyar programas y proyectos innovadores y de impacto, que contribuyan al fomento de la equidad y a la reducción de la pobreza en Colombia, a través del desarrollo institucional en las áreas de salud, educación, desarrollo empresarial y gestión local y comunitaria. Para ello apoya y financia iniciativas que, ejecutadas por entidades privadas o públicas (por ejemplo ONG, universidades, fundaciones, corporaciones, organizaciones ciudadanas, centros de investigación, etc.), contribuyan a fortalecer la capacidad institucional del país en estos cuatro sectores sociales estratégicos”¹³.

Una de las áreas que integran los servicios que ofrece la Fundación es el área de Desarrollo Empresarial en el cual se encuentra el Programa de Apoyo a Microempresarios. Su objetivo es crear y fortalecer empresas sostenibles y desarrollar el espíritu empresarial entre los microempresarios.

“El programa ofrece formación y acompañamiento a profesionales y no profesionales en la ciudad de Bogotá, facilitándoles las herramientas necesarias

¹² Ibid.

¹³ Fundación Corona 2008. [en línea]. Pagina Web. Citado el 08 de Septiembre de 2009. Disponible en Internet <http://www.fundacioncorona.org.co/espanol/quienessomos/origen_valores.htm>

para hacer una eficiente gestión empresarial y elaborar tanto el plan de negocios para la empresa como su proyecto de inversión”¹⁴.

“En una primera fase, en el Taller de Creación de Empresas, los emprendedores reciben formación en iniciativa empresarial, plan de vida, mercadeo, producción, administración y finanzas. Luego de la etapa de formación, el emprendedor podrá contratar los servicios de acompañamiento para la puesta en marcha de su idea de negocio, en donde recibe asistencia personalizada, orientación al crédito, para las empresas que lo soliciten y le es asignado un mentor para fortalecer la empresa por un período de seis meses”¹⁵.

“Con la ayuda del programa se han formado todo tipo de empresarios y empresas: artesanos, marroquineros, productores de alimentos, confeccionistas y prestadores de servicios de software y sistemas, de consultoría y muchos otros”¹⁶.

¹⁴ Fundación Corona 2008. [en línea]. Pagina Web. Citado el 08 de Septiembre de 2009. Disponible en Internet <http://www.fundacioncorona.org.co/espanol/desarrollo/proyecto_2_asesoria.htm>

¹⁵ ibíd.

¹⁶ ibíd.

4. JUSTIFICACIÓN

Desde el punto de vista profesional, esta clase de programas de asesoría y capacitación empresarial son los adecuados para que el estudiante de Ingeniería Industrial en calidad de practica empresarial pueda brindar todos sus conocimientos obtenidos durante el desarrollo de su carrera a un determinado grupo de empresarios.

Este tipo de trabajos requieren de un aporte profesional basado en la Ingeniería Industrial ya que la mayoría de los empresarios que hacen parte de este programa han logrado mantenerse en el mercado gracias a un conocimiento adquirido empíricamente; sin embargo a lo largo de esta trayectoria se han tenido que enfrentar algunos retos que por no contar con el soporte teórico son los que ocasionan las debilidades detectadas en sus microempresas y son los causantes de sus problemas empresariales, generalmente de rentabilidad y crecimiento.

Otra razón que fundamenta la ejecución de la practica empresarial es que Coomultrasan Multiactiva por medio de la Fundación, quiere seguir brindándole la oportunidad al empresario asociado a Coomultrasan que cuente con alguna unidad de negocio un Programa de Asesoría, Capacitación y Desarrollo Empresarial por motivos como:

- “Las MIPYME (Micro, Pequeña y Mediana Empresa) en el panorama empresarial colombiano, representan el 96.4% de los establecimientos, aproximadamente el 63% del empleo; el 45% de la producción manufacturera, el 40% de los salarios y el 37% del valor agregado. Son más de 650.000 empresarios cotizando en el sistema de seguridad social”¹⁷. Por estas razones es necesario apoyar a los microempresarios por medio de programas de asesoría empresarial, para que estos, con las herramientas necesarias sigan contribuyendo al desarrollo económico del país.
- Detectar por medio de las asesorías las oportunidades de mejora y/o solución de problemáticas puntuales encontradas en las microempresas, con el fin de lograr mayor crecimiento y rentabilidad de las mismas.

¹⁷ Businesscol. [en línea]. Pagina Web. Citado el 03 de Septiembre de 2009. Disponible en Internet: <<http://www.businesscol.com/empresarial/pymes/>>

- Por medio del acompañamiento empresarial las microempresas pueden obtener beneficios como: identificación de nuevas oportunidades de negocio; una sólida planeación y gestión estratégica; incrementar sus ventas; mejorar la productividad y competitividad; desarrollar productos o servicios de mayor calidad; aumentar su rentabilidad; entre otros.
- Ofrecer un acompañamiento personalizado para que el empresario cuente con un apoyo profesional permanente y pueda saber aprovechar las oportunidades que ofrece el entorno.
- Se busca fortalecer las capacidades de los empresarios de la región, mediante el acompañamiento empresarial, con el fin de brindar las bases necesarias para que los empresarios se enfrenten a los cambios permanentes del mercado sin ningún temor.
- Lograr que el empresario por medio del acompañamiento empresarial alcance sus metas de crecimiento, logren su sostenibilidad y obtengan mayores ingresos, que permitan generar desarrollo en el ámbito local y nacional.

5. OBJETIVOS

5.1 Objetivo general

Brindar asesoría empresarial en las diferentes áreas funcionales de la organización para mínimo 10 empresarios asociados a Coomultrasan que cuenten con algún tipo de microempresa. Implementando mecanismos que contribuyan al fortalecimiento de las competencias gerenciales y organizacionales de cada uno de ellos. Reflejando los resultados de este acompañamiento en el progreso y el desarrollo económico de la región.

5.2 Objetivos específicos

5.2.1 Desarrollar una primera fase, llamada fase diagnóstica; en donde se identifica el estado actual de la microempresa, por medio de la matriz DOFA.

5.2.2 Diseñar un plan de mejoramiento empresarial teniendo en cuenta lo detectado en la matriz DOFA, en donde se especifiquen las estrategias que se implementaran en las áreas funcionales que evidenciaron las debilidades y amenazas con mayor impacto negativo, las cuales están influenciando el buen funcionamiento de la unidad de negocio.

5.2.3 Implementar las estrategias formuladas y aceptadas por los empresarios en cada una de las microempresas por medio de un acompañamiento personalizado.

5.2.4 Realizar el seguimiento al plan de mejoramiento implementado en cada microempresa.

5.2.5 Evaluar el cumplimiento, la satisfacción y el impacto generado en cada unidad de negocio tras la implantación de las acciones y recomendaciones propuestas durante el proceso de asesoría.

5.2.6 Diseñar las fichas técnicas para cada microempresa evidenciando los aspectos fundamentales obtenidos durante el proceso de asesoría.

6. MARCO TEÓRICO

Para la ejecución del Programa de Asesoría Empresarial es importante dar a conocer los temas de mayor relevancia utilizados durante el desarrollo de la práctica; entre los cuales se encuentra

➤ PERSONA ASOCIADA A COOMULTRASAN:

Es aquella persona que tiene un vínculo directo con Coomultrasan, lo cual la hace acreedor de diferentes beneficios.

Una persona se convierte en asociado a Coomultrasan cuando: Realiza aportes sociales a esta cooperativa, obteniendo 5, 6 o 7 veces el valor del aporte; Obtiene un crédito para la compra ya sea de artículos ofrecidos por el Programa Hogar, o materiales para la construcción brindados por el Programa Materiales; O cuando adquiere un préstamo a través de Programa Crediaportes.

El asociado a Coomultrasan goza de los beneficios brindados por la Cooperativa; entre los cuales se encuentra el ofrecido por la Fundación para aquellos empresarios asociados que cuentan con microempresa propia, este beneficio hace referencia al Programa de Asesoría, Capacitación y Desarrollo Empresarial.

➤ MIPYME (Micro, Pequeña y Mediana Empresa)

En Colombia, según la Ley para el Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Ley 590, las MIPYMES se clasifican así:

- *Microempresa*: Personal no superior a 10 trabajadores. Activos totales inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- *Pequeña Empresa*: Personal entre 11 y 50 trabajadores. Activos totales mayores a 501 y menores a 5.001 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

- *Mediana*: Personal entre 51 y 200 trabajadores. Activos totales entre 5.001 y 15.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes”¹⁸.

De acuerdo al censo General 2005 realizado por el DANE a las unidades económicas, se muestra que del total de empresas censadas 1'393.712 la microempresa representa el 96% con 1'338.220, seguida por la pequeña y mediana empresa que en conjunto representan el 3,84% y que corresponden a 53.647 empresas¹⁹.

El sector de la MIPYME ha sido uno de los sectores más contribuyentes para la economía del país desde hace varios años, reflejando su aporte significativo en la generación de empleo y desarrollo tanto sectorial como regional.

Este hecho es soportado por la Encuesta Anual Manufacturera, la cual dice que “las MIPYME en el contexto nacional representan el 96.4% de los establecimientos, aproximadamente el 63% del empleo; el 45% de la producción manufacturera, el 40% de los salarios y el 37% del valor agregado. Son más de 650.000 empresarios cotizando en el sistema de seguridad social”²⁰.

Gracias a que las MIPYME; en especial las microempresas se han convertido en una alternativa de empleo, en el país se han diseñado políticas para el mejoramiento de su productividad y posicionamiento en los mercados. “El Consejo Nacional de Política Económica y Social CONPES, formuló el primer plan de desarrollo de la microempresa 1984-1988, como un esfuerzo para coordinar las iniciativas públicas y privadas y ampliar la cobertura y calidad de los programas de apoyo al desarrollo de la microempresa y así sucesivamente se formularon planes hasta el periodo 1994-1998 para el apoyo y promoción de las microempresas”²¹.

¹⁸ Acopi. [en línea]. Pagina Web. Citado el 03 de Septiembre de 2009. Disponible en Internet: <<http://www.businesscol.com/empresarial/pymes/>>

¹⁹ GIRALDO, Beatriz, “Observatorio Colombiano de las Microempresas”. [en línea]. Pagina Web. Citado el 03 de Septiembre de 2009. Disponible en Internet <<http://www.microempresas.com.co/portal/observatorio/ESTADISTICASMICROEMPRESA-Revisfinal.pdf>>

²⁰ Ibíd.

²¹ DELGADO WIESNER, Cecilia, “Caracterización de la microempresa de punta”. [en línea]. Página Web. Citado el 03 de Septiembre de 2009. Disponible en Internet <[www.microempresas.com.co/.../Resumenejecutivo\(microempresadepunta\).doc](http://www.microempresas.com.co/.../Resumenejecutivo(microempresadepunta).doc)>

➤ PROGRAMA ASESORÍA EMPRESARIAL

Es un acompañamiento que se le da al empresario a cargo de profesionales competentes en las áreas que conforman una organización como: Mercadeo, Finanzas, Producción, Recursos Humanos; Contabilidad, Administración, entre otros. Con el fin de fortalecer sus capacidades y habilidades para que puedan contar con las bases necesarias a la hora de enfrentarse a los retos permanentes del mercado en el que se encuentra su unidad de negocio.

El programa de asesoría busca promover la competitividad y productividad de las empresas por medio de la identificación de oportunidades de mejora y/o solución de problemáticas puntuales; así como también aumentar su rentabilidad para que este hecho se vea reflejado en el desarrollo del sector en donde esta se encuentra.

➤ MATRIZ DOFA

Es una herramienta de diagnóstico y planeación estratégica que sirve para determinar el panorama general de la empresa teniendo en cuenta el entorno en el cual se encuentra.

Sus siglas en español corresponden a Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas. Y lo que se quiere con el análisis de la matriz DOFA es minimizar las amenazas del medio, el fortalecimiento de las debilidades, el potenciamiento de las fortalezas internas y el real aprovechamiento de las oportunidades

Esta herramienta es muy utilizada en el ámbito empresarial para determinar el desempeño de la organización ante una situación crítica específica que esté afectando su rendimiento.

El esquema utilizado para el desarrollo de la matriz DOFA es el siguiente:

Cuadro 1. Esquema Matriz DOFA

MATRIZ DOFA	
Factores Internos	
Fortalezas (F)	Debilidades (D)
Factores externos	
Oportunidades (O)	Amenazas (A)

Fuente: Autor del trabajo

➤ **CONTABILIDAD**

“La contabilidad es la ciencia que proporciona información de hechos económicos, financieros y sociales suscitados en una empresa; con el apoyo de técnicas para registrar, clasificar y resumir de manera significativa y en términos de dinero, “transacciones y eventos”, de forma continua, ordenada y sistemática, de tal manera que se obtenga información oportuna y veraz, sobre la marcha y desenvolvimiento de la empresa u organización con relación a sus metas y objetivos trazados, con el objeto de conocer el movimiento de las riquezas y sus resultados”²²

➤ **INVENTARIOS**

Los inventarios son los activos almacenados o en stock con los que cuenta una empresa, los cuales tiene como objetivo fundamental proveer a la organización de materiales en un momento determinado para su efectivo desarrollo. Sin embargo

²² THOMPSON, Janeth Mónica, “Concepto de contabilidad”. [en línea]. Pagina Web. Citado el 03 de Marzo de 2010. Disponible en Internet <<http://www.promonegocios.net/contabilidad/concepto-contabilidad.html>>

la inadecuada administración de los inventarios podría generar consecuencias desfavorables para la empresa.

“El control efectivo de los inventarios consiste en el equilibrio entre los que se tiene en inventario y las necesidades de producción y ventas. Si se presentan faltantes para la producción, ésta se interrumpe. Si se tiene faltante en el inventario de producto terminado, no se puede cumplir con los pedidos de los clientes. Por lo tanto, en control de inventarios involucra la planeación de la producción, las compras y el pronóstico de ventas”²³.

➤ PANORAMA DE FACTORES DE RIESGO

El panorama de factores de riesgo es una herramienta de diagnóstico de las condiciones laborales de los empleados; en este se identifican, se ubican y se valoran los diferentes factores de riesgo existentes en una empresa. Gracias a esta herramienta se logra el control, disminución o eliminación de los factores de riesgo allí encontrados; así como también este diagnóstico sirve para determinar cuáles son las acciones prioritarias a implementar en el ambiente de trabajo y en las personas.

➤ CONTROL DE CARTERA

La cartera en una organización es el componente principal de flujo de efectivo, por medio de la cual se puede identificar quienes son los deudores, la cantidad de dinero, y la fecha de vencimiento de los posibles pagos.

Aunque la cartera representa el componente más líquido del activo corriente, el exceso de ésta genera lo que se denomina "fondos ociosos", los cuales tienen un alto costo de oportunidad y financiación.

“Algunos clientes (especialmente los principales) concentran altos porcentajes de la cartera de la empresa. Lo importante es determinar dos cosas: a) grado de vulnerabilidad o dependencia de mercado concentrado en pocos clientes b) los

²³ OLAVARRIETA, Jorge. Conceptos generales de productividad. En: Nociones de control de producción, costos, suministros e inventarios. Universidad Iberoamericana, 1999. Pág. 41





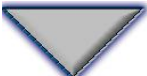
niveles en que dichos clientes mantienen sus obligaciones. No se debe olvidar que financiar cartera tiene un alto costo de oportunidad”²⁴.

➤ DIAGRAMA DE FLUJO

“El diagrama de flujo de proceso es una representación gráfica de la secuencia de todas las operaciones, los transportes, las inspecciones, las esperas y los almacenamientos que ocurren durante un proceso. Incluye, además, la información que se considera deseable para el análisis, por ejemplo el tiempo necesario y la distancia recorrida”²⁵.

La nomenclatura utilizada para elaborar el diagrama de flujo de proceso es la siguiente:

Cuadro 2. Nomenclatura para el Diagrama de Flujo²⁶

Actividad	Símbolo	Significado
Operación		Se produce o se realiza algo.
Transporte		Se cambia de lugar o se mueve un objeto.
Inspección		Se verifica la calidad o la cantidad del producto.
Demora		Se interfiere o se retrasa el paso siguiente.
Almacenaje		Se guarda o se protege el producto o los materiales.

²⁴ BEDOYA, Jaime, “Mandamientos de la Cartera”. [en línea]. Pagina Web. Citado el 03 de Marzo de 2010. Disponible en Internet <http://www.degerencia.com/articulo/10_mandamientos_de_la_cartera>

²⁵ Disponible: <http://148.202.148.5/cursos/id209/mzaragoza/unidad2/unidad2tres.htm>. Septiembre de 2009

²⁶ Ibíd

7. ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE LA PRACTICA EMPRESARIAL

A continuación se darán a conocer cada una de las actividades que se llevaron a cabo durante la práctica empresarial.

7.1 SELECCIÓN DE LAS MICROEMPRESAS

Para la selección de las microempresas que hicieron parte del Programa de Asesoría se llevaron a cabo los siguientes pasos:

➤ *Recopilación de información de aquellas persona asociadas a Coomultrasan.*

Como primera etapa se realizó la recopilación de la información de aquellos asociados a Coomultrasan. Este proceso se desarrolló por medio del Programa Xenco (este es un programa interno de la empresa, en donde se puede encontrar información personal como: Nombre completo, dirección, teléfono, entre otros, de aquellas personas que son asociados a Coomultrasan). Utilizando las bases de datos del Programa Hogar y el Programa Crediportes (Programas internos de la Cooperativa).

Este proceso se realizó de esta manera puesto que en las bases de datos de los Programas Hogar y Crediportes solamente aparecía la cédula de los asociados, y gracias al programa Xenco se logró capturar información relevante para la selección de los empresarios. Se recopiló información de 250 asociados a los cuales se les realizó el telemercadeo.

➤ *Realización del telemercadeo*

Se realizó el telemercadeo a los 250 asociados, con el fin de reconocer cuáles de ellos harían parte del Programa de Asesoría.

Para este proceso se establecieron las siguientes variables:

- a. Tipo de actividad laboral que desempeñaba actualmente cada asociado: ya que con esta se lograría establecer si el asociado era empleado de alguna organización, si trabajaba como independiente o si contaba con alguna unidad de negocio propia.
- b. Número de empleados (mayor o igual a 2 empleados): Si el asociado contaba con unidad de negocio propia se procedía a preguntarle por el

número de empleados de ella, con el fin de identificar la consolidación de la microempresa, pues un número inferior a 2 empleados limita su mercado y la capacidad de crecimiento.

- c. Actividad económica: esta variable permitía reconocer si el empresario contaba con una microempresa dedicada a la producción o a la comercialización.
- d. Dirección: para saber la ubicación de la microempresa, ya sea en Bucaramanga o en su área metropolitana (Floridablanca, Girón y Piedecuesta).
- e. Grado de Escolaridad:
- f. Años en el negocio: esta variable es de gran importancia ya que permitiría reconocer la permanencia de la microempresa en el mercado, el crecimiento económico que ha tenido y la experiencia del empresario en el sector.
- g. Interés por el programa de asesoría: esta variable era clave para establecer la aceptación de cada empresario hacia el programa.

Los datos arrojados tras la realización de las llamadas telefónicas indicaron que el 24% de los asociados (60 asociados) eran empleados de alguna organización, el 50% (125 asociados) eran independientes (conductores, comerciantes, vendedores por catalogo, entre otros) y el 26% restante (65 asociados) eran empresarios, es decir, tenían algún tipo de negocio.

A pesar de que de los 250 asociados encuestados 65 de ellos dijeron ser empresarios con microempresa propia solo 22 asociados cumplieron con todas las variables establecidas para el proceso de selección; es decir 22 empresarios demostraron ser aptos para la realización de las asesorías.

➤ *Selección de las microempresas que hicieron parte del Programa de Asesoría*

A los 22 empresarios que demostraron ser aptos para la asesoría se les realizó un segundo contacto telefónico para programar la fecha de la primera visita; de los cuales 8 de ellos dijeron no disponer del tiempo mínimo para cada asesoría.

Los 14 restantes fueron visitados en sus microempresas explicándoles brevemente el objetivo del programa, en donde 1 de ellos por ubicación geográfica de la microempresa e incumplimiento con la hora y fecha programada fue descartado y otros 2 empresarios no visualizaron la necesidad de la implementación de una asesoría en su microempresa. Esto quiere decir que el proceso de asesoría fue implementado para las 11 microempresas restantes.

A continuación se da a conocer el nombre y las principales características de las microempresas que fueron asesoradas:

Microempresas ubicadas en Bucaramanga

1. Miscelánea del Químico

Nombre empresarios: HERNAN MORENO / MAYRA MORENO
Dirección: CL. 14 No 11-50 – B. Gaitán / Bucaramanga
Actividad económica: Distribución de productos químicos.
Ventas mensuales: \$ 20'000.000 aproximadamente.

2. Muebles y Estilos Fernando

Nombre empresario: EDGAR FERNANDO RIVERA BLANCO
Dirección: Cl. 20 No 27 – 10 Apto 202 – San Alonso / Bucaramanga
Actividad económica: Comercialización de muebles, juegos de alcoba, salas y comedores. Además ofrece el servicio de decoración de interiores.

Microempresas ubicadas en Piedecuesta

3. Muebles, Galería, Diseño y Decoraciones AMY

Nombre empresarios: AMINTA LARROTA / LIBARDO PORRAS
Dirección: CL. 7 No 10-99 / Piedecuesta
Actividad económica: Comercialización de muebles, juegos de alcoba, salas, comedores, colchones, escritorios, decoración para el hogar, entre otros.

Ventas mensuales: \$ 40'000.000 aproximadamente.

4. Miguel Motos

Nombre empresario: LUZ YAMIRA LOZANO QUINTERO

Dirección: CL. 8 No 3-91 / Piedecuesta

Actividad económica: Comercialización de repuestos para motos. Dentro de su local cuentan con un taller propio para el mantenimiento, reparación, cambio de aceite, revisión y lavado de toda clase de motocicletas; adicionalmente ofrecen a sus clientes el diligenciamiento del RUNT, el certificado de gases, seguros SOAT y la revisión técnico-mecánica.

Ventas mensuales: \$ 13'000.000 aproximadamente.

5. Diseños BETTY

Nombre empresario: BEATRIZ CABALLERO

Dirección: CL. 1e No 2ª -40 – B. Villalina / Piedecuesta

Actividad económica: Confección de ropa para dama.

Ventas mensuales: \$ 6'000.000 aproximadamente.

6. BAG'S ALVE

Nombre empresario: ALVARO ELIECER SANCHEZ

Dirección: CL. 16C No 5W -18 – B. Tejaditos / Piedecuesta

Actividad económica: Fabricación de bolsos para dama.

Ventas mensuales: \$ 4'875.000 aproximadamente.

7. Confecciones JAURO

Nombre empresario: JAVIER RICARDO BUENO

Dirección: Trans 1BN No 6C-18 La Argentina/Piedecuesta

Actividad económica: Confección de ropa deportiva para dama y caballero, uniformes de colegio y ropa para niño.

Ventas mensuales: \$ 3'000.000 aproximadamente.

8. Cafetería Luxemburgo

Nombre empresario: MARIO RODRIGUEZ PABÓN

Dirección: CRA. 6ta No 9 - 02 / Piedecuesta

Actividad económica: Venta de productos de cafetería

Ventas mensuales: \$ 20'000.000 aproximadamente.

Microempresas ubicadas en Floridablanca

9. Restaurante El Argentino

Nombre empresario: ISMELDA BARCENAS BUENO

Dirección: Km 3 Vía Mesa Ruitoque / Floridablanca

Actividad económica: Elaboración y venta de platos que contengan algún tipo de carne; como son: la parrillada; el churrasco; el bife chorizo; pollo al carbón; punta de anca; costillitas de cerdo lomitos y más.

Ventas mensuales: \$ 12'000.000 aproximadamente.

10. Micromercado el Mompirry

Nombre empresario: HIMERA ORTIZ

Dirección: CRA. 59B No 146 -60 del Carmen Sexta etapa / Floridablanca

Actividad económica: Comercialización de productos de la canasta familiar

Ventas mensuales: \$ 15'000.000 aproximadamente.

Microempresas ubicadas en Girón

11. Marianita Hogar

Nombre empresario: ZAMARA PARRA GONZALES

Dirección: CL. 28C No 30 -18 / Girón

Actividad económica: Elaboración de productos a base de estropajo para el aseo personal, como: guantes, manoplas, espaldero, pomos para la cara, ovalado, entre otros.

Ventas mensuales: \$ 1'000.000 aproximadamente.

7.2 ETAPA DIANÓSTICA

Durante esta segunda fase se diseñó e implementó una encuesta (Anexo 2. Encuesta fase diagnóstica) a cada uno de los empresarios, con el fin de identificar cierta información de gran relevancia para la ejecución de la asesoría.

Esta encuesta fue la principal herramienta utilizada para la elaboración de las matrices DOFA, ya que por medio de ella se recopiló la información necesaria con respecto a clientes, proveedores, ventas, publicidad, competencia, necesidades y fortalezas de cada microempresa.

7.3 ELABORACIÓN DE LA MATRIZ DOFA PARA CADA MICROEMPRESA

Con base a los resultados obtenidos tras la aplicación de la encuesta se elaboró la matriz DOFA correspondiente a cada microempresa; con el fin de detectar la situación actual de las mismas, especialmente aquellas necesidades que estaban afectando su buen funcionamiento y rentabilidad.

A continuación se muestran las matrices DOFA de cada una de las microempresas

Cuadro 3. Matriz DOFA: MISCELÁNEA DEL QUÍMICO

FACTORES INTERNOS	
Fortalezas (F)	Debilidades (D)
<ul style="list-style-type: none"> • La empresa se encuentra legalmente constituida. • Cuenta con diferentes mecanismos de publicidad para promocionar los productos, como por ejemplo: catalogo, volantes, tarjetas, calendarios, pendones y aviso en el directorio. • Ofrecen precios asequibles para el poder de compra del cliente. • Cuentan con clientes fieles, los cuales realizan pedidos frecuentemente. • Utilizan diferentes estrategias para promocionar los productos, entre las cuales se encuentran: visitas a los diferentes negocios de los clientes en donde dejan publicidad (tarjetas o volantes), patrocinadores del campeonato de joyeros. 	<ul style="list-style-type: none"> • No maneja ningún tipo de contabilidad. • No tienen un inventario de productos. • No se encuentran definidas las funciones para cada empleado, lo que ocasiona sobrecarga de trabajo para algunos empleados. • Poco conocimiento de los riesgos asociados a su actividad laboral. • No se están implementando las acciones preventivas relacionadas con los riesgos ocasionados por la manipulación de químicos. • No disponen del personal necesario para el área de logística. • Falta de control para las cuentas por cobrar
FACTORES EXTERNOS	
Oportunidades (O)	Amenazas (A)
<ul style="list-style-type: none"> • Posibilidad de abrir otro punto de venta con una ubicación más cercana a la mayoría de los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • La competencia ofrece productos a un precio más económico. • Cambios en las tendencias de consumo en la demanda por productos naturales.

Cuadro 4. Matriz DOFA. MUEBLES Y ESTILOS FERNANDO

FACTORES INTERNOS	
Fortalezas (F)	Debilidades (D)
<ul style="list-style-type: none"> • Ofrece el servicio de decoración de interiores. • Los diseños de los muebles son exclusivos y modernos. • Ofrece el servicio a domicilio para darle a conocer al cliente sus diseños, brindándoles mayor comodidad. • Sus clientes poseen un poder de compra bastante alto por pertenecer a estratos altos • Cuenta con un portafolio de los diseños en medio magnético. 	<ul style="list-style-type: none"> • No cuenta con una sala de ventas o un punto de ventas para dar a conocer los diseños de los muebles que se comercializan; lo que hace que el mercado sea muy limitado. • Requiere de una inyección de capital para la apertura de una sala de ventas.
FACTORES EXTERNOS	
Oportunidades (O)	Amenazas (A)
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con proveedores que brindan calidad y buen precio. • Características diferenciadoras en los diseños frente a la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe mucha competencia en la región para esta clase de productos. • El estado tiene restricciones en cuanto al uso de madera por la deforestación de los bosques. • La competencia ofrece esta clase de productos a un precio más económico, pero con menor calidad.

Cuadro 5. Matriz DOFA. MUEBLES, GALERÍA, DISEÑO Y DECORACIONES AMY

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<ul style="list-style-type: none"> • Se encuentra legalmente constituidos. • Cuentan con diferentes mecanismos de publicidad. • La contabilidad del negocio está a cargo de una persona con el conocimiento necesario para realizar esta labor (un contador). • Cuentan con un portafolio de productos CDS y mostrarios de telas. • Desarrollan algunos diseños para los muebles, de acuerdo a las tendencias del mercado. • Cuentan con dos locales en los cuales el 	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiencia en las técnicas de exhibición para ventas • Sobrecarga de trabajo para la persona encargada de la administración del negocio. • No existe control en la entrada y salida de la mercancía.

cliente puede encontrar variedad de diseños y precios cómodos para su capacidad de compra.	
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con proveedores que ofrecen calidad. • Participar en ferias y eventos de la ciudad que le den mayor reconocimiento. • Posibilidad de apertura de un nuevo punto de venta. 	<ul style="list-style-type: none"> • La competencia ofrece esta clase de productos a un precio más económico, pero con menor calidad. • El estado tiene restricciones en cuanto al uso de madera por la deforestación de los bosques.

Cuadro 6. Matriz DOFA. MIGUEL MOTOS

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con variedad de repuestos para ofrecer a la clientela. • Ofrece el servicio de asesoría al cliente de acuerdo a la funcionalidad y vida útil del producto que está interesado en adquirir. • Amabilidad en la atención al cliente. • Cuentan con clientes fieles que realizan pedidos frecuentes y recomiendan el negocio a otras personas. • Tiene alta experiencia en ventas. • Conocimiento a cerca de los productos y servicios que ofrece el negocio. • Ofrece un buen servicio al cliente. • Alta rotación de los productos. • Ofrece facilidades de pago para la compra de seguros SOAT. • Cuenta con publicidad para cada uno de los servicios ofrecidos • Realizan promociones y descuentos. • Están definidas las funciones para cada empleado. • Es el único negocio del sector que brinda horario de atención al público los días festivos. • El pago a los proveedores lo van realizando con las ganancias del día; logrando puntualidad en la cuentas por pagar. 	<ul style="list-style-type: none"> • No maneja ningún tipo de contabilidad. • No cuentan con un inventario de productos. • No mantiene un registro de sus clientes. • No realizan control de los servicios prestados en el taller de motocicletas, entre los cuales se encuentran: el mantenimiento, lavado, reparación, cambio de aceite, entre otros. • No existe control en la nomina de los empleados.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
<ul style="list-style-type: none"> • En el sector se realizan alianzas estratégicas con la competencia (cuando se 	<ul style="list-style-type: none"> • La competencia ofrece productos a un precio más económico.

<p>requiere de algún repuesto se puede adquirir en otro almacén a un precio más económico).</p> <ul style="list-style-type: none"> • El mercado para este tipo de productos y servicios es bastante amplio. • Los productos y servicios ofrecidos son de mejor calidad comparados con la competencia. • Cuentan con proveedores que son reconocidos en el mercado por la calidad de sus productos • Buena reputación con los proveedores. • Necesidad de brindar un servicio las 24 horas por la demanda existente. • Posibilidad de aumentar el horario de atención al público; ya sea en la noches o brindar un servicio las 24 horas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento en la cifras de accidentalidad vial de motociclistas.
--	---

Cuadro 7. Matriz DOFA. DISEÑOS BETTY

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con variedad de diseños. • Tienen en cuenta las tendencias del mercado para confeccionar las prendas. • Paga de contado a sus proveedores. • Calidad de insumos y de la mano de obra. • Confecciona las prendas con agrado, lo que las hace de mejor calidad. • Ofrece el servicio de asesoría al cliente de acuerdo a los diseños y prendas que les favorecen a ellas. • Atención cordial y amable hacia los clientes. • Ofrece el servicio a domicilio para tomar el pedido del cliente, con el fin de brindarle mayor comodidad. • Las telas son adquiridas al por menor para no repetir la misma tela en distintos diseños. • Sus clientes son de estratos altos, lo que hace que la confección de los diseños sean más exclusivos. • Cuentan con clientes fieles que realizan pedidos frecuentes y recomiendan el negocio a otras personas. 	<ul style="list-style-type: none"> • No maneja ningún tipo de contabilidad. • No llevan un registro de sus clientes. • No se encuentra legalmente constituida. • Falta de recursos financieros para adquirir maquinaria (Cortadora manual, collarín y maquina plana) y lograr aumentar su clientela. • El lugar de trabajo está un poco desorganizado. • Desconoce el valor de sus ventas mensuales.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con proveedores que ofrecen calidad. • Características diferenciadoras en los diseños frente a la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • La competencia ofrece la elaboración de las confecciones a un precio más económico.

<ul style="list-style-type: none"> • Considera que no existe competencia directa en el sector de ubicación del negocio. • La demanda actual en confecciones exige calidad y exclusividad en los diseños. • Participación en ferias que aumenten su mercado actual. 	
---	--

Cuadro 8. Matriz DOFA. BAG'S ALVE

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con variedad en diseños y excelentes terminados. • Desarrollan sus propios diseños de acuerdo a las tendencias del mercado. • El lugar de trabajo permanece organizado y aseado. • Paga de contado a sus proveedores. • Calidad de insumos y de la mano de obra. 	<ul style="list-style-type: none"> • No maneja ningún tipo de contabilidad. • No tienen un inventario de productos. • No manejan ningún tipo de formato para registrar y controlar las ventas. • No cuentan con ningún tipo de publicidad que permita dar a conocer el negocio; lo que hacen es dirigirse directamente a los clientes potenciales para mostrar el producto. • No se encuentra legalmente constituida. • Actualmente no cuenta con un portafolio de productos. • Baja capacidad de producción para obtener mayor cantidad de bolsos debido a la falta de maquinaria y personal. • Falta de recursos financieros para contratar personal, adquirir maquinaria y materia prima en grandes cantidades. • En la actualidad cuentan con 9 clientes, de los cuales solo están cumpliendo con el pedido de 1 de ellos. • Clientes insatisfechos debido al incumplimiento en los pedidos
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
<ul style="list-style-type: none"> • El mercado para este tipo de producto es bastante amplio. • Esta clase de producto se ha convertido para el cliente directo como un accesorio indispensable a la hora de salir. • Cuenta con proveedores que ofrecen calidad. • Interés en la apertura de un punto de venta que permita posicionar la marca en el mercado y establecer una relación directa con el cliente final. 	<ul style="list-style-type: none"> • La competencia ofrece productos a un precio más económico. • Probabilidad de que la competencia capture alguno de los clientes actuales, debido a la inconformidad que se está presentando en ellos por el incumplimiento en los pedidos.

Cuadro 9. Matriz DOFA. CONFECCIONES JAURO

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<ul style="list-style-type: none"> • Cuentan con clientes fieles, los cuales realizan pedidos frecuentemente. • El precio de venta de las prendas que confeccionan es económico, lo que hace mayor capacidad de compra para los clientes. • Paga de contado a sus proveedores. • Utilizan el servicio a domicilio para entregar los pedidos realizados por los clientes. • Calidad en los insumos utilizados para confeccionar las prendas. • Cumplimiento en los pedidos realizados. 	<ul style="list-style-type: none"> • No se encuentra legalmente constituida. • El lugar de trabajo se encuentra un poco desorganizado. • No manejan ningún tipo de contabilidad. • No conocen cuanta cantidad de materia prima se encuentra almacenada. • Falta de un inventario bien estructurado para el control de las prendas ya elaboradas; ya que en estos momentos desconocen la cantidad exacta de cada prenda que tienen en stock. • No cuentan con una tarjeta de publicidad que sea llamativa para el cliente.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
<ul style="list-style-type: none"> • Consideran que en el sector no existe competencia directa. • Reconocimiento en el sector. 	<ul style="list-style-type: none"> • La ubicación de la unidad de negocio hace que su mercado sea un poco limitado.

Cuadro 10. Matriz DOFA. CAFETERÍA LUXEMBURGO

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<ul style="list-style-type: none"> • Atienden de manera cordial y amable a sus clientes. • Cuentan con un espacio amplio para atender a sus consumidores. • Se encuentra legalmente constituidos. • Reconocimiento de la cafetería en el sector. • Paga de contado a sus proveedores. • La contabilidad del negocio está a cargo de una persona con el conocimiento necesario para realizar esta labor (un contador). • El horario de atención al público son todos los días, incluidos los domingos y festivos. • Tienen solo ventas de contado, logrando mantener un buen flujo de caja 	<ul style="list-style-type: none"> • No manejan publicidad para promocionar el negocio. • No mantienen un inventario de los productos que ofrece. • Desconocimiento de los riesgos asociados a las labores realizadas por el personal.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con proveedores que ofrecen calidad. • Ubicación estratégica del negocio; ya que se encuentra frente del parque central de Piedecuesta. 	<ul style="list-style-type: none"> • La competencia ofrece productos de menor calidad, ya que ellos en algunos productos no manejan el IVA.

Cuadro 11. Matriz DOFA. RESTAURANTE EL ARGENTINO

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<ul style="list-style-type: none"> • Cuentan con un espacio amplio para atender a sus clientes. • Se encuentra legalmente constituidos. • Reconocimiento del restaurante en el sector. • Ofrecen platos de buena calidad y buena sazón. • Paga de contado a sus proveedores. • La mayoría de sus clientes son de estratos altos; lo que hace una mayor capacidad de compra. • Ofrece un ambiente agradable al cliente. • Cuentan con diferentes mecanismos de publicidad, como: tarjetas; aviso en el directorio; radio; periódico la vanguardia, correo y página en internet. • Considera que no presentan competencia directa por el enfoque del restaurante. • Las carnes que son preparadas para los platos están en una etapa de maduración (8 días antes entran al congelador), lo que las hace con mejor sabor. 	<ul style="list-style-type: none"> • No maneja ningún tipo de contabilidad. • No llevan un registro de sus clientes. • No cuentan con un registro de sus ventas. • Falta de capacitación al personal en cuanto a la atención al cliente.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con proveedores que ofrecen calidad. • La demanda para este tipo de negocios está en crecimiento; ya que el hábito de comer por fuera de la casa está siendo aceptado por más personas. • Expansión del negocio gracias a la apertura de un nuevo punto de venta. 	<ul style="list-style-type: none"> • El alza de los precios de algunas verduras y carnes.

Cuadro 12. Matriz DOFA. MICROMERCADO EL MOMPIRRY

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento del negocio en el sector. • Ofrecen variedad de productos de la canasta familiar. • Es uno de los negocios más grandes del sector. • Atienden de manera cordial y amable a sus clientes. • Cuentan con vitrinas, enfriadores, estantes y todas las demás herramientas para ofrecer un buen servicio al cliente. • Cuentan con un espacio amplio para atender a sus clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • No maneja ningún tipo de contabilidad. • No llevan un registro de sus clientes. • No llevan un inventario de los productos que ayude a determinar la necesidad de compra de los proveedores.

<ul style="list-style-type: none"> • Pertenecen a la asociación de tenderos de Floridablanca y gozan de los beneficios que esta les ofrece. • Algunas veces ofrecen servicio a domicilio. • Cuentan con clientes fieles que realizan pedidos frecuentes y recomiendan el negocio a otras personas. 	
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con proveedores que ofrecen calidad. • En el sector en donde se encuentra el negocio la mayoría de los clientes tienen capacidad de compra. 	<ul style="list-style-type: none"> • La competencia ofrece productos a un precio más económico. • La competencia utiliza el autoservicio. • El alza de los precios de algunos productos de la canasta familiar.

Cuadro 13. Matriz DOFA. MARIANITA HOGAR

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<ul style="list-style-type: none"> • Calidad en la materia prima (estropajo) utilizada para la elaboración de los diferentes productos. • Paga de contado a su proveedor. • El precio de venta es accesible para el cliente. • Utiliza el estropajo para realizar productos con diferentes funcionalidades. • Cuenta con la experiencia necesaria para la fabricación de los productos. • Se encuentra legalmente constituida. 	<ul style="list-style-type: none"> • No cuentan con ningún tipo de publicidad que permita dar a conocer los productos. • Actualmente no cuenta con un portafolio de productos. • Requiere de una inyección de capital para el buen funcionamiento del negocio. • Falta de estrategias de publicidad para atraer más clientela; ya que el mercado actual es muy limitado (actualmente cuentan con 1 cliente en Rioacha y 2 en Girón). • Solo cuenta con un proveedor para abastecer sus pedidos.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
<ul style="list-style-type: none"> • El mercado para esta clase de productos cada vez es mayor por los beneficios naturales que presentan para el aseo personal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con un mercado muy limitado. • Cambios climáticos que afectan el cultivo de esta clase de insumo.

7.4. DISEÑO Y PLANTEAMIENTO DE DIVERSAS ESTRATEGIAS ENFOCADAS HACIA LAS NECESIDADES DETECTADAS EN CADA UNIDAD DE NEGOCIO

Una vez realizada y analizada la Matriz DOFA se procedió a diseñar las estrategias que se implementaron en las diferentes microempresas, con el fin de eliminar las debilidades que estaban afectando directamente la rentabilidad de dichos negocios.

Estas estrategias estarán clasificadas teniendo en cuenta las áreas o departamentos con los que cuentan las unidades de negocio.

Los planes de acción formulados fueron los siguientes:

Cuadro 14. Plan de Acción: MISCELÁNEA DEL QUÍMICO

ÁREA	ESTRATEGIAS PLANTEADAS	OBJETIVOS RELACIONADOS
FINANCIERA Y CONTABLE	Diseñar un modelo sencillo de contabilidad de caja	<ul style="list-style-type: none"> Reconocer los ingresos y los egresos provenientes de la comercialización de productos químicos. Determinar el saldo disponible después de registrar algún ingreso o egreso.
	Diseñar dos plantillas (una de ellas en medio físico y la otra en Excel) que permitan controlar el inventario de cada producto.	<ul style="list-style-type: none"> Mantener la existencia de los productos a los niveles deseados. Evitar aumentos de costos por almacenar mercancía innecesaria. Minimizar la inversión del inventario. Reconocer la cantidad de productos que se encuentran en inventario.
SALUD OCUPACIONAL	Elaborar un panorama de factores de riesgos a los cuales se encuentra expuesto el personal del negocio.	<ul style="list-style-type: none"> Obtener información necesaria sobre las condiciones de trabajo y sus posibles efectos en la salud de los trabajadores. Identificar aquellas situaciones que están afectando la salud y seguridad de los trabajadores. Contar con un soporte para realizar las recomendaciones a

		cerca de las acciones preventivas y correctivas.
	Realizar algunas recomendaciones con respecto a las acciones correctivas y preventivas relacionadas con los riesgos presentes en algunos puestos de trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer al empresario las acciones preventivas y correctivas que se deben implementar en aquellos puestos de trabajo que presenten riesgos de gran impacto para la salud y seguridad del trabajador.
CARTERA	Elaborar una plantilla en Excel que le permita al empresario llevar un registro y control de su cartera.	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar las facturas vencidas y los saldos pendientes por cobrar.

Cuadro 15. Plan de Acción: MUEBLES Y ESTILOS FERNANDO

ÁREA	ESTRATEGIAS PLANTEADAS	OBJETIVOS RELACIONADOS
FINANCIERA	Lograr el contacto entre el empresario y el personal encargado del Programa Crediaportes.	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer las ventajas que presenta el empresario por ser becario del Programa IDEF. • Realizar el estudio requerido para la obtención de un crédito, el cual va ser destinado para la inversión en la unidad de negocio.
MERCADEO	Recomendar al empresario la apertura de una oficina de ventas.	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr que su clientela actual y los posibles clientes cuenten con un punto de ubicación del negocio. • Brindar al cliente un espacio cómodo y adecuado para que conozca los diseños de aquellos muebles de su interés. • Ofrecer al cliente un espacio donde pueda recibir la asesoría por parte del empresario correspondiente a la mejor elección de los muebles o a la decoración de interiores.

Cuadro 16. Plan de Acción: MUEBLES, GALERÍA, DISEÑO Y DECORACIONES AMY

ÁREA	ESTRATEGIAS PLANTEADAS	OBJETIVOS RELACIONADOS
CONTABLE	Diseñar dos plantillas que permitan controlar el inventario tanto en la sala de ventas como en bodega.	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar la entrada y salida de la mercancía. • Reconocer la cantidad de mercancía que se encuentra tanto en la sala de ventas y como en bodega.
MERCADERO Y VENTAS	Elaborar una encuesta para ser aplicada a 20 clientes que realicen compras con mayor periodicidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer la opinión de los clientes a cerca del servicio ofrecido en la mueblería. • Reconocer el grado de preferencia que presentan los clientes hacia la mercancía ofrecida por esta microempresa. • Evaluar ciertos factores con respecto a la ambientación de la mueblería; que son de gran importancia al momento de ofrecer un buen servicio al cliente. • Conocer la opinión de los clientes con respecto a la distribución y ubicación de la mercancía. • Determinar aquellos factores que son claves para el cliente al realizar una compra.
	Proporcionar al empresario un folleto informativo acerca de algunas técnicas de exhibición para ventas.	<ul style="list-style-type: none"> • Informar al empresario sobre la forma adecuada de distribución y ubicación de la mercancía en la sala de ventas.

Cuadro 17. Plan de Acción: MIGUEL MOTOS

ÁREA	ESTRATEGIAS PLANTEADAS	OBJETIVOS RELACIONADOS
FINANCIERO Y CONTABLE	Diseñar un modelo sencillo de contabilidad de caja	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer los ingresos y los egresos provenientes de la venta de repuestos y de los servicios prestados por el taller de motocicletas. • Determinar el saldo disponible después de registrar algún ingreso o egreso.

	Diseñar dos plantillas (una de ellas en medio físico y la otra en Excel) que permitan controlar el inventario de cada producto.	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener la existencia de los productos a los niveles deseados. • Evitar aumentos de costos por almacenar mercancía innecesaria. • Minimizar la inversión del inventario. • Reconocer la cantidad de productos que se encuentran en inventario.
VENTAS	Realizar un formato de orden de servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar los servicios ofrecidos por el taller de motocicletas, los cuales son: mantenimiento, lavado, cambio de aceite, revisión y reparación. • Reconocer los insumos utilizados en cada servicio prestado por el taller de motocicletas.
RECURSOS HUMANOS	Realizar una plantilla para la nomina de los empleados.	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar la retribución económica que adquiere cada empleado.

Cuadro 18. Plan de Acción: DISEÑOS BETTY

ÁREA	ESTRATEGIA PLANTEADAS	OBJETIVOS RELACIONADOS
FINANCIERO Y CONTABLE	Diseñar un modelo sencillo de contabilidad de caja	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer los ingresos y los egresos provenientes de la confección de ropa. • Determinar el saldo disponible después de registrar algún ingreso o egreso.
PRODUCCIÓN	Elaborar un formato para la programación de la producción.	<ul style="list-style-type: none"> • Obtener mayor organización en el proceso productivo. • Conocer la secuencia establecida para los pedidos. • Cumplir con los pedidos realizados por los clientes. • Determinar cuánto tiempo se utilizaría para cada pedido.
VENTAS	Realizar un formato correspondiente a la factura de ventas.	<ul style="list-style-type: none"> • Registrar contablemente las cantidades de mercancía vendida, así como su correspondiente valor monetario. • Mantener un control de los pedidos

		realizados por sus clientes.
	Diseñar un formato para el registro de ventas mensuales.	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer las ventas realizadas cada mes. • Determinar el comportamiento de las ventas de un mes a otro.
RECURSOS HUMANOS	Diseñar un formato para el registro de los clientes más frecuentes de la microempresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Recopilar información en cuanto a: datos personales, compras y utilización de los servicios prestados por la microempresa, de los clientes más frecuentes. • Contar con un registro de los clientes más habituales con el fin de ofrecerles descuentos, bonos en fechas especiales, y demás promociones brindadas por el negocio.
ADMINISTRATIVO	Entregar una serie de folletos informativos de la DIAN y la Cámara de Comercio de Bucaramanga sobre la legalización de las empresas.	<ul style="list-style-type: none"> • Informar al empresario sobre los requisitos que se deben tener en cuenta para realizar la legalización de la microempresa. • Evitar posibles sanciones por incumplimiento legal. • Resolver algunas inquietudes que han surgido en los empresarios sobre el tema de constitución legal de las microempresas.

Cuadro 19. Plan de Acción: BAG'S ALVE

ÁREA	ESTRATEGIAS PLANTEADAS	OBJETIVOS RELACIONADOS
PRODUCCIÓN	Diseñar el diagrama de flujo del proceso productivo.	<ul style="list-style-type: none"> • Estandarizar el proceso de elaboración de bolsos. • Proporcionar una imagen clara de la secuencia del proceso para la elaboración de los bolsos.
	Diseñar la ficha técnica del producto.	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer los tiempos de producción. • Determinar los costos de materia prima. • Establecer los componentes de cada producto fabricado. • Determinar en cuanto aumenta la producción si se contrata 1 empleado.

		<ul style="list-style-type: none"> • Eliminar el tiempo improductivo. • Disminuir las esperas. • Mejorar las entregas a los clientes.
	Elaborar un formato para la programación de la producción	<ul style="list-style-type: none"> • Obtener mayor organización en el proceso productivo. • Conocer la secuencia establecida para los pedidos. • Cumplir con los pedidos realizados por los clientes. • Determinar cuánto tiempo se utilizaría para cada pedido.
FINANCIERO Y CONTABLE	Diseñar un modelo sencillo de contabilidad de caja	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer los ingresos y los egresos provenientes de la fabricación de bolsos. • Determinar el saldo disponible después de registrar algún ingreso o egreso.
	Lograr el contacto entre el empresario y el personal encargado del Programa Crediaportes.	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer las ventajas que presentan el empresario por ser asociado a la Cooperativa. • Realizar el estudio requerido para la obtención de un crédito, el cual va ser destinado para la inversión en la unidad de negocio.
	Por medio de la Fundación gestionar los recursos financieros necesarios para la elaboración de una tarjeta de presentación.	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar al empresario una herramienta de publicidad indispensable para dar a conocer su microempresa. • Reforzar el contacto entre el cliente y la microempresa. • Proporcionar la forma de presentación más adecuada al cliente; con el fin de dejarles una posibilidad de comunicación para adquirir o preguntar por los bolsos.
	Realizar un formato correspondiente a la factura de ventas.	<ul style="list-style-type: none"> • Registrar contablemente las cantidades de mercancía vendida, así como su correspondiente valor monetario. • Mantener un control de los pedidos realizados por sus clientes. • Proporcionar información fundamental tanto para el proceso productivo como para el proceso contable.

	Diseñar un formato para el registro de ventas mensuales.	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer las ventas realizadas cada mes. • Determinar el comportamiento de las ventas de un mes a otro.
RECURSOS HUMANOS	Crear el perfil de un operario de ensamble o auxiliar de producción	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar el perfil del cargo de la persona que se va a contratar. • Establecer las responsabilidades y funciones del cargo. • Reconocer las capacidades y actitudes del personal idóneo para el cargo.
ADMINISTRATIVO	Entregar una serie de folletos informativos de la DIAN y la Cámara de Comercio de Bucaramanga sobre la legalización de las empresas.	<ul style="list-style-type: none"> • Evitar posibles sanciones por incumplimiento legal. • Dar a conocer los requisitos y los trámites para legalizar los documentos de la empresa.

Cuadro 20. Plan de Acción: CONFECCIONES JAURO

ÁREA	ESTRATEGIAS PLANTEADAS	OBJETIVOS RELACIONADOS
ADMINISTRATIVO	Entregar una serie de folletos informativos de la DIAN y la Cámara de Comercio de Piedecuesta sobre la legalización de las empresas.	<ul style="list-style-type: none"> • Informar al empresario sobre los requisitos que se deben tener en cuenta para realizar la legalización de la microempresa. • Evitar posibles sanciones por incumplimiento legal. • Resolver algunas inquietudes que han surgido en los empresarios sobre el tema de constitución legal de las microempresas.
CONTABLE	Diseñar un modelo sencillo de contabilidad de caja	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer los ingresos y los egresos provenientes de la confección de ropa. • Determinar el saldo disponible después de registrar algún ingreso o egreso.
	Diseñar dos plantillas (una de ellas en medio físico y la otra en Excel) que permitan controlar el inventario de materia prima y de las prendas ya elaboradas.	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener la existencia de las prendas y la materia prima a los niveles deseados. • Evitar aumentos de costos por almacenar mercancía o insumos innecesarios. • Minimizar la inversión del inventario.

		<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer la cantidad de prendas y la materia prima que se encuentran en stock.
MERCADEO	Por medio de la Fundación gestionar los recursos financieros necesarios para la elaboración de una tarjeta de presentación.	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar al empresario una herramienta de publicidad indispensable para dar a conocer su microempresa. • Reforzar el contacto entre el cliente y la microempresa. • Proporcionar la forma de presentación más adecuada al cliente; con el fin de dejarles una posibilidad de comunicación para adquirir o preguntar por las prendas. • Generar oportunidades de negocio. • Ampliar su mercado actual.
LOGISTICA	Buscar una mejor distribución, organización y ubicación de la materia prima y el producto terminado.	<ul style="list-style-type: none"> • Optimizar el espacio disponible y ofrecer mayor comodidad a la clientela. • Organizar la materia prima (telas) y las prendas ya elaboradas por grupos con características específicas.
FINANCIERO	Identificar los recursos necesarios que se requieren para la redistribución del negocio.	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar que materiales se necesitan para la redistribución del negocio. • Realizar una cotización de los insumos requeridos para la redistribución. • Dar a conocer ante la Directora de la Fundación la respectiva cotización para la organización del local; con el fin de que sea aprobado si es conveniente.

Cuadro 21. Plan de Acción: CAFETERÍA LUXEMBURGO

ÁREA	ESTRATEGIAS PLANTEADAS	OBJETIVOS RELACIONADOS
MERCADEO	Elaborar una encuesta para ser aplicada a 50 clientes.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer la opinión de los clientes con respecto al servicio ofrecido por la cafetería. • Determinar si es necesario brindar

		<p>algunos servicios adicionales, como: servicio de casilleros, baños, domicilios, entre otros.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluar ciertos factores con respecto a la ambientación de la cafetería; que son de gran importancia al momento de ofrecer un buen servicio al cliente.
CONTABLE	Diseñar una plantilla que permitan controlar el inventario.	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener la existencia de los productos a los niveles deseados. • Evitar aumentos de costos por almacenar mercancía innecesaria. • Minimizar la inversión del inventario. • Reconocer la cantidad de productos que se encuentran en inventario.
ADMINISTRATIVO	Entregar un folleto informativo sobre las enfermedades transmitidas por alimentos (ETA) y la importancia de la adecuada manipulación de los mismos.	<ul style="list-style-type: none"> • Mostrar la importancia de la higiene en las personas a cargo de la preparación de los alimentos. • Evitar sanciones por incumplimiento en la norma sanitaria. • Incentivar a la buena manipulación de los alimentos y conservación de los mismos. • Evitar problemas legales por intoxicación o aparición de enfermedades en los clientes a causa de los alimentos vendidos en el establecimiento.

Cuadro 22. Plan de Acción: RESTAURANTE EL ARGENTINO

ÁREA	ESTRATEGIAS PLANTEADAS	OBJETIVOS RELACIONADOS
CONTABLE	Diseñar una plantilla en Excel para llevar la contabilidad de caja.	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer los ingresos y los egresos provenientes de la confección de ropa. • Determinar el saldo disponible después de registrar algún ingreso o egreso.
VENTAS	Diseñar un formato para el registro de ventas mensuales.	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer las ventas realizadas cada mes. • Determinar el comportamiento de las ventas de un mes a otro.

RECURSOS HUMANOS	Organizar un plan de capacitación para el personal encargado del servicio al cliente (meseros).	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar a los empleados la oportunidad de recibir una capacitación de atención al cliente para que su labor en el restaurante cada vez sea más productiva. • Lograr que el empleado adquiera el conocimiento necesario a cerca de la atención al cliente; con el fin de que toda persona que llegue al restaurante se sienta a gusto y sea bien atendida.
ADMINISTRATIVO	Entregar un folleto informativo sobre las enfermedades transmitidas por alimentos (ETA) y la importancia de la adecuada manipulación de los mismos.	<ul style="list-style-type: none"> • Mostrar la importancia de la higiene en las personas a cargo de la preparación de los alimentos. • Evitar sanciones por incumplimiento en la norma sanitaria. • Incentivar a la buena manipulación de los alimentos y conservación de los mismos. • Evitar problemas legales por intoxicación o aparición de enfermedades en los clientes a causa de los alimentos vendidos en el establecimiento.

Cuadro 23. Plan de Acción: MICROMERCADO EL MOMPIRRY

ÁREA	ESTRATEGIAS PLANTEADAS	OBJETIVOS RELACIONADOS
CONTABLE	Diseñar un modelo sencillo de contabilidad de caja	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer los ingresos y los egresos del negocio, con el fin de determinar las ganancias mensuales. • Determinar el saldo disponible después de registrar algún ingreso o egreso.
	Diseñar una lista de verificación para cada vitrina.	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un control de la mercancía que se encuentra en las vitrinas semanalmente. • Mantener la existencia de los productos a los niveles deseados. • Evitar aumentos de costos por almacenar mercancía innecesaria. • Minimizar la inversión del inventario.

Cuadro 24. Plan de Acción: MARIANITA HOGAR

ÁREA	ESTRATEGIAS PLANTEADAS	OBJETIVOS RELACIONADOS
FINANCIERO	Lograr el contacto entre el empresario y el personal encargado del Programa Crediaportes.	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer las ventajas que presentan el empresario por ser asociado a la Cooperativa. • Realizar el estudio requerido para la obtención de un crédito, el cual va ser destinado para la inversión en la unidad de negocio.
MERCADEO	Elaborar el portafolio de productos para la microempresa MARIANITA HOGAR.	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con un material indispensable a la hora de ofrecer los productos a los clientes. • Dar a conocer todos y cada unos de los productos elaborados a base de estropajo para el aseo personal.
	Gestionar los contactos necesarios con algunos clientes potenciales de la ciudad.	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliar el mercado actual. • Dar a conocer los productos en algunas tiendas, supermercados, viveros de la ciudad en donde esta clase de productos sean atractivos para el cliente.
	Por medio de la Fundación gestionar los recursos financieros necesarios para la elaboración de una tarjeta de presentación.	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar al empresario una herramienta de publicidad indispensable para dar a conocer su microempresa. • Reforzar el contacto entre el cliente y la microempresa. • Proporcionar la forma de presentación más adecuada al cliente; con el fin de dejarles una posibilidad de comunicación para adquirir o preguntar por los productos.

7.5 IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS EN CADA MICROEMPRESA

En común acuerdo con los empresarios y con la aprobación del supervisor encargado se implementaron las siguientes estrategias diseñadas para cada microempresa.

1. MISCELÁNEA DEL QUÍMICO

➤ Área Financiera y Contable

○ *Diseñar un modelo sencillo de contabilidad de caja*

Se vio la necesidad de diseñar un formato de contabilidad de caja para ser implementado en la microempresa MISCELÁNEA DEL QUÍMICO, con el fin de otorgarle al empresario una herramienta indispensable para reconocer tanto sus ingresos, egresos y su saldo disponible (Anexo 3. Modelo de contabilidad de caja).

Para el diligenciamiento de este formato, en primera medida se realizó por la asesora, para demostrarle al empresario la forma adecuada de hacerlo.

○ *Diseñar dos plantilla (una de ella en medio físico y la otra en Excel) que permitan controlar el inventario de cada producto.*

En primera instancia se diseñó y se implementó una plantilla básica de inventario; con el fin de reconocer la clase de artículos con los que cuenta la microempresa, su ubicación dentro del negocio, su cantidad, el valor unitario, el valor total y su correspondiente precio de venta. (Anexo 4. Plantilla para el control de inventario)

Esta plantilla se entregó en medio físico y el empresario recibió las instrucciones correspondientes para su diligenciamiento.

Una vez realizado el inventario físico de la mercancía de la microempresa, se procedió a implementar las plantillas en Excel diseñadas para controlar el inventario de cada artículo (Ver la plantilla en el CD anexo a este documento).

La empresaria recibió una capacitación a cargo de la asesora con respecto al diligenciamiento de las plantillas para el control del inventario a través del programa Excel.

➤ Área de cartera

○ *Elaborar una plantilla en Excel que le permita al empresario llevar un registro y control de su cartera.*

Se diseñó una plantilla en Excel para la cartera que presenta la microempresa MISCELÁNEA DEL QUÍMICO; por medio de esta se podrán controlar las

facturas vencidas y los saldos pendientes por cobrar durante un periodo determinado (Ver la plantilla en el CD anexo a este documento).

➤ Área de salud ocupacional

- *Elaborar el panorama de factores de riesgos a los cuales se encuentra expuesto el personal del negocio (Anexo 5. Panorama de factores de riesgo. Microempresa Miscelánea del Químico).*

Se elaboró el panorama de factores de riesgo para la microempresa, puesto que al realizarse la fase diagnóstica se detectó la manipulación inadecuada de los productos químicos por parte de la encargada del Área Administrativa y por los Operarios de Bodega

Con este diagnóstico de las condiciones de trabajo se pretende que los empleados de la microempresa MISCELANEA DEL QUIMICO conozcan los riesgos a los cuales se encuentran expuestos; para así tomar las medidas correctivas y preventivas necesarias, evitando accidentes de trabajo y/o enfermedades profesionales.

2. MUEBLES Y ESTILOS FERNANDO

➤ Área financiera y contable

- *Lograr el contacto entre el empresario y el personal encargado del Programa Crediaportes.*

El principal inconveniente presentado por este empresario fue la falta de capital financiero para ser invertido en una oficina de ventas; puesto que en estos momentos la mercancía es dada a conocer por medio de visitas a cada uno de sus clientes utilizando un CD en donde se encuentra los diseños de todos los muebles comercializados (no cuenta con un establecimiento para mostrar su mercancía). Por esta razón se vio la necesidad de realizar un vínculo entre el personal encargado de Programa Crediaportes de Coomultrasan Multiactiva y el empresario, con el fin de que se realizara el respectivo estudio requerido para la obtención de un microcrédito.

➤ Área de mercadeo

- *Recomendar al empresario la apertura de una oficina de ventas.*

Teniendo en cuenta que en la actualidad este empresario no dispone de un lugar físico para comercializar los muebles, al momento de realizar el diagnóstico se hicieron algunas recomendaciones por parte de la Ingeniera en cuanto a la apertura de una oficina de ventas, en donde los clientes encontrarán un sitio para poder conocer cada uno de los diseños de la mercancía y recibir alguna asesoría sobre la decoración de interiores.

Se le propone al empresario que la oficina sea un lugar en donde los muebles no estén en físico sino por medio de televisores se les enseñen a los clientes los muebles de su interés, otorgándoles una mayor percepción de la mercancía en diferentes ángulos y dimensiones.

3. MUEBLES, GALERÍA, DISEÑO Y DECORACIONES AMY

➤ Área Financiera y Contable

- *Diseñar dos plantillas que permitan controlar el inventario tanto en la sala de ventas como en bodega (Anexo 6. Plantillas para el control de inventarios. Muebles, Galería, Diseño y Decoraciones AMY).*

Se vio la necesidad de diseñar dos plantillas para controlar el inventario en la sala de ventas y en bodega, puesto que durante la fase diagnóstica se detectó que esta microempresa presenta serios inconvenientes con la entrada y salida de la mercancía (no se sabe que mercancía ha salido en determinado momento y quien fue el encargado de venderla)

➤ Área de Mercadeo y Ventas

- *Elaborar una encuesta para ser aplicada a 20 clientes que realicen compras con mayor periodicidad.*

Se elaboró y se aplicó una encuesta a algunos clientes del negocio, con el fin de reconocer su opinión acerca de ciertos factores relacionados con: la ambientación de la mueblería, el servicio ofrecido, el grado de preferencia hacia la mercancía, su distribución y ubicación, entre otros (Anexo 7. Encuesta servicio al cliente. Muebles, Galería, Diseño y Decoraciones AMY).

Esta encuesta fue realizada por vía telefónica a 20 clientes de la mueblería, teniendo en cuenta la información suministrada por la empresaria, como fue el nombre y teléfono de los clientes.

Los resultados obtenidos tras la aplicación de la encuesta son los siguientes:

1. ¿Hace cuanto visita nuestra mueblería?

Figura 5. Tiempo en que han visitado la mueblería los clientes



Según los datos arrojados por la encuesta se puede observar que de los 20 clientes encuestados el 25% (5 clientes) han visitado la mueblería entre un periodo de 1 mes a 2 años, otro 25% (5 clientes) lo han hecho entre 3 años a 5 años, un 30% (6 clientes) entre 6 años a 8 años y el 20% restante (4 clientes) dijo haber visitado la mueblería entre un periodo de 9 a 11 años.

Los resultados para esta pregunta dejan en evidencia la buena acogida que presenta la mueblería en el sector donde se encuentra ubicada, puesto que la mayoría de los encuestados han realizado visitas y compras durante un largo periodo, convirtiéndolos en clientes fieles al negocio.

2. Califique de 1 a 10 los siguientes atributos relacionados con nuestra mueblería

Figura 6. Relación calidad – precio

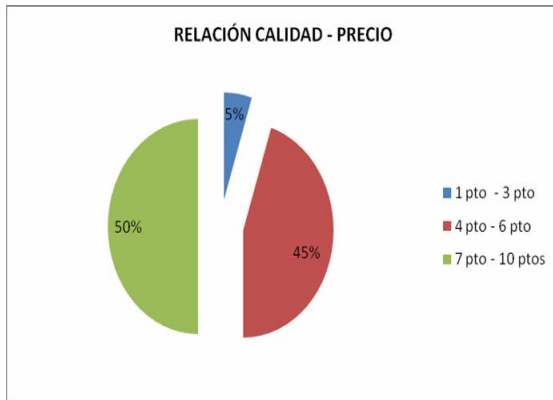


Figura 7. Servicio postventa

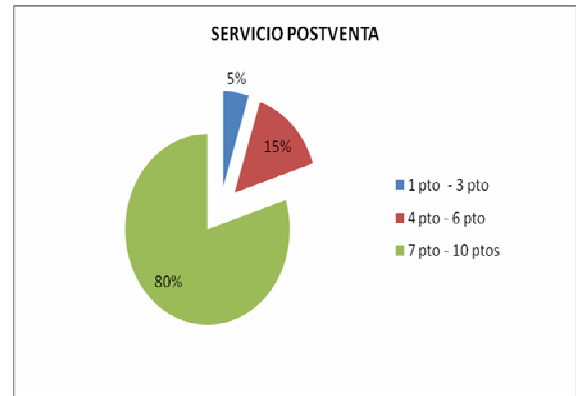


Figura 8. Organización de la mercancía

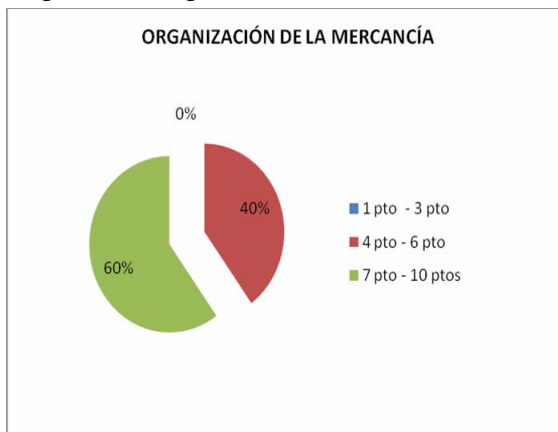


Figura 9. Calidad de la mercancía

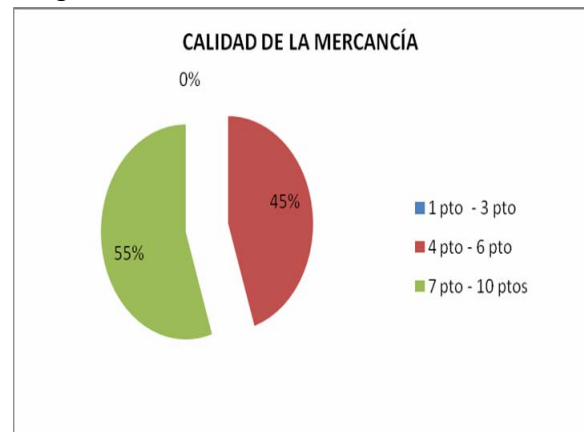
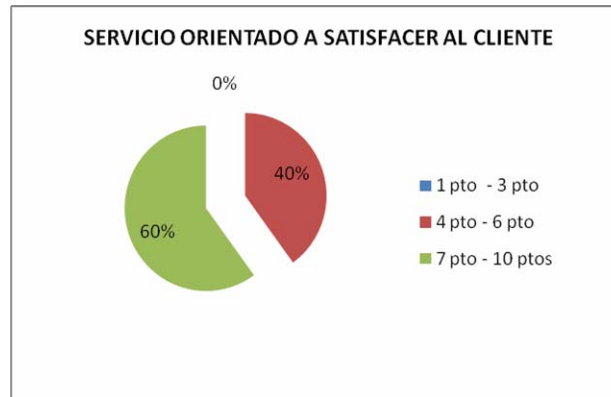


Figura 10. Servicio orientado a satisfacer al cliente



De acuerdo con la información suministrada por las encuestas y realizando un análisis general para todas las variables mencionadas en esta pregunta; como son: Relación Calidad – Precio; Servicio Postventa; Organización de la mercancía; Calidad de la mercancía; y Servicio orientado a satisfacer al cliente, se puede observar que la mayoría de los clientes calificaron entre un rango de 7 a 10 puntos a estas variables, lo que se puede concluir que los encuestados perciben de forma satisfactoria ciertos aspectos que son relevantes tanto para el cliente como para la rentabilidad del negocio.

3. Indique cual es su grado de satisfacción Muy Satisfecho (MS), Satisfecho (S), e Insatisfecho (I), con respecto a los siguientes aspectos

Figura 11. Atención al cliente

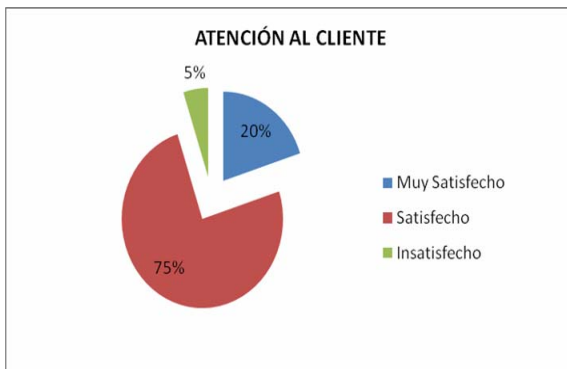


Figura 12. Información telefónica

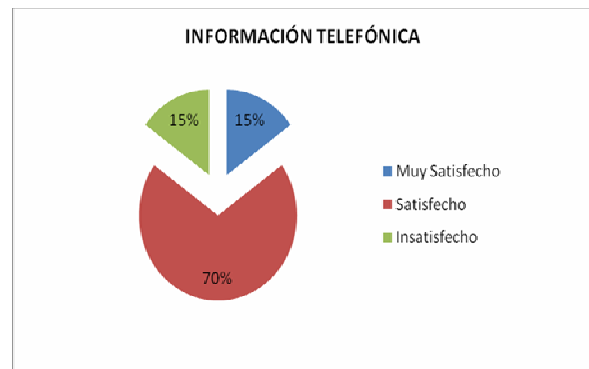


Figura 13. Asesoramiento técnico

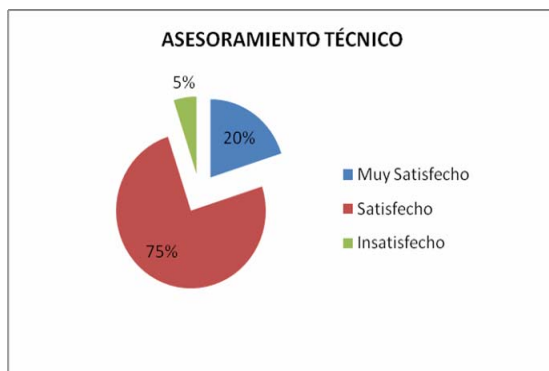
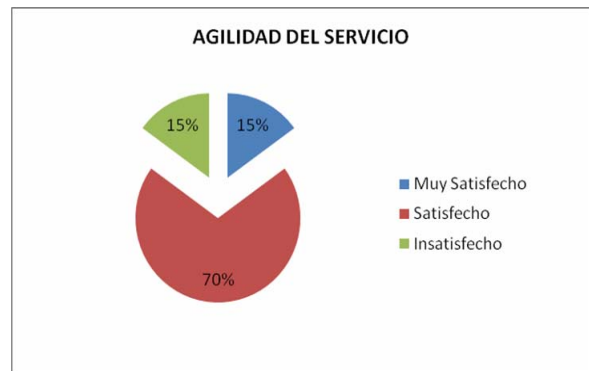


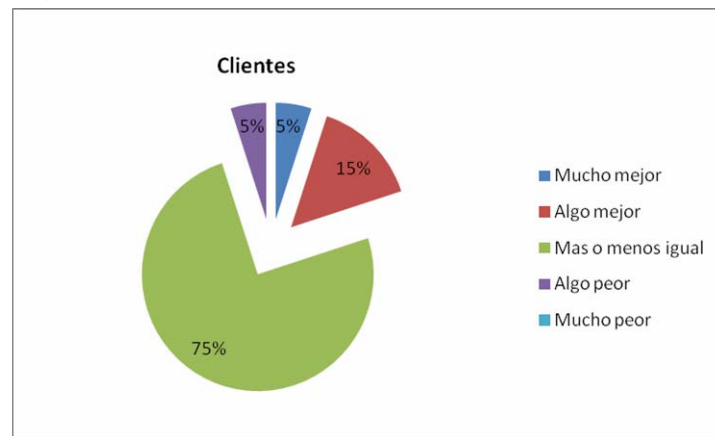
Figura 14. Agilidad del servicio



En esta pregunta también se realizó un análisis general para todos los aspectos evaluados (Atención al cliente, Agilidad del servicio, Asesoramiento técnico, e Información telefónica), puesto que la mayoría de los encuestados se encuentran Satisfechos con respecto a estas variables. Lo que refleja el buen servicio ofrecido al cliente en esta mueblería, logrando de esta manera la buena aceptación del negocio y cierta ventaja frente a la competencia con respecto aquellos aspectos relacionados directamente con el cliente.

4. En comparación con otras alternativas de negocio, nuestros muebles ofrecidos son:

Figura 15. Percepción del cliente por los muebles



Para esta pregunta los resultados obtenidos tras realizar la encuesta reflejan que el 75% de los clientes (15 clientes) consideran que la calidad y el diseño de los muebles son más o menos igual frente a la competencia, solo un 5% (1 cliente) califica a los muebles como Mucho mejor que los de la competencia y un 15% (3 clientes) como Algo mejor.

Esta pregunta es fundamental para reconocer la percepción que tienen los clientes frente a: el diseño, la calidad, el precio y otras variables relacionadas con los muebles en general.

Analizando los resultados se recomienda que los propietarios consideren tener en cuenta la opinión de los clientes al momento de diseñar y elaborar esta clase de artículos puesto que en estos momentos no presentan ventaja competitiva con respecto a este tema frente a la competencia, no se les está brindando al cliente el valor agregado para posicionarse en el mercado regional.

5. ¿Presenta algún tipo de recomendación adicional para el negocio?

Los resultados arrojados por la encuesta para esta pregunta no se pudieron tabular puesto que es una pregunta con respuesta abierta; sin embargo a continuación se hará un lista con las recomendaciones más importantes a tener en cuenta.

- Cumplir con la fechas de entrega de los pedidos
 - Los vendedores deben poseer los conocimientos generales a cerca de la mercancía.
 - Cuando se vaya a realizar la entrega de algún pedido deben especificar que el cliente es el que paga el domicilio.
 - Cuando un mueble sea entregado al cliente con alguna imperfección que se realice el cambio correspondiente.
 - En ciertas ocasiones la persona que contesta el teléfono no sabe dar razón por lo que se está preguntando.
 - En temporada alta llega mucha clientela y la atención al cliente no es la adecuada.
- *Proporcionar al empresario un folleto informativo acerca de algunas técnicas de exhibición para ventas.*

Se diseñó un folleto informativo sobre algunas técnicas de exhibición para ventas para informar al empresario sobre la forma adecuada de distribución y ubicación de la mercancía en la sala de ventas (Anexo 8. Folleto de técnicas de exhibición para ventas).

4. MIGUEL MOTOS

➤ Área Financiera y Contable

- *Diseñar un modelo sencillo de contabilidad de caja*

Se vio la necesidad de diseñar un formato de contabilidad de caja para ser implementado en la microempresa MIGUEL MOTOS, con el fin de otorgarle al empresario una herramienta indispensable para reconocer tanto sus ingresos, egresos y su saldo disponible (Anexo 3. Modelo de contabilidad de caja).

Para el diligenciamiento de este formato, en primera medida se realizó por la asesora, para demostrarle al empresario la forma adecuada de hacerlo.

- *Diseñar dos plantilla (una de ella en medio físico y la otra en Excel) que permitan controlar el inventario de cada producto.*

En primera instancia se diseñó y se implementó una plantilla básica de inventario; con el fin de reconocer la clase de artículos con los que cuenta la microempresa, su ubicación dentro del negocio, su cantidad, el valor unitario, el valor total y su correspondiente precio de venta. (Anexo 9. Plantilla para el control de inventario. Miguel Motos)

Esta plantilla se entregó en medio físico y el empresario recibió las instrucciones correspondientes para su diligenciamiento.

Una vez realizado el inventario físico de la mercancía de la microempresa, se procedió a implementar las plantillas en Excel diseñadas para controlar el inventario de cada artículo (Ver la plantilla en el CD anexo a este documento).

La empresaria recibió una capacitación a cargo de la asesora con respecto al diligenciamiento de las plantillas para el control del inventario a través del programa Excel.

➤ Área de Ventas

- *Realizar un formato de orden de servicio*

Una de las necesidades que está afectando directamente el buen funcionamiento del negocio es la falta de control en el servicio ofrecido por el taller de motocicletas, por esta razón se diseñó un formato de orden de servicio, con el fin de controlar cada uno de los servicios que ofrece el taller de motocicleta; así como también reconocer la cantidad de insumos utilizados en cada servicio (Anexo 10. Formato Orden de servicio. Miguel Motos).

➤ Área de Recursos Humanos

- *Realizar una plantilla para la nomina de los empleados.*

Se diseñó una plantilla básica en Excel de Nomina para los empleados, con el fin de controlar la retribución económica que adquiere cada uno de ellos (Ver la plantilla en el CD anexo a este documento).

Esta plantilla fue modificada al momento de mostrarla ante la empresaria, debido a que en el momento de darla a conocer, en la microempresa no se estaban aplicando ciertos criterios, como por ejemplo: los empleados no trabajaban horas extras, no se les pagaba el auxilio de transporte y no se les estaba aportando el monto correspondiente a salud y pensión.

Sin embargo la empresaria se comprometió a cumplir con todos los requisitos exigidos por la ley en cuanto a prestaciones salariales.

5. DISEÑOS BETTY

➤ Área Financiera y Contable

○ *Diseñar un modelo sencillo de contabilidad de caja*

Para la microempresa DISEÑOS BETTY se diseñó un formato de contabilidad de caja, en donde se podrá registrar los ingresos y egresos correspondientes a la confección de ropa para dama; así como también reconocer el saldo disponible originado ya sea por un ingreso o egreso en un determinado momento (Anexo 3. Modelo de contabilidad de caja).

Con esta herramienta se pretende que la empresaria mantenga un control y el conocimiento necesario de todos sus movimientos monetarios (ingresos y egresos) realizados para la elaboración de las prendas.

Para el diligenciamiento de este, en primera medida fue realizado por la asesora, con el fin de demostrarle a la empresaria la forma adecuada de hacerlo.

➤ Área de Producción

○ *Elaborar un formato para la programación de la producción.*

Con el fin de controlar y organizar la producción de la microempresa DISEÑOS BETTY, se elaboró un formato correspondiente a la Programación de la

producción; el cual contiene para cada fila el número de la factura de ventas, el diseño que se va a realizar, las características específicas de dicho pedido, la cantidad de pedido asignado por el cliente, los días gastados para ese pedido, y los materiales que se deben comprar para elaborar el pedido (Anexo 11. Formato de programación de la producción. Diseños Betty).

➤ Área de Ventas

- *Realizar un formato correspondiente a la factura de ventas.*

Teniendo en cuenta el formato presentado por la compañía INSOFT LTDA.; extraído de la página web www.insoftweb.com/capacitacion/recursos/.../inventarios_parte1.pps se diseñó un formato correspondiente a la factura de ventas, con el fin de brindarle a la empresaria una herramienta de gran utilidad para: mantener un registro contable de las cantidades vendidas y su valor monetario; determinar la cantidad de pedido otorgado por el cliente (Información fundamental para la programación de la producción); reconocer si el pedido fue realizado de contado o se ha convertido en una cuenta por cobrar y otros datos de gran importancia para el buen funcionamiento del negocio (Anexo 12. Factura de ventas. Diseños Betty).

- *Diseñar un formato para el registro de ventas mensuales.*

Gracias a la etapa diagnóstica realizada para esta microempresa se detectó que la empresaria no conoce el valor de sus ventas y por consiguiente se le es desconocido el valor monetario y la cantidad de prendas vendidas en un determinado periodo. Es por esto que se diseñó un formato para registrar las ventas realizadas mes a mes, ya que es necesario que toda unidad de negocio reconozca el comportamiento de sus ventas, lo cual ayuda a determinar la cantidad en unidades, la cantidad monetaria y el diseño con mayor acogida por el cliente en un mes determinado (Anexo 13. Formato registro de ventas).

➤ Área de Recursos Humanos

- *Diseñar un formato para el registro de los clientes más frecuentes de la microempresa.*

Este formato se realizó con el fin de que la empresaria mantenga un registro de sus clientes; logrando reconocer aquellos clientes que realizan pedidos con

mayor frecuencia, y así poder ofrecerles descuentos, bonos en fechas especiales y demás promociones brindadas por el negocio (Anexo 14. Formato registro de clientes. Diseños Betty).

➤ Área Administrativa

- *Entregar una serie de folletos informativos de la DIAN y la Cámara de Comercio de Piedecuesta sobre la legalización de las empresas.*

Se le hizo entrega de unos folletos informativos a la empresaria con el fin darle a conocer los requisitos fundamentales que debe tener en cuenta para realizar la legalización de su microempresa. También se quiere lograr con en estos folletos resolver las inquietudes que han surgido en los empresarios sobre el tema de constitución legal de las microempresas (Anexo 15. Folletos de legalización de las empresas).

Para la elaboración de dichos folletos se conto con la información suministrada por la Cámara de Comercio de Piedecuesta, la DIAN, las páginas de internet de estas dos entidades y un material correspondiente al seminario Creación y Constitución de Empresa realizado en el primer semestre del año 2009 en Coomultrasan Multiactiva.

6. BAG'S ALVE

➤ Área de Producción

- *Diseñar el diagrama de flujo de proceso.*

Para la microempresa BAG'S ALVE se vio la necesidad de elaborar el diagrama de flujo del proceso productivo, con el fin de estandarizar y controlar la fabricación de cada uno de los bolsos, sin importar el operario que lo ejecute.






Para la elaboración del diagrama de flujo es importante tener clara la siguiente información:

El diagrama de flujo de proceso es una representación gráfica de la secuencia de todas las operaciones, los transportes, las inspecciones, las esperas y los almacenamientos que ocurren durante un proceso. Incluye, además, la

información que se considera deseable para el análisis, por ejemplo el tiempo necesario y la distancia recorrida²⁷.

La nomenclatura utilizada para elaborar el diagrama de flujo de proceso es la siguiente²⁸:

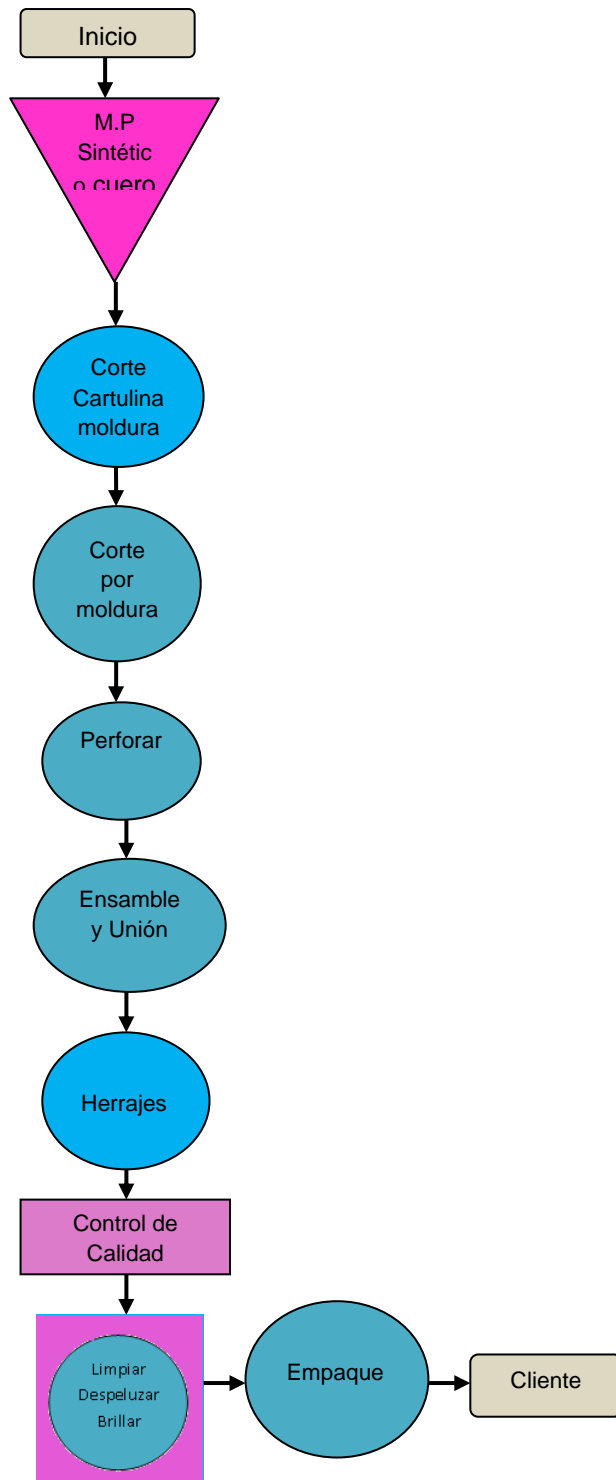
Cuadro 25. Nomenclatura Diagrama de Flujo

Actividad	Símbolo	Significado
Operación		Se produce o se realiza algo.
Transporte		Se cambia de lugar o se mueve un objeto.
Inspección		Se verifica la calidad o la cantidad del producto.
Demora		Se interfiere o se retrasa el paso siguiente.
Almacenaje		Se guarda o se protege el producto o los materiales.

²⁷ Tomado de: <http://148.202.148.5/cursos/id209/mzaragoza/unidad2/unidad2tres.htm>. Agosto de 2009

²⁸ Ibid.

Figura 16. Diagrama de flujo de proceso para la elaboración de bolsos



- *Diseñar la ficha técnica del producto*

Se diseñó una ficha técnica del producto, en donde se encuentra las especificaciones del producto, los costos de materia prima y los tiempos de producción (Anexo 16. Fichas técnicas para la elaboración de bolsos).

La ficha técnica fue diligenciada por la asesora en primera instancia, para dar a conocer al empresario la forma adecuada de hacerlo.

- *Elaborar un formato para la programación de la producción.*

Con el fin de controlar y organizar la producción de la microempresa BAG'S ALVE, así como también lograr el cumplimiento de sus pedidos, se elaboró un formato correspondiente a la Programación de la Producción, el cual contiene para cada fila los responsables del pedido que se va a realizar, el número de la factura de ventas, la referencia, las características específicas de dicho pedido, la cantidad de pedido asignado por el cliente, los días gastados para ese pedido, y los materiales que se deben comprar para elaborar el pedido (Anexo 17. Formato Programación de la producción. Bag's Alve).

- Área financiera y contable

- *Diseñar un modelo sencillo de contabilidad de caja.*

Para la microempresa BAG'S ALVE se diseñó un formato de contabilidad de caja, en donde se podrá registrar los ingresos y egresos correspondientes a la fabricación de los bolsos; así como también reconocer el saldo disponible originado ya sea por un ingreso o egreso en un determinado momento (Anexo 3. Modelo de contabilidad de caja).

Con esta herramienta se pretende que el empresario mantenga un control y el conocimiento necesario de todos sus movimientos monetarios (ingresos y egresos) realizados para la fabricación y venta de los bolsos.

Para el diligenciamiento de este, en primera medida fue realizado por la asesora, con el fin de demostrarle al empresario la forma adecuada de hacerlo.

- *Lograr el contacto entre el empresario y el personal encargado del Programa Crediaportes.*

Se contactó con el personal encargado del Programa Crediaportes de Coomultrasan Multiactiva con el fin de que se realizara el respectivo estudio requerido para la obtención de un microcrédito; el cual va a ser destinado para la compra de maquinaria y materia prima al por mayor.

➤ Área de Mercadeo y Ventas

- *Por medio de la Fundación gestionar los recursos financieros necesarios para la elaboración de una tarjeta de presentación.*

Se gestionó por medio de la Fundación Coomultrasan Multiactiva el subsidio de 500 tarjetas de presentación por un valor de \$ 69.350, con el fin de brindarle al empresario una herramienta de publicidad que sirve como: recordatorio del negocio entre los clientes; contribuye a la introducción de la compañía al mercado regional; refuerza su imagen, y ayuda a crear y sostener el tipo de marketing de boca a boca.

Figura 17. Tarjeta de presentación Microempresa BAG´S ALVE



- *Realizar un formato correspondiente a la factura de ventas.*

Teniendo en cuenta el formato presentado por la compañía INSOFT LTDA.; extraído de la página web www.insoftweb.com/capacitacion/recursos/.../inventarios_parte1.pps se diseñó un formato correspondiente a la factura de ventas, con el fin de brindarle al empresario una herramienta de gran utilidad para: mantener un registro contable de las cantidades vendidas y su valor monetario; determinar las cantidad de pedido otorgado por el cliente (Información fundamental para la programación de la producción); reconocer si el pedido fue realizado de contado o se ha convertido en una cuenta por cobrar y otros datos de gran importancia

para el buen funcionamiento del negocio (Anexo 18. Factura de ventas. Bag's Alve).

- *Diseñar un formato para el registro de ventas mensuales.*

Gracias a la etapa diagnóstica realizada en esta microempresa se detectó que el empresario no conoce el valor de sus ventas y por consiguiente se le es desconocido el valor monetario y la cantidad de bolsos vendidos en un determinado periodo. Es por esto que se diseñó un formato para registrar las ventas realizadas mes a mes, ya que es necesario que toda unidad de negocio reconozca el comportamiento de sus ventas, lo cual ayuda a determinar la cantidad en unidades, la cantidad monetaria y el diseño con mayor acogida por el cliente en un mes determinado (Anexo 13. Formato registro de ventas).

➤ Área de Recursos Humanos

- *Crear el perfil de un auxiliar de producción*

Se elaboró según las necesidades de la microempresa el perfil de un auxiliar de producción, con el fin de estandarizar las funciones y responsabilidades para este cargo, además este perfil se convierte en una herramienta indispensable al momento de contratar personal.

A continuación se presenta el perfil del auxiliar de producción.

PERFIL AUXILIAR DE PRODUCCIÓN

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del cargo: Auxiliar de Producción

Supervisor inmediato: Persona encargada del Área de Producción

2. OBJETIVO GENERAL

Incrementar la capacidad de producción de la microempresa.

3. PERFIL DEL CARGO

Educación:

El aspirante debe tener el título de Bachiller y haber realizado un curso relacionado con la producción o fabricación de bolsos para dama.

Experiencia:

Mínimo 6 meses como auxiliar del proceso productivo de bolsos para dama.

Requisitos generales:

- Tener medio de transporte o capacidad para desplazarse hasta Tejaditos Piedecuesta.
- Preferiblemente debe ser de sexo femenino.
- Tener buena presentación personal.

4. PERFIL DE CAPACIDADES Y ACTITUDES

Capacidades generales:

- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad para realizar diferentes labores relacionadas con la elaboración de bolsos para dama.
- Capacidad para realizar todas sus funciones con la mejor disposición con el fin de obtener los resultados esperados.

Actitudes:

- Responsabilidad
- Compromiso
- Honradez
- Optimismo
- Puntualidad

5. FUNCIONES DEL CARGO

- Cortar cartulina por moldura.
- Pegar diferentes piezas del producto que se encuentra en proceso.
- Realizar perforaciones en el producto que se encuentra en proceso
- Colocar los respectivos aros en cada uno de los bolsos ya elaborados.
- Despeluzar, limpiar y brillar el producto terminado.
- Empacar el producto terminado.

➤ Área Administrativa

- *Entregar una serie de folletos informativos de la DIAN y la Cámara de Comercio de Piedecuesta sobre la legalización de las empresas.*

Se le hizo entrega de unos folletos informativos al empresario dándole a conocer los requisitos fundamentales que debe tener en cuenta para realizar la legalización de su microempresa. También se quiere lograr con estos folletos resolver las inquietudes que han surgido en los empresarios sobre el tema de constitución legal de las microempresas (Anexo 15. Folletos de legalización de las empresas).

Para la elaboración de dichos folletos se conto con la información suministrada por la Cámara de Comercio de Piedecuesta, la DIAN, las páginas de internet de estas dos entidades y un material correspondiente al seminario Creación y Constitución de Empresa realizado en el primer semestre del año 2009 en Coomultrasan Multiactiva.

7. CONFECCIONES JAURO

➤ Área Administrativa

- *Entregar una serie de folletos informativos de la DIAN y la Cámara de Comercio de Piedecuesta sobre la legalización de las empresas.*

Se le hizo entrega de unos folletos informativos a cerca de la legalización empresarial, con el fin de dar a conocer los requisitos fundamentales que debe tener en cuenta para realizar la legalización de su microempresa. También se quiere lograr con en estos folletos resolver las inquietudes que han surgido en los empresarios sobre el tema de constitución legal de las diferentes unidades de negocio (Anexo 15. Folletos de legalización de las empresas).

Para la elaboración de dichos folletos se conto con la información suministrada por la Cámara de Comercio de Piedecuesta, la DIAN, las páginas de internet de estas dos entidades y un material correspondiente al seminario Creación y Constitución de Empresa realizado en el primer semestre del año en curso en Coomultrasan Multiactiva.

➤ Área Financiera y Contable

- *Diseñar un modelo sencillo de contabilidad de caja*

Para la microempresa CONFECCIONES JAURO se diseñó un formato de contabilidad de caja, en donde se podrá registrar los ingresos y egresos correspondientes a la fabricación de los bolsos; así como también reconocer el saldo disponible originado ya sea por un ingreso o egreso en un determinado momento (Anexo 3. Modelo de contabilidad de caja)

Con esta herramienta se pretende que el empresario mantenga un control y el conocimiento necesario de todos sus movimientos monetarios (ingresos y egresos) realizados para la fabricación y venta de cada una de las prendas.

Para el diligenciamiento de este, en primera medida fue realizado por la asesora, para demostrarle al empresario la forma adecuada de hacerlo.

- *Diseñar dos plantilla (una de ella en medio físico y la otra en Excel) que permitan controlar el inventario de cada prenda.*

En primera instancia se diseñó y se implementó una plantilla básica de inventario; con el fin de reconocer la clase de artículos con los que cuenta la microempresa, su ubicación dentro del negocio, su cantidad, el valor unitario, el valor total y su correspondiente precio de venta. (Anexo 18. Plantilla para el control de inventario. Confecciones Jauro)

Esta plantilla se entregó en medio físico y el empresario recibió las instrucciones correspondientes para su diligenciamiento.

Una vez realizado el inventario físico de la mercancía de la microempresa, se procedió a implementar las plantillas en Excel diseñadas para controlar el inventario de cada prenda (Ver la plantilla en el CD anexo a este documento).

El empresario recibió una capacitación a cargo de la asesora con respecto al diligenciamiento de las plantillas para el control del inventario a través del programa Excel.

➤ Área de Mercadeo y Ventas

- *Por medio de la Fundación gestionar los recursos financieros necesarios para la elaboración de una tarjeta de presentación.*

Se gestionó por medio de la Fundación Coomultrasan Multiactiva el subsidio de 500 tarjetas de presentación por un valor de \$69.350, con el fin de brindarle al empresario una herramienta de publicidad que sirve como: recordatorio del negocio entre los clientes; contribuye a la introducción de la compañía al mercado regional; refuerza su imagen, y ayuda a crear y sostener el tipo de marketing de boca a boca.

Figura 18. Tarjeta de presentación Microempresa CONFECCIONES JAURO



➤ Área de Logística

- *Buscar una mejor distribución, organización y ubicación de la materia prima o el producto terminado.*

Por medio de la Fundación Coomultrasan Multiactiva se subsidio un stand metálico con un valor de \$ 90.000; el cual fue destinado para ubicar el producto terminado de tal forma que se pueda organizar por cierta característica específica, como por ejemplo la talla, tipo de prenda, color, etc. Otorgando al empresario mayor facilidad al momento de realizar un inventario, o buscar cualquier diseño.

Este stand se entregó el día 21 de Diciembre del año 2009.

➤ Área Financiera y Contable

- *Lograr el contacto entre el empresario y el personal encargado del Programa Crediaportes.*

Se contactó con el personal encargado del Programa Crediaportes de Coomultrasan Multiactiva con el fin de que se realizara el respectivo estudio requerido para la obtención de un microcrédito; el cual tiene como fin de ser invertido en la redistribución y ampliación del negocio.

8. CAFETERÍA LUXEMBURGO

➤ Área de Mercadeo

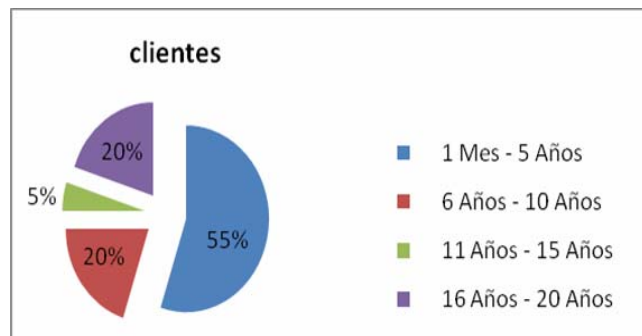
- *Elaborar una encuesta para ser aplicada a 20 clientes.*

Se elaboró y se aplicó una encuesta de servicio al cliente con el fin de reconocer la opinión de la clientela acerca de ciertos factores relacionados con la ambientación de la cafetería, el servicio ofrecido y detectar la posibilidad de brindar unos servicios adicionales (Anexo 19. Encuesta servicio al cliente. Cafetería Luxemburgo)

Los resultados obtenidos tras la aplicación de la encuesta son los siguientes:

1. ¿Hace cuanto visita nuestra cafetería?

Figura 19. Tiempo en que han visitado la cafetería los clientes

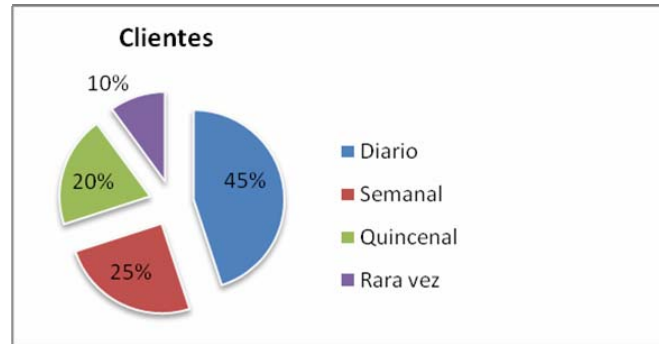


Según los datos arrojados por la encuesta se puede observar que de los 20 clientes encuestados el 55% (11 clientes) han visitado la cafetería entre un periodo de 1 mes a 5 años, un 20% (4 clientes) lo han hecho entre 6 años a 10 años, otro 20% (4 clientes) entre 16 años a 20 años y el 5% restante (1 clientes) dijo haber visitado la cafetería entre un periodo de 6 a 10 años. Estos

resultados reflejan que la mayoría de los encuestados son clientes fieles al negocio, los cuales realizan compras frecuentes; demostrando la gran acogida que presenta esta cafetería en la zona en donde se encuentra ubicada.

2. ¿Con que frecuencia realiza las visitas?

Figura 20. Periodicidad de las visitas



Para esta pregunta los resultados obtenidos al ejecutar las encuestas demuestran que el 45% (9 clientes) de los clientes realizan visitas diariamente a la cafetería, seguido por un 25% (5 clientes) que lo hacen semanalmente, un 20% (4 clientes) quincenal y el 10% (2 clientes) restante las vistas las realizan rara vez.

Gracias a estos resultados se puede concluir que además de que la mayoría de la clientela de la Cafetería Luxemburgo sean clientes fieles, son consumidores que visitan a este negocio casi todos los días, otorgando un nivel de ventas significativo.

3. Indique cuál es su grado de satisfacción (Muy Satisfecho (MS), Satisfecho (S) e Insatisfecho (I), con respecto a los siguientes aspectos:

Figura 21. Atención al cliente



Figura 22. Agilidad del servicio

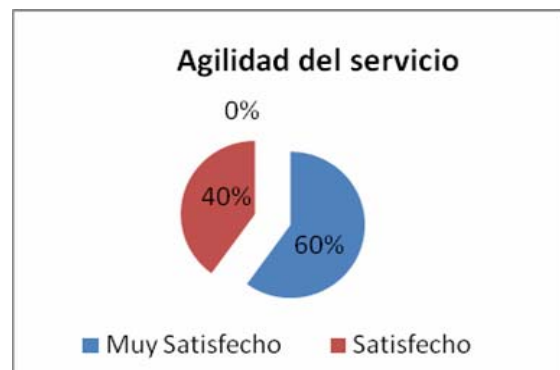


Figura 23. Precio de los productos

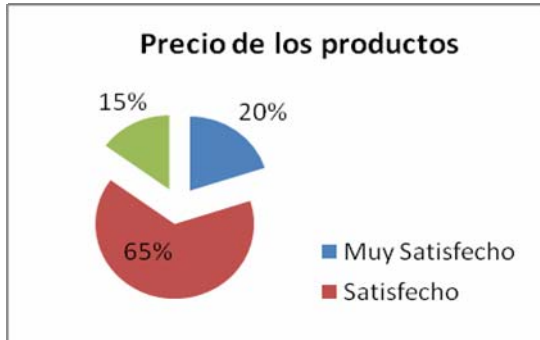


Figura 24. Calidad de los productos



De acuerdo con la información suministrada por las encuestas y realizando un análisis general para todas las variables mencionadas en esta pregunta; como son: Atención al cliente, Agilidad del servicio; Precio de los productos y Calidad de los productos se puede observar que la mayoría de los clientes se encuentran muy satisfechos con respecto a estas variables, exceptuando los resultados obtenidos para el Precio de los productos; ya que el 65% de los clientes (13 clientes) están satisfechos.

A continuación se presentan los resultados para cada una de las variables.

Atención al cliente: Muy satisfechos 55% de los clientes (11 clientes)
Satisfechos: 45% de los clientes (9 clientes)

Agilidad del servicio: Muy satisfechos 60% de los clientes (12 clientes)
Satisfechos: 40% de los clientes (8 clientes)

Precio de los productos: Muy satisfechos 20% de los clientes (4 clientes)
Satisfechos: 65% de los clientes (13 clientes)
Insatisfecho: 15% de los clientes (3 clientes)

Calidad de los productos: Muy satisfechos 60% de los clientes (12 clientes)
Satisfechos 35% de los clientes (7 clientes)
Insatisfechos 5% de los clientes (1 cliente)

Con esta información se demuestra la buena aceptación de la mayoría de la clientela hacia las variables mencionadas anteriormente; las cuales son fundamentales para lograr la satisfacción y fidelidad del cliente. Y a su vez

estos resultados reflejan que los consumidores están disfrutando de los buenos servicios y de la calidad de los productos ofrecidos en la cafetería.

4. Califique como Excelente (E), Bueno (B), Regular (R) o Malo (M), los siguientes factores relacionados con la ambientación de la cafetería.

Figura 25. Música de fondo

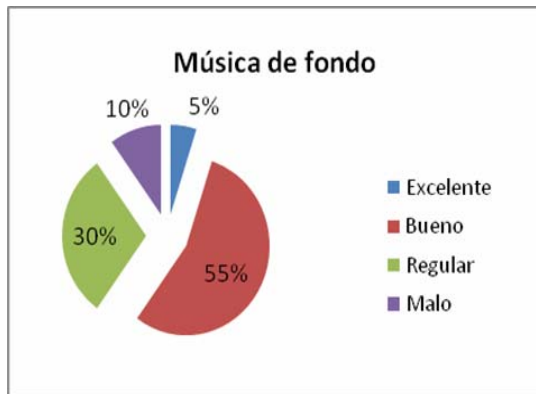


Figura 26. Decoración del lugar

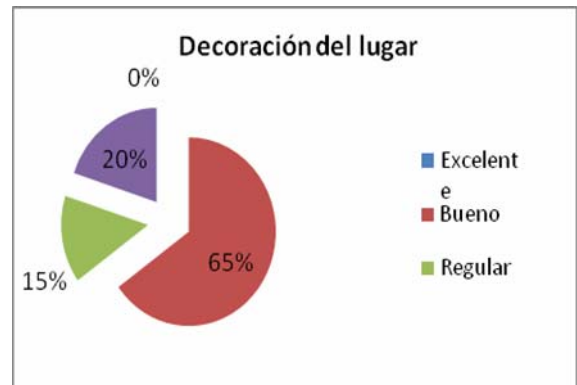


Figura 27. Ventilación

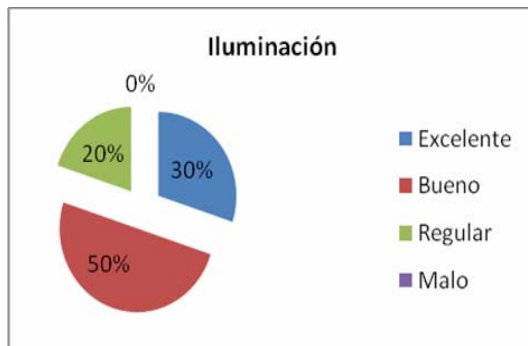


Figura 28. Iluminación

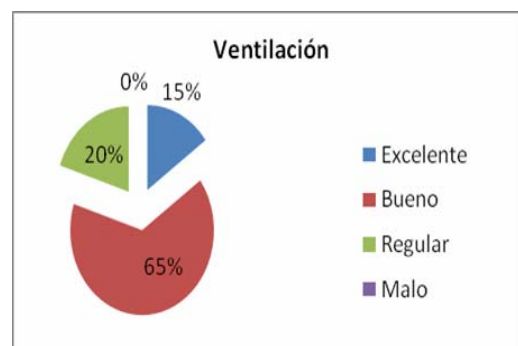


Figura 29. Espacio para la atención al público

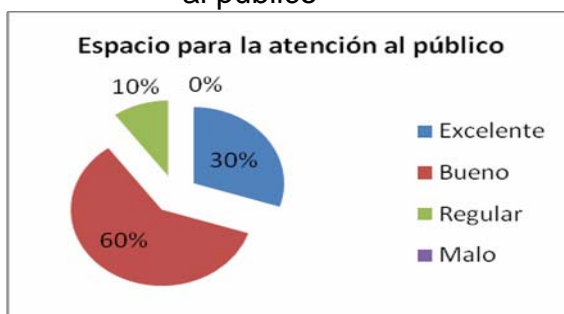


Figura 30. Organización de sillas y mesas



Figura 31. Limpieza del establecimiento

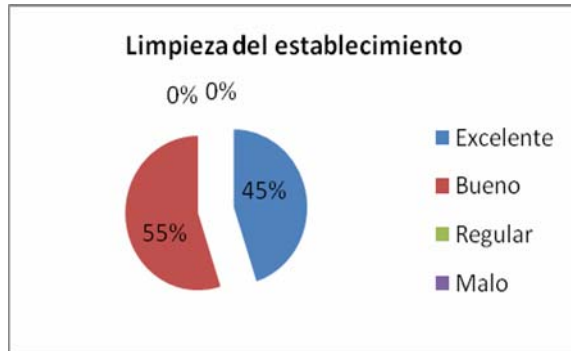


Figura 32. Estado de las sillas y mesas

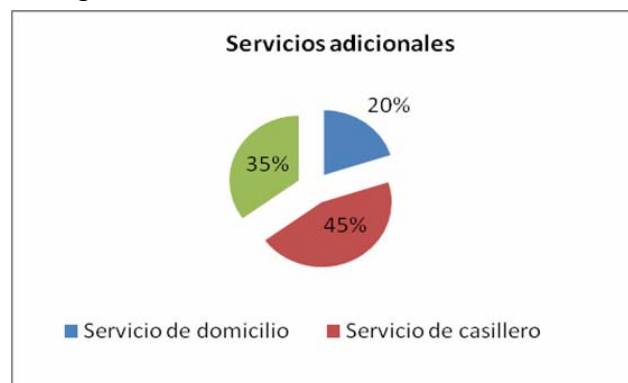


La mayoría de los clientes encuestados califican como BUENO cada uno de los factores mencionados en esta pregunta relacionados con la ambientación de la cafetería.

Estos resultados reflejan que los clientes se sienten a gusto visitando el establecimiento; sin embargo se puede mejorar la ambientación de la cafetería para que la clientela encuentre un espacio agradable y confortable, el cual puedan calificarlo como EXCELENTE.

5. ¿Qué otro servicio adicional le gustaría que se ofreciera en la cafetería?

Figura 33. Servicios adicionales

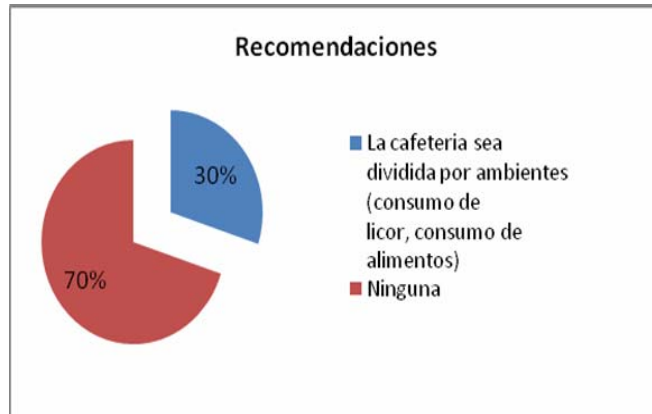


Esta pregunta es fundamental para reconocer aquellos servicios que el cliente desea encontrar en la cafetería. Al aplicar la encuesta se pudo detectar que el 45% de los clientes (9 clientes) desean el servicio de casillero, seguido por un

35% (7 clientes) que consideran que no es necesario un servicio adicional y el 20% restante están interesados en que este negocio ofrezca el servicio de casillero.

6. ¿Presenta algún tipo de recomendación adicional sobre el servicio que ofrece la cafetería?

Figura 34. Recomendaciones



El 70% de los clientes (14 clientes) no hacen ningún tipo de recomendación adicional al negocio, ellos consideran que la cafetería está ofreciendo un servicio y productos que satisface sus necesidades.

El 30% restante (6 clientes) les gustaría poder encontrar en la cafetería dos ambientes distintos para cada tipo de consumidor, ya que a este negocio lo visitan personas que van a ingerir licor y personas que simplemente van a comprar cualquier otro tipo de producto como gaseosas, empanadas, avena, etc. Es por esto que este porcentaje de encuestados recomiendan que la cafetería sea dividida por ambientes; uno familiar y otro para personas que van a consumir cualquier tipo de licor.

➤ Área Administrativa

- *Entregar dos folletos informativos sobre las enfermedades transmitidas por alimentos (ETA) y la forma cómo prevenir estas enfermedades.*

Se vio la necesidad de diseñar y entregar al empresario dos folletos de las Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA) y su forma de prevención, puesto que en este establecimiento existe la manipulación de alimentos y es necesario que el personal encargado de esta labor se informe sobre ciertas

enfermedades que se pueden transmitir al consumidor por el manejo inadecuado en la preparación de la comida (Anexo 20. Folletos ETAS), (Anexo 21. Folleto prevención ETAS)

9. RESTAURANTE EL ARGENTINO

➤ Área de Contabilidad

- *Diseñar una plantilla en Excel para llevar la contabilidad de caja.*

Se diseñó una plantilla en Excel correspondiente a un modelo sencillo de contabilidad de caja; brindándole a la empresaria una herramienta indispensable para reconocer los ingresos, egresos y el saldo disponible proveniente de la venta de comida del restaurante (Ver plantilla en el CD anexo a este documento).

➤ Área de Ventas

- *Diseñar un formato para el registro de ventas mensuales.*

Se diseñó un formato para registrar las ventas diarias del RESTAURANTE EL ARGENTINO; con el fin de poder identificar el valor total de las ventas al final del día, los platos más solicitados por los consumidores, y las ventas realizadas por cada uno de los meseros (Anexo 22. Formato registro de ventas. Restaurante el Argentino).

➤ Área de Recursos Humanos

- *Organizar un plan de capacitación para el personal encargado del servicio al cliente (meseros).*

Se programó y se desarrolló una capacitación de servicio al cliente el día 21 de Noviembre del año 2009 en las instalaciones del restaurante. Esta capacitación fue otorgada por la Asesora y Capacitadora Empresarial Olga Lucia Mora.

A continuación se presenta el informe realizado por la asesora Olga Lucia Mora correspondiente a la capacitación realizada.

INFORME DE ACTIVIDAD - RESTAURANTE EL ARGENTINO

OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD

Realizar la Conferencia "SERVICIO AL CLIENTE...EL MEJOR SERVICIO", como actividad de cierre del programa desarrollado en la empresa.

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

Mediante el desarrollo de un taller práctico con carácter participativo que promueve el intercambio de saberes, y con el apoyo de ayudas audiovisuales se realizó una amena y constructiva jornada dentro de las instalaciones del Restaurante, en la cual participaron 6 integrantes del equipo de trabajo.

Como aporte al trabajo realizado y por solicitud particular de la Señora Ismelda Bárcenas, se presenta este sencillo resumen con el objeto de relatar lo tratado en el evento.

En esencia se hizo una conferencia centrada en los elementos particulares que caracterizan un buen servicio, anotando especialmente que la experiencia gastronómica de los restaurantes se fundamenta en tres pilares: atención, comida y gerencia; y que cuando uno de ellos colapsa falla toda la estructura. De los tres, es en la atención donde los comensales perciben y condenan con mayor facilidad las fallas. Por eso es que contratar buenos meseros es tan importante para el negocio como contar con una buena brigada de cocina o con un buen gerente que tenga en claro además de los elementos relacionados con la gestión, la claridad en la importancia del servicio.

Uno de los puntos centrales para fomentar el intercambio de saberes es la dinámica en la cual se les preguntó sobre cuáles eran esos aspectos negativos que habían encontrado en su última visita a un restaurante o a un negocio similar, y sus respuestas fueron:

- ◆ Demora en el servicio.
- ◆ Trato indiferente y descortés del personal.
- ◆ Quien le atendió le discutió.
- ◆ Demasiado lleno el local.
- ◆ Mala sazón.
- ◆ Baños desaseados.

Además se analizó si en el restaurante, también se presentaban estos problemas y se hizo la reflexión para realizar las mejoras.

PARA TENER PRESENTE:

1. Recordar que un programa de servicio al cliente inicia precisamente en las quejas o reclamaciones más frecuentes que hace el cliente, por eso la empresa debe estar pendiente de cualquier observación que se reciba por simple que parezca, porque esto nos permite corregir y tener un servicio de calidad y especialmente lograr que nuestros clientes vuelvan.
2. El verdadero servicio se basa en la “cultura del detalle”, por eso no se pueden descuidar los aspectos que uno cree que no son importantes pero que para el cliente no pasan desapercibidos.
3. Si bien el 90% de las empresas son de carácter familiar, la estructura y el enfoque debe ser empresarial, o si no el cliente será el primero en notarlo.

➤ Área Administrativa

- *Entregar dos folletos informativos sobre las enfermedades transmitidas por alimentos (ETA) y la forma cómo prevenir estas enfermedades.*

Se vio la necesidad de diseñar y entregar al empresario dos folletos de las Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA) y su forma de prevención, puesto que en este establecimiento existe la manipulación de alimentos y es necesario que el personal encargado de esta labor se informe sobre ciertas enfermedades que se pueden transmitir al consumidor por el manejo inadecuado en la preparación de alimentos (Anexo 20. Folleto ETAS), (Anexo 21. Folleto prevención ETAS)

10. MICROMERCADO EL MOMPIRRY

➤ Área Financiera y Contable

- *Diseñar un modelo sencillo de contabilidad de caja*

Para la microempresa MICROMERCADO EL MOMPIRRY se diseñó un formato de contabilidad de caja, en donde se podrá registrar los ingresos y egresos; así como también reconocer el saldo disponible originado ya sea por un ingreso o egreso en un determinado momento (Anexo 3. Modelo de contabilidad de caja)

Con esta herramienta se pretende que la empresaria mantenga un control y el conocimiento necesario de todos sus movimientos monetarios (ingresos y egresos) realizados por la venta de productos de la canasta familiar.

Para el diligenciamiento de este, en primera medida fue realizado por la asesora, con el fin de demostrarle al empresario la forma adecuada de hacerlo.

- *Diseñar una lista de verificación para cada stand o vitrina.*

Teniendo en cuenta la lista de verificación implementada por las asesoras encargadas del Programa de Asesoría del semestre anterior, se diseñó un formato similar de lista de verificación para los productos contenidos en cada stand o vitrina del MICROMERCADO EL MOMPIRRY.

Este formato tiene como fin ayudarle al empresario a reconocer en que periodo se deben realizar las compras de los productos más escasos, evitando aumentar el inventario (Anexo 23. Formato lista de verificación. Micromercado el Mompirry

11. MARIANITA HOGAR

➤ Área Financiera y Contable

- *Lograr el contacto entre el empresario y el personal encargado del Programa Crediaportes.*

Se contactó con el personal encargado del Programa Crediaportes de Coomultrasan Multiactiva con el fin de que se realizara el respectivo estudio requerido para la obtención de un microcrédito; el cual tiene como fin de ser invertido en la compra de materia prima al por mayor.

➤ Área de Mercadeo

- *Elaborar el portafolio de productos para la microempresa MARIANITA HOGAR.*

Se diseñó y elaboró un portafolio de productos para que la empresaria cuente con una herramienta de presentación ante negociaciones comerciales.

Este catalogo está compuesto por cuatro secciones. La primera sección se titula “Quienes Somos” y allí se encuentra la información básica de la microempresa como es: Misión, Visión y Reseña histórica. En la segunda sección aparece la definición y generalidades del Estropajo. La tercera sección está contenida por la explicación del proceso de elaboración de los productos a base de estropajo. En la cuarta sección se realiza una descripción de cada producto, mostrando una imagen con su respectiva referencia, sus características específicas y su precio. Y en la última sección aparecen las referencias comerciales (Anexo 24. Portafolio de productos microempresa Marianita Hogar)

- *Gestionar los contactos necesarios con algunos clientes potenciales de la ciudad.*

Se realizó el contacto con la persona encargada del proceso de compras del almacén HIPERKASA (ubicado en la calle 36 No 13- 32 Centro), obteniendo buenos resultados para la microempresa ya que los productos a base de estropajo fueron aceptados para realizar la fase de prueba, que consiste en determinar el grado de aceptación de los productos por parte de los consumidores durante un mes.

También se gestionaron algunos contactos con los VIVEROS ARTESANIAS EL BOSQUE, pero por la temporada de Diciembre solo estaban aceptando productos navideños; sin embargo, se pudo conocer que a partir del 10 de Enero del año 2010 se podían presentar los productos ante el departamento de compras de esta empresa.

- *Por medio de la Fundación gestionar los recursos financieros necesarios para la elaboración de una tarjeta de presentación.*

Se gestionó por medio de la Fundación Coomultrasan Multiactiva el subsidio de 500 tarjetas de presentación por un valor de \$69.350, con el fin de brindarle al empresario una herramienta de publicidad que sirve como: recordatorio del negocio entre los clientes; contribuye a la introducción de la compañía al mercado regional; refuerza su imagen, y tiene un valor inestimable para crear y sostener el tipo de marketing de boca a boca.

Figura 35. Tarjeta de presentación Microempresa MARIANITA HOGAR



7.6 SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LAS ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS EN CADA UNA DE LAS MICROEMPRESAS

Para el desarrollo de esta fase de seguimiento del Programa de Asesoría se elaboró y se desarrolló una encuesta dirigida a cada una de las unidades de negocio, con el fin de evaluar la aplicabilidad del plan de acción diseñado para cada una de ellas.

Esta encuesta fue aplicada por vía telefónica durante el mes de Diciembre del año 2009 y los resultados obtenidos fueron los siguientes.

1. ENCUESTA MISCELANEA DEL QUIMICO

- ◆ ¿Empezó a diligenciar el formato de contabilidad de caja y las plantillas para el control de inventario y control de cartera suministradas por la asesora? SI ___ NO ___ Porque
- ◆ ¿Ha tenido en cuenta el panorama de factores de riesgo?
- ◆ ¿Le gustaría seguir recibiendo las asesorías brindadas por Coomultrasan Multiactiva?
- ◆ ¿Cuales serian los temas de su interés para unas próximas asesorías?

RESULTADOS DEL SEGUIMIENTO

- ◆ En el momento de realizar el seguimiento la empresaria había empezado a diligenciar el formato de contabilidad de caja y el inventario físico, logrando obtener los siguientes resultados: mayor orden y control de sus ingresos, egresos y el saldo disponible después de una compra de insumos o una venta; reconocimiento de las existencias en stock por nombre, marca, ubicación y cantidad, obteniendo mayor control para realizar los pedidos de cada producto químico.

Debido a que el seguimiento se realizó durante el mes de Diciembre la empresaria no contaba con el tiempo disponible para implementar todos los formatos y plantillas otorgadas por la asesora; no se había utilizado la plantilla para el control de cartera ni se había realizado el diligenciado de la plantilla en Excel para registrar el inventario de cada producto. Sin embargo gracias a la utilidad que estos formatos presentaban para el negocio la empresaria se comprometió que para el año 2010 se implementarían cada uno de ellos.

- ◆ Gracias al panorama de factores de riesgo elaborado por la asesora se tomaron algunas medidas preventivas en el área de Bodega, las cuales fueron la implementación adecuada de los elementos de protección personal (los tapabocas y los guantes estaban siendo utilizados por el personal de esta área cada vez que manipulaban los productos químicos).
- ◆ La empresaria si le gustaría seguir recibiendo asesorías empresariales, ya que gracias a este tipo de ayuda empresarial lograron una mayor organización en el área administrativa de su microempresa.
- ◆ Los temas de interés para unas próximas asesorías son: Ventas y Servicio al cliente.

2. ENCUESTA MUEBLES Y ESTILOS FERNANDO

- ◆ ¿Logró obtener el microcrédito por medio del Programa Crediaportes de Coomultrasan Multiactiva? SI ___ NO ___ Porque

- ◆ ¿Le gustaría seguir recibiendo las asesorías brindadas por Coomultrasan Multiactiva?
- ◆ ¿Cuales serian los temas de su interés para unas próximas asesorías?

RESULTADOS DEL SEGUIMIENTO

- ◆ Por medio del Programa Crediaportes se le realizó al empresario el respectivo estudio para la consecución del microcrédito, pero por no contar con el requisito de un codeudor no se logro adquirir el préstamo.
- ◆ El empresario se encuentra interesado en seguir recibiendo las asesorías, ya que sus expectativas es lograr montar la oficina de ventas para que su negocio sea más sólido y rentable y considera que por medio de las asesorías brindadas por Coomultrasan puede obtener apoyo profesional en todo lo relacionado con temas empresariales.
- ◆ Los temas de interés son: servicio al cliente, técnicas de mercadeo, publicidad, entre otros.

3. ENCUESTA MUEBLES, GALERIA, DISEÑO Y DECORACIONES AMY

- ◆ ¿Ha diligenciado las plantillas para el control de inventario para la sala de ventas y la bodega? SI ___ NO ___ Porque
- ◆ ¿Para qué han servido los resultados obtenidos por medio de la aplicación y evaluación de la encuesta de servicio al cliente?
- ◆ ¿Qué aplicabilidad ha tenido el folleto de técnicas de exhibición?
- ◆ ¿Le gustaría seguir recibiendo las asesorías brindadas por Coomultrasan Multiactiva?
- ◆ ¿Cuales serian los temas de su interés para unas próximas asesorías?

RESULTADOS DEL SEGUIMIENTO

- ◆ Aunque no se habían implementado las plantillas para el control de inventario, estas se tuvieron en cuenta para diseñar los formatos que están siendo utilizados para dicho control.
- ◆ Los resultados de la encuesta sirvieron para reconocer ciertos aspectos relevantes para el negocio; como por ejemplo la reubicación adecuada de la mercancía dividiéndola por espacios.
- ◆ El folleto de técnicas de exhibición para ventas logró un gran impacto en la empresaria, la cual consideró tener en cuenta para informarse y realizar posibles cambios en el lugar en donde se realizan las ventas de los muebles.
- ◆ La empresaria si está dispuesta en seguir recibiendo las asesorías, sin embargo considera que el poco tiempo que dispone para estas hacen que se dificulte el proceso.
- ◆ Los temas para una próximas asesorías son: Control interno, Servicio al cliente, entre otros.

4. ENCUESTA MIGUEL MOTOS

- ◆ ¿Empezó a diligenciar el formato de contabilidad de caja y las plantillas para el control de inventario? SI __ NO __ Porque
- ◆ ¿Ha implementado el formato de orden de servicio? SI__ NO __ Porque
- ◆ ¿Ha utilizado la plantilla para realizar la nomina de los empleados? SI __ NO __ Porque
- ◆ ¿Le gustaría seguir recibiendo las asesorías brindadas por Coomultrasan Multiactiva?
- ◆ ¿Cuales serian los temas de su interés para unas próximas asesorías?

RESULTADOS DEL SEGUIMIENTO

- ◆ El formato de contabilidad de caja se empezó a diligenciar pero con algunas modificaciones; la empresaria llevaba sus cuentas en un cuaderno, en donde registraba las ventas del día (ingresos), los gastos para la compra de repuestos (egresos) y al final del día calculaba la ganancia restando los gastos de las ventas. Logrando mayor control en sus cuentas.

En cuanto a las plantillas para el control de inventario ya se estaban utilizando; logrando reconocer la cantidad de artículos que tenían en el almacén.

- ◆ A pesar que no se había empezado a implementar el formato de orden de servicio, este se había dado a conocer a cada uno de los empleados que laboraban en el taller y ellos se comprometieron a utilizarlo cada vez que se solicite un servicio por parte de cualquier cliente.
- ◆ La plantilla para la nomina de los empleados se empezó a diligenciar pero en físico, la empresaria tomo como guía la plantilla de Excel y elaboró un formato en físico en donde aparecían los mismos datos (nombre del empleado, los días trabajados, total devengado, etc.). Esta modificación fue realizada por la empresaria porque aun no disponía de un computador para realizarlo en Excel y consideraba relevante llevar un control de la nomina de sus empleados.

Al mantener este registro se logró reconocer la cantidad correspondiente a la retribución económica para cada empleado, evitando posibles inconvenientes por un pago inadecuado.

- ◆ La empresaria quedo muy satisfecha con la asesoría brindada por Coomultrasan y si estaría dispuesta en seguir recibiendo esta clase de ayudas empresariales, ya que considera que el conocimiento profesional es necesario para el desarrollo optimo de cualquier negocio.
- ◆ Para próximas asesorías estaría interesada en temas relacionados con sistemas de información.

5. ENCUESTA DISEÑOS BETTY

- ◆ ¿Empezó a diligenciar el formato de contabilidad de caja y Programación de la producción? SI ___ NO ___ Porque

¿Ha implementado el formato de Factura de ventas, Registro de ventas y Registro de clientes? SI __ NO __ Porque

- ◆ ¿Qué aplicabilidad han tenido los folletos sobre legalización empresarial? SI __ NO __ Porque
- ◆ ¿Le gustaría seguir recibiendo las asesorías brindadas por Coomultrasan Multiactiva?
- ◆ ¿Cuales serian los temas de su interés para unas próximas asesorías?

RESULTADOS DEL SEGUIMIENTO

- ◆ Se ha empezado a utilizar los formatos de Contabilidad de Caja y Programación de la producción obteniendo resultados como: Reconocimiento de las ganancias para el mes de Diciembre, las cuales fueron de \$ 7.500.000 aproximadamente y control en la elaboración de los pedidos realizados por los clientes, ya que gracias al formato la empresaria sabia cuanto tiempo se gastaría para diseñar cada prenda, reconocía la cantidad de insumos utilizados y la cantidad de prendas solicitadas, otorgando puntualidad en la entrega de los pedidos al cliente.
- ◆ Los formatos correspondientes a Factura de ventas, Registro de ventas y Registro de clientes no se habían empezado a implementar por el poco tiempo disponible para el diligenciamiento de los mismos; debido a la gran cantidad de pedidos realizados durante el mes de Diciembre.
- ◆ Gracias a los folletos informativos se despejaron algunas de las dudas que presentaba la empresaria referente al tema de legalización empresarial; sin embargo por el momento no es prioridad realizar los trámites para legalizar la microempresa.
- ◆ La empresaria si está interesada en seguir recibiendo las asesorías brindadas por la Fundación Coomultrasan Multiactiva, ya que han sido de gran utilidad para su unidad de negocio.
- ◆ El tema de mayor interés es acerca del Control de las ganancias.

6. ENCUESTA BAG'S ALVE

- ◆ ¿Ha implementado el diagrama de flujo del proceso para el área productiva? SI__ NO __ Porque
- ◆ ¿Empezó a diligenciar la ficha técnica del producto para el área productiva? SI __ NO __ Porque
- ◆ ¿Ha empezado a diligenciar los formatos correspondientes a: Programación de la Producción, Contabilidad de caja? SI __ NO __ Porque
- ◆ ¿Logró obtener el microcrédito por medio del Programa Crediaportes de Coomultrasan Multiactiva? SI __ NO __ Porque
- ◆ ¿Qué utilidad han tenido las tarjetas de presentación para la microempresa?
- ◆ ¿Ha implementado el formato de Factura de ventas y Registro de ventas? SI __ NO __ Porque
- ◆ ¿Ha gestionado la selección del auxiliar de producción?
- ◆ ¿Qué aplicabilidad han tenido los folletos sobre legalización empresarial?
- ◆ ¿Le gustaría seguir recibiendo las asesorías brindadas por Coomultrasan Multiactiva?
- ◆ ¿Cuales serian los temas de su interés para unas próximas asesorías?

RESULTADOS DEL SEGUIMIENTO

- ◆ El empresario ha tenido en cuenta el diagrama del proceso productivo para elaborar cada uno de los bolsos y de esta manera logró estandarizar y reconocer la secuencia de los procesos para la fabricación de los mismos.
- ◆ Las fichas técnicas se empezaron a diligenciar para los diseños de mayor demanda, obteniendo mejores resultados en cuanto al control de los costos de las materias primas, reconocimiento de los insumos para cada diseño, control

en los tiempos de cada proceso y determinación de los proveedores más adecuados.

Las expectativas del empresario es lograr elaborar la ficha técnica para cada uno de los diseños.

- ◆ El formato de Programación de la Producción se ha diligenciado para cada pedido solicitado, lo cual ha generado mayor control en el tiempo de entrega y en la compra de insumos.
- ◆ Se realizó el estudio para la obtención del microcrédito por medio del Programa Crediaportes de Coomultrasan Multiactiva y fue viable otorgar el préstamo al empresario, pero debido a que no se presentaron los documentos requeridos por Crediaportes no se logro adquirir el préstamo.
- ◆ Gracias a las tarjetas de presentación otorgadas por la Fundación Coomultrasan Multiactiva el empresario logró el reconocimiento de la microempresa por varios posibles clientes de la ciudad; aunque hasta el momento no se ha incrementado su clientela se espera que para los próximos meses se logre capturar al menos 5 clientes potenciales.
- ◆ El empresario está realizando la gestión para obtener el talonario correspondiente a la factura de ventas, y así empezar a utilizar este formato.
- ◆ Gracias a que existe un control en el manejo del tiempo para la producción de los bolsos no es necesario contratar más personal y por esto el empresario considera que en el momento no se va a realizar el proceso de selección del auxiliar de producción.
- ◆ Los folletos de legalización empresarial han servido para que el empresario se informe sobre los trámites que se deben realizar a la hora de legalizar su microempresa.

Al momento de realizar el seguimiento no se había empezado la gestión por falta de tiempo pero se espera que la microempresa este legalizada en el transcurso del primer semestre del año 2010.

- ◆ El empresario considera que las asesorías son de gran utilidad para el buen funcionamiento del negocio y si está dispuesto en seguir recibiendo esta clase de asesorías empresariales.
- ◆ El tema de mayor interés se relaciona con el Control de la producción para la línea de bolsos informales (morrales, bolsos deportivos, etc).

7. ENCUESTA CONFECCIONES JAURO

- ◆ ¿Qué aplicabilidad han tenido los folletos sobre legalización empresarial?
- ◆ ¿Empezó a diligenciar el formato de contabilidad de caja y las plantillas para el control de inventario? SI ___ NO ___ Porque
- ◆ ¿Qué utilidad han tenido las tarjetas de presentación para la microempresa?
- ◆ ¿Logró obtener el microcrédito por medio del Programa Crediaportes de Coomultrasan Multiactiva? SI ___ NO ___ Porque
- ◆ ¿Qué utilidad se obtuvo con la adquisición del estante metálico?
- ◆ ¿Le gustaría seguir recibiendo las asesorías brindadas por Coomultrasan Multiactiva?
- ◆ ¿Cuales serian los temas de su interés para unas próximas asesorías?

RESULTADOS DEL SEGUIMIENTO

- ◆ Gracias a la información sobre la legalización contenida en los folletos otorgados al empresario se empezó a gestionar todos los trámites para legalizar la microempresa; en estos momentos se ha realizado el estudio de homonimia, se diligenció el formato de Registro Único Empresarial, la microempresa fue registrada ante la cámara de comercio como empresa unipersonal, entre otros.
- ◆ Al momento de realizar el seguimiento el empresario había empezado a diligenciar el formato de contabilidad de caja y aunque fue un poco confuso al

principio, a la hora del seguimiento ya tenía cierto conocimiento sobre sus ingresos, egresos y saldo.

El inventario no se había realizado por falta de tiempo, ya que se han presentados gran cantidad de pedido por la temporada escolar.

- ◆ Las tarjetas de presentación fueron de gran ayuda para ampliar su mercado, ya que gracias a estas se habían capturado 3 clientes, los cuales habían realizado pedidos de uniformes para colegio para la temporada de enero.

El empresario espera que con la repartición de las tarjetas se siga aumentando su clientela, ya que estas han tenido buena aceptación por los clientes.

- ◆ Se realizó el respectivo estudio en Crediportes de Coomultrasan Multiactiva, pero el empresario no contaba con el requisito de un codeudor y no fue posible adquirir el crédito; por esta razón se efectuó la gestión por medio de otra entidad llamada Caja Social y se logró la adquisición del préstamo para la remodelación y ampliación del negocio.
- ◆ El estante metálico donado por la Fundación Coomultrasan Multiactiva está siendo utilizado para organizar el producto terminado, teniendo en cuenta su talla y su diseño; obteniendo mayor control para la elaboración de las prendas y para reconocer la cantidad de existencias en stock.
- ◆ El empresario se encuentra muy agradecido por la asesoría, ya que gracias a ella obtuvo grandes resultados en cuanto al aumento de su demanda, organización administrativa y control en el área productiva.

El empresario espera seguir siendo asesorado para enfrentar los retos que trae consigo administrar su propia microempresa

- ◆ El tema de su interés es acerca de la Contabilidad de costos.

8. ENCUESTA CAFETERIA LUXEMBURGO

- ◆ ¿Para qué han servido los resultados obtenidos por medio de la aplicación y evaluación de la encuesta de servicio al cliente?

- ◆ ¿Ha utilizado la plantilla para el control de inventarios? SI ___ NO ___ Porque
- ◆ ¿Qué aplicabilidad han tenido los folletos informativos sobre las Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA) y su Prevención?
- ◆ ¿Le gustaría seguir recibiendo las asesorías brindadas por Coomultrasan Multiactiva?
- ◆ ¿Cuales serian los temas de su interés para unas próximas asesorías?

RESULTADOS DEL SEGUIMIENTO

- ◆ Gracias a los resultados obtenidos por la aplicación de la encuesta de servicio al cliente el empresario logró detectar ciertos aspectos que son de gran importancia para la cafetería, como por ejemplo: que los clientes consideran que la cafetería se puede dividir por ambientes y además ellos están interesados en adquirir el servicio de casilleros. Estas dos sugerencias fueron las más relevantes para el empresario y piensa que en un futuro próximo se podrían implementar.
- ◆ No se ha utilizado la plantilla para el control de inventario por el poco tiempo disponible.
- ◆ Los folletos informativos sobre las Enfermedades Transmitidas por Alimentos fueron dados a conocer al personal encargado de la elaboración de los alimentos, otorgando mayor conocimiento en todo lo relacionado con la manipulación de alimentos y las consecuencias que se pueden presentar por el manejo inadecuado de los mismos.
- ◆ El empresario si está interesado en seguir recibiendo las asesorías y los temas de su interés es el servicio al cliente.

9. ENCUESTA RESTAURANTE EL ARGENTINO

- ◆ ¿Empezó a diligenciar el formato de contabilidad de caja? SI ___ NO ___ Porque
- ◆ ¿Ha implementado el formato para el registro de ventas? SI ___ NO ___ Porque

- ◆ ¿Qué resultados se obtuvieron tras el desarrollo de la capacitación de Servicio al cliente?
- ◆ ¿Qué aplicabilidad han tenido los folletos informativos sobre las Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA) y su Prevención?
- ◆ ¿Le gustaría seguir recibiendo las asesorías brindadas por Coomultrasan Multiactiva?
- ◆ ¿Cuales serian los temas de su interés para unas próximas asesorías?

RESULTADOS DEL SEGUIMIENTO

- ◆ La empresaria no había empezado a diligenciar los formatos de Contabilidad de Caja y Registro de ventas por problemas de salud; sin embargo se comprometió a diligenciarlos una vez se encuentra en mejor estado.
- ◆ Gracias a la capacitación brindada por la Fundación Coomultrasan Multiactiva relacionada con el servicio al cliente se logró un mayor compromiso y sentido de pertenencia por los empleados hacia el Restaurante, reflejándose en la mejora de la atención al cliente, disminuyendo las quejas y reclamos y capturando más clientes fieles al restaurante.
- ◆ Los folletos informativos fueron dados a conocer a cada uno de los empleados, en especial a las personas encargadas de elaborar los alimentos y gracias a estos folletos los empleados se informaron y conocieron algunas enfermedades desconocidas; sin embargo las condiciones sanitarias para la preparación de los alimentos en este restaurante son las adecuadas.
- ◆ La empresaria quedo muy satisfecha por la asesoría en especial por la capacitación de servicio al cliente y está interesada en seguir recibiendo las asesorías brindadas por la Fundación Coomultrasan Multiactiva.
- ◆ El tema de interés para próximas asesorías se relacionan con el Servicio al cliente.

10. ENCUESTA MICROMERCADO EL MOMPIRRY

- ◆ ¿Empezó a diligenciar el formato de contabilidad de caja? SI __ NO __ Porque
- ◆ ¿Ha utilizado la lista de verificación para cada vitrina? SI __ NO __ Porque
- ◆ ¿Le gustaría seguir recibiendo las asesorías brindadas por Coomultrasan Multiactiva?
- ◆ ¿Cuales serian los temas de su interés para unas próximas asesorías?

RESULTADOS DEL SEGUIMIENTO

- ◆ Durante el seguimiento se evidencio la falta de interés por la empresaria para diligenciar los formatos diseñados para su negocio; al preguntarle por la aplicación de estos ella no se acordaba y aseguró que esto se debe a la falta de tiempo por la clase de negocio que ella administra.
- ◆ No considera necesario unas próximas asesorías ya que no dispone del tiempo para este proceso y piensa que el micromercado se encuentra en buenas condiciones.

11. ENCUESTA MARIANITA HOGAR

- ◆ ¿Logró obtener el microcrédito por medio del Programa Crediaportes de Coomultrasan Multiactiva? SI __ NO __ Porque
- ◆ ¿Ha utilizado el portafolio de productos para realizar negociaciones comerciales?
- ◆ ¿Qué beneficios se obtuvieron una vez se realizo el contacto con algunos clientes de la ciudad de Bucaramanga?
- ◆ ¿Qué utilidad han tenido las tarjetas de presentación para la microempresa?
- ◆ ¿Le gustaría seguir recibiendo las asesorías brindadas por Coomultrasan Multiactiva?

- ◆ ¿Cuales serian los temas de su interés para unas próximas asesorías?

RESULTADOS DEL SEGUIMIENTO

No se pudo lograr el préstamo con Crediaportes de Coomultrasa Multiactiva, ya que la empresaria se encontraba diligenciando la documentación respectiva con otra entidad financiera en el momento en que Crediaportes se contacto con ella.

- La empresaria no había empezado a utilizar el portafolio otorgado durante la asesoría, ya que consideró necesario empezar hacer la gestión después de que pasara la temporada de Diciembre.
- Con respecto a la gestión que se hizo con Hiperkasa la empresaria logro dar a conocer sus productos y en el momento de realizar el seguimiento estos se encontraban en la etapa de prueba.
- Se han repartido algunas tarjetas de presentación, las cuales han tenido buena acogida por posibles clientes; sin embargo en el momento de realizar el seguimiento no se ha podido capturar ninguno de ellos.
- La empresaria si está interesada seguir recibiendo las asesorías porque durante el proceso realizado por este programa de asesoría logró grandes resultados para su negocio; como la adquisición de algunas herramientas fundamentales para ampliar su mercado.
- Los temas de interés para unas próximas asesorías son: Ventas y todo lo relacionado con el aprovechamiento del estropajo.

7.7 FICHAS TÉCNICAS PARA CADA MICROEMPRESA

Se elaboraron las respectivas fichas técnicas para cada una de las microempresas, con el fin de brindar al lector de este documento un resumen general de los resultados obtenidos durante el proceso de asesoría.

A continuación se encuentran las diferentes fichas técnicas.

Tabla 1. Ficha técnica. Miscelánea del Químico

Ficha técnica Miscelánea del Químico	
Propietario	HERNAN MORENO
Dirección	CL. 14 No 11-50 / B. Gaitán
Actividad económica	Distribución de productos químicos.
No de empleados	4
Ventas mensuales	\$ 20'000.000 aproximadamente.
Estrategias implementadas durante la asesoría	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de un modelo sencillo de contabilidad de caja. • Elaboración de dos plantillas (una de ellas en medio físico y la otra en Excel) para controlar el inventario de cada producto. • Elaboración de un panorama de factores de riesgo. • Elaboración de una plantilla en Excel para el control de cartera
Seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Se había empezado a diligenciar el formato de contabilidad de caja obteniendo mayor orden y control de los ingresos, egresos. • El inventario físico ya se estaba realizando y ya se tenía algo de conocimiento sobre las existencias en stock por nombre, marca, ubicación y cantidad. • Debido a que el seguimiento se realizó durante el mes de Diciembre la empresaria no contaba con el tiempo disponible para implementar todos los formatos y plantillas otorgadas por la asesora; no se había utilizado la plantilla para el control de cartera ni la plantilla en Excel para registrar el inventario de cada producto. Sin embargo gracias a la utilidad que estos formatos presentaban para el negocio la empresaria se comprometió que para el año 2010 se implementarían cada uno de ellos. • Se tuvo en cuenta el panorama de factores de riesgo para tomar algunas medidas preventivas en el área de Bodega, las cuales fueron la implementación adecuada de los elementos de protección personal (los tapabocas y los guantes estaban siendo utilizados por el personal de esta área cada vez que manipulaban los productos químicos).

Tabla 2. Ficha técnica. Muebles y Estilo Fernando

Ficha técnica Muebles y Estilo Fernando	
Propietario	EDGAR FERNANDO RIVERA BLANCO.
Dirección	Cl. 20 No 27 – 10 Apto 202 – San Alonso / Bucaramanga
Actividad económica	Comercialización de muebles, juegos de alcoba, salas y comedores. Además ofrece el servicio de decoración de interiores.
No de empleados	2
Ventas mensuales	Información no suministrada
Estrategias implementadas durante la asesoría	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr un contacto entre el empresario y el personal encargado del Programa Crediportes. • Recomendación de la apertura de una oficina de ventas.
Seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Se le realizó al empresario el respectivo estudio para la consecución del microcrédito, pero por no contar con el requisito de un codeudor no se logró adquirir el préstamo.

Tabla 3. Ficha técnica. Muebles, Galería, Diseño y Decoraciones Amy

Ficha técnica Muebles, Galería, Diseño y Decoraciones Amy	
Propietario	LIBARDO PORRRAS VARGAS – AMINTA LARROTA MANTILLA
Dirección	Cl. 7 No 10-99 / Piedecuesta
Actividad económica	Comercialización de muebles, juegos de alcoba, sala, comedor, colchones, escritorios, decoración para el hogar, entre otros.
No de empleados	8
Ventas mensuales	\$ 40.000.0000 aproximadamente
Estrategias implementadas durante la asesoría	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de dos plantillas para el control de inventario en la sala de ventas y el bodega. • Elaboración de una encuesta de servicio al cliente. • Realización de folletos informativos sobre técnicas de ventas.
Seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • No se habían implementado las plantillas para el control de inventario, pero sirvieron de guía para la realización de otros formatos. • Los resultados de la encuesta sirvieron para reconocer ciertos aspectos relevantes para el negocio; como por ejemplo la reubicación adecuada de la mercancía dividiéndola por espacios.

	<ul style="list-style-type: none"> • El folleto de técnicas de exhibición tuvo gran acogida por la empresaria, afirmando que se tendría en cuenta para posibles cambios en el negocio.
--	---

Tabla 4. Ficha técnica. Miguel Motos

Ficha técnica Miguel Motos	
Propietario	LUZ YAMIRA LOZANO QUINTERO
Dirección	Cl. 8 No 3-91 / Piedecuesta
Actividad económica	Comercialización de repuestos para motos. Dentro de su local cuentan con un taller propio para el mantenimiento, reparación, cambio de aceite, revisión y lavado de toda clase de motocicletas; adicionalmente ofrecen a sus clientes el diligenciamiento del RUNT, el certificado de gases, seguros SOAT y la revisión técnico-mecánica.
No de empleados	7
Ventas mensuales	\$ 13.000.000 aproximadamente
Estrategias implementadas durante la asesoría	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de un modelo sencillo de contabilidad de caja. • Diseño de dos plantillas (una de ellas en medio físico y la otra en Excel) para controlar el inventario de cada producto. • Elaboración de un formato de orden de servicio. • Elaboración de una plantilla en Excel para la nomina de los empleados.
Seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • El formato de contabilidad de caja se empezó a diligenciar pero con algunas modificaciones. • Las plantillas para el control de inventario ya se estaban utilizando; logrando tener cierto conocimiento sobre la cantidad de artículos que tenían en el almacén. • No se había implementado el formato de orden de servicio; sin embargo ya se había dado a conocer a los empleados que laboraban en el taller. • La plantilla para la nomina de los empleados se empezó a diligenciar pero en físico, reconociendo la retribución económica adecuada para cada uno de los empleados.

Tabla 5. Ficha técnica. Diseños Betty

Ficha técnica Diseños Betty	
Propietario	BEATRIZ CABALLERO
Dirección	Cl. 1e No 2 ^a -40 Piso 2 - Villalina / Piedecuesta
Actividad económica	Confección de ropa para dama
No de empleados	3
Ventas mensuales	\$ 6.000.000 aproximadamente
Estrategias implementadas durante la asesoría	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de un modelo sencillo de contabilidad de caja. • Elaboración de un formato para la programación de la producción. • Realización de un formato de factura de ventas. • Diseño un formato para el registro de ventas mensuales. • Diseñar un formato para el registro de clientes más frecuentes. • Entrega de folletos informativos sobre legalización empresarial.
Seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Se empezó a utilizar el formato de Contabilidad de Caja y gracias a este la empresaria tuvo conocimiento de las ganancias obtenidas para la temporada de Diciembre, las cuales fueron de \$ 7.500.000 aproximadamente. • El formato para la programación de la producción también estaba siendo diligenciado, y por medio de este se tenía un mejor control en la elaboración de los pedidos realizados por su clientela y puntualidad en la entrega de los pedidos. • Los formatos correspondientes a Factura de ventas, Registro de ventas y Registro de clientes no se habían empezado a implementar por el poco tiempo disponible para el diligenciamiento de los mismos; debido a la gran cantidad de pedidos realizados durante el mes de Diciembre. • Gracias a los folletos informativos se despejaron algunas de las dudas que presentaba la empresaria referente al tema de legalización empresarial; sin embargo por el momento no era prioridad realizar los trámites para legalizar la microempresa.

Tabla 6. Ficha técnica. Bag's Alve

Ficha técnica Bag's Alve	
Propietario	ÁLVARO ELIECER SÁNCHEZ TORRES
Dirección	Cl. 16C No 5W - 18 - Tejaditos / Piedecuesta
Actividad económica	Fabricación de bolsos para dama
No de empleados	2
Ventas mensuales	\$ 4.875.000 aproximadamente
Estrategias implementadas durante la asesoría	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño del diagrama de flujo del proceso productivo. • Diseño del formato para la ficha técnica del producto. • Elaboración de un formato para la programación de la producción. • Elaboración de un modelo sencillo de contabilidad de caja. • Lograr el contacto entre el empresario y el personal encargado del Programa Crediaportes. • Gestionar los recursos financieros necesarios para la elaboración de una tarjeta de presentación. • Elaboración de un formato correspondiente a la factura de ventas. • Elaboración de un formato correspondiente al registro de ventas. • Diseño del perfil de un auxiliar de producción. • Entrega de folletos informativos sobre legalización empresarial.
Seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> ◆ El empresario ha tenido en cuenta el diagrama del proceso productivo para elaborar cada uno de los bolsos y de esta manera logró estandarizar y reconocer la secuencia de los procesos para la fabricación de los mismos. ◆ Las fichas técnicas se empezaron a diligenciar para los diseños de mayor demanda, obteniendo mejores resultados en cuanto al control de los costos de las materias primas, reconocimiento de los insumos para cada diseño, control en los tiempos de cada proceso y determinación de los proveedores más adecuados. <p>Las expectativas del empresario es lograr elaborar la ficha técnica para cada uno de los diseños.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ◆ El formato de Programación de la Producción se ha diligenciado para cada pedido solicitado, lo cual ha generado mayor control en el tiempo de entrega y en la compra de insumos. ◆ Se realizó el estudio para la obtención del microcrédito por medio del Programa Crediaportes de Coomultrasan Multiactiva y fue viable otorgar el préstamo al empresario, pero debido a que no se presentaron los documentos requeridos por Crediaportes no se logro adquirir el préstamo. ◆ Gracias a las tarjetas de presentación otorgadas por la Fundación Coomultrasan Multiactiva el empresario logró el reconocimiento de la microempresa por varios posibles clientes de la ciudad; aunque hasta el momento no se ha incrementado su clientela se espera que para los próximos meses se logre capturar al menos 5 clientes potenciales. ◆ El empresario está realizando la gestión para obtener el talonario correspondiente a la factura de ventas, y así empezar a utilizar este formato. ◆ Gracias a que existe un control en el manejo del tiempo para la producción de los bolsos, el empresario considera que no es necesario contratar más personal y por eso en el momento no se va a realizar el proceso de selección del auxiliar de producción. ◆ Los folletos de legalización empresarial han servido para que el empresario se informe sobre los trámites que se deben realizar a la hora de legalizar su microempresa. <p>En estos momento no se ha empezado la gestión por falta de tiempo pero se espera que la microempresa este legalizada en el transcurso del primer semestre del año 2010.</p>
--	--

Tabla 7. Ficha técnica. Confecciones Jauro

Ficha técnica Confecciones Jauro	
Propietario	JAVIER RICARDO BUENO
Dirección	Transversal 1BN No 6C - 18 / Piedecuesta
Actividad económica	Confección de ropa deportiva para dama y caballero, uniformes de colegio y ropa para niño.
No de empleados	2
Ventas mensuales	\$ 3.000.000 aproximadamente
Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de dos plantillas (una de ellas en medio físico y la otra en Excel) para controlar el inventario de cada producto.

<p>implementadas durante la asesoría</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de un modelo sencillo de contabilidad de caja. • Lograr el contacto entre el empresario y el personal encargado del Programa Crediaportes. • Gestionar los recursos financieros necesarios para la elaboración de una tarjeta de presentación. • Buscar una mejor distribución, organización y ubicación de la materia prima y el producto terminado • Entrega de folletos informativos sobre legalización empresarial.
<p>Seguimiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Gracias a la información sobre la legalización contenida en los folletos otorgados al empresario se empezó a gestionar todos los trámites para legalizar la microempresa; en estos momentos se ha realizado el estudio de homonimia, se diligenció el formato de Registro Único Empresarial, la microempresa fue registrada ante la cámara de comercio como empresa unipersonal, entre otros. ◆ Al momento de realizar el seguimiento el empresario había empezado a diligenciar el formato de contabilidad de caja y aunque fue un poco confuso al principio en estos momentos ya tenía cierto conocimiento sobre sus ingresos, egresos y saldo. ◆ El inventario no se había realizado por falta de tiempo, ya que se han presentado gran cantidad de pedido por la temporada escolar. ◆ Las tarjetas de presentación han sido de gran ayuda para ampliar su mercado, ya que gracias a estas se logró capturar 3 clientes, los cuales realizaron pedidos de uniformes para colegio. ◆ Se realizó el respectivo estudio en Crediaportes de Coomultrasan Multiactiva, pero el empresario no contaba con el requisito de un codeudor y no fue posible adquirir el crédito; por esta razón se efectuó la gestión por medio de otra entidad llamada Caja Social y se logró la adquisición del préstamo para la remodelación y ampliación del negocio. ◆ El estante metálico donado por la Fundación Coomultrasan Multiactiva está siendo utilizado para organizar el producto terminado, teniendo en cuenta su talla y su diseño; obteniendo mayor control para la elaboración de las prendas y para reconocer la cantidad de existencias en stock

Tabla 8. Ficha técnica. Cafetería Luxemburgo

Ficha técnica Cafetería Luxemburgo	
Propietario	MARIO RODRIGUEZ PABÓN
Dirección	Cra 6ta No 9 - 02 / Piedecuesta
Actividad económica	Venta de productos de cafetería
No de empleados	8
Ventas mensuales	\$ 20.000.000 aproximadamente
Estrategias implementadas durante la asesoría	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de una encuesta de servicio al cliente. • Diseño de una plantilla para el control de inventario. • Entrega de un folleto informativo sobre las enfermedades transmitidas por alimentos (ETA) y la importancia de la adecuada manipulación de los mismos.
Seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Gracias a los resultados obtenidos por la aplicación de la encuesta de servicio al cliente el empresario logró detectar ciertos aspectos que son de gran importancia para la cafetería, como por ejemplo: que los clientes consideran que la cafetería se puede dividir por ambientes y además ellos están interesados en adquirir el servicio de casilleros. Estas dos sugerencias fueron las más relevantes para el empresario y piensa que en un futuro próximo se podrían implementar. ◆ No se ha utilizado la plantilla para el control de inventarios por el poco tiempo disponible. ◆ Los folletos informativos sobre las Enfermedades Transmitidas por Alimentos fueron dados a conocer al personal encargado de la elaboración de los alimentos, otorgando mayor conocimiento en todo lo relacionado con la manipulación de alimentos y las consecuencias que se pueden presentar por el manejo inadecuado de los mismos.

Tabla 9. Ficha técnica. Restaurante el Argentino

Ficha técnica Restaurante el Argentino	
Propietario	ISMELDA BARCENAS BUENO
Dirección	Km 3 Vía Mesa Ruitoque. / Floridablanca

Actividad económica	Elaboración y venta de platos que contengan algún tipo de carne; como son: la parrillada; el churrasco; el bife chorizo; pollo al carbón; punta de anca; costillitas de cerdo lomos y más.
No de empleados	20
Ventas mensuales	\$ 12.000.000 aproximadamente
Estrategias implementadas durante la asesoría	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de una plantilla en Excel para llevar la contabilidad de caja. • Elaboración de un formato para el registro de ventas mensuales. • Organización de un plan de capacitación para el personal encargado del servicio al cliente (meseros). • Entrega de un folleto informativo sobre las enfermedades transmitidas por alimentos (ETA) y la importancia de la adecuada manipulación de los mismos.
Seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> ◆ La empresaria no había empezado a diligenciar los formatos de Contabilidad de Caja y Registro de ventas por problemas de salud; sin embargo se comprometió a diligenciarlos una vez se encuentra en mejor estado. ◆ Gracias a la capacitación brindada por la Fundación Coomultirasn Multiactiva relacionada con el servicio al cliente se logró un mayor compromiso y sentido de pertenencia por los empleados hacia el Restaurante, reflejándose en la mejora de la atención al cliente, disminuyendo las quejas y reclamos y capturando más clientes fieles al restaurante. ◆ Los folletos informativos fueron dados a conocer a cada uno de los empleados, en especial a las personas encargadas de elaborar los alimentos y gracias a estos folletos los empleados se informaron y conocieron algunas enfermedades desconocidas; sin embargo las condiciones sanitarias para la preparación de los alimentos en este restaurante son las adecuadas

Tabla 10. Ficha técnica. Micromercado el Mompirry

Ficha técnica Micromercado el Mompirry	
Propietario	HIMERA ORTIZ
Dirección	Cra 59B No 146 – 60 del Carmen sexta etapa / Floridablanca
Actividad económica	Comercialización de productos de la canasta familiar
No de empleados	20

Ventas mensuales	\$ 15.000.000 aproximadamente
Estrategias implementadas durante la asesoría	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de un modelo sencillo de contabilidad de caja. • Elaboración de una lista de verificación para cada una de las vitrinas.
Seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Se evidencio la falta de interés por la empresaria para diligenciar los formatos diseñados para su negocio; al preguntarle por la aplicación de estos ella no se acordaba y aseguró que esto se debe a la falta de tiempo por la clase de negocio que ella administra.

Tabla 11. Ficha técnica. Marianita Hogar

Ficha técnica Marianita Hogar	
Propietario	ZAMARA PARRA GONZALES
Dirección	Cl. 28C No. 30C – 18 / Girón
Actividad económica	Elaboración de productos a base de estropajo para el aseo personal, como: guantes, manoplas, espaldero, pomas para la cara, ovalado, entre otros.
No de empleados	2
Ventas mensuales	\$ 1.000.000 aproximadamente
Estrategias implementadas durante la asesoría	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr el contacto entre el empresario y el personal encargado del Programa Crediportes. • Elaboración de un portafolio de productos para la microempresa MARIANITA HOGAR. • Gestionar los contactos necesarios con algunos clientes potenciales de la ciudad. • Gestionar los recursos financieros necesarios para la elaboración de una tarjeta de presentación.
Seguimiento	<ul style="list-style-type: none"> • No se pudo lograr el préstamo con Crediportes de Coomultirasa Multiactiva, ya que la empresaria se encontraba diligenciando la documentación respectiva con otra entidad financiera en el momento en que Crediportes se contacto con ella. • La empresaria no había empezado a utilizar el portafolio otorgado durante la asesoría, ya que consideró necesario empezar hacer la gestión después de que pasara la temporada de Diciembre. • Con respecto a la gestión que se hizo con Hipercasa la empresaria logro

	<p>dar a conocer sus productos y en el momento de realizar el seguimiento estos se encontraban en la etapa de prueba.</p> <ul style="list-style-type: none">● Se han repartido algunas tarjetas de presentación, las cuales han tenido buena acogida por posibles clientes; sin embargo hasta el momento no se ha podido capturar ninguno de ellos.
--	---

CONCLUSIONES

La ejecución del programa de Asesoría, Capacitación y Desarrollo Empresarial como práctica empresarial fue muy enriquecedor tanto a nivel personal y profesional como para la Organización donde se desarrollo (Coomultrasan), así como también para cada una de las microempresas asesoradas.

Es importante mencionar aquellos aspectos de mayor relevancia obtenidos durante este proceso:

- ◆ A nivel personal se logro un vínculo de amistad con la mayoría de los empresarios, ayudando a crear un ambiente de trabajo agradable y permitiendo que el proceso de asesoría tuviera buenos resultados (facilidad en la entrega de información, aceptación de los diferentes planes de acción, implementación de la mayoría de las estrategias).
- ◆ En el ámbito profesional esta clase de programas de asesoría son los adecuados para poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera de Ingeniería Industrial, como por ejemplo temas relacionados con Contabilidad, Salud Ocupacional, Cartera, Mercadeo y Ventas, Producción, Control de inventarios, Constitución de empresa, entre otros.
- ◆ Para Coomultrasan es muy importante el desarrollo de esta clase de programas, ya que por medio de estos se está contribuyendo al desarrollo económico de la región, se está generando mayor aceptación y satisfacción por los asociados logrando fidelidad hacia la Cooperativa, se obtiene posición solida en el mercado y los empresarios asesorados por medio de las asesorías tienen la oportunidad de conocer cada uno de los servicios que brinda la Cooperativa, ayudando a que se realicen futuras compras.
- ◆ La mayoría de los empresarios que hicieron parte de este proceso tuvieron muy buena aceptación e implementación de las estrategias propuestas, logrando mejorar el funcionamiento de sus unidades de negocios; ellos quedaron muy agradecidos por el acompañamiento profesional que se les brindo y están dispuestos a seguir recibiendo esta clase de ayudas empresariales.

RECOMENDACIONES

En cuanto a la ejecución del Programa de Asesoría, Capacitación y Desarrollo Empresarial para un próximo periodo se recomienda a la Fundación Coomultrasan tener en cuenta los siguientes aspectos:

- ◆ El programa de asesoría tenga un poco mas de control e inspección por parte de la Directora de la Fundación, con el fin de mostrar el desarrollo del proceso.
- ◆ Se cuente con un Ingeniero Industrial con experiencia en asesoría empresarial permanentemente, para que las estudiantes en práctica empresarial tengan un apoyo profesional que les oriente su trabajo.
- ◆ Es importante seguir un proceso de acompañamiento empresarial con las microempresas que ya han sido asesoradas.
- ◆ No es conveniente que el seguimiento de las asesorías se realicen en temporadas en donde el volumen de ventas para la mayoría de las microempresas sea elevado, como por ejemplo Diciembre, ya que durante esta época los empresarios no disponen del tiempo necesario para implementar las estrategias formuladas.
- ◆ Es necesario contar con una base de datos de posibles asociados empresarios que sean candidatos adecuados para la ejecución de esta clase de programa; ya que el proceso de selección de las microempresas como se viene realizando toma mucho tiempo.

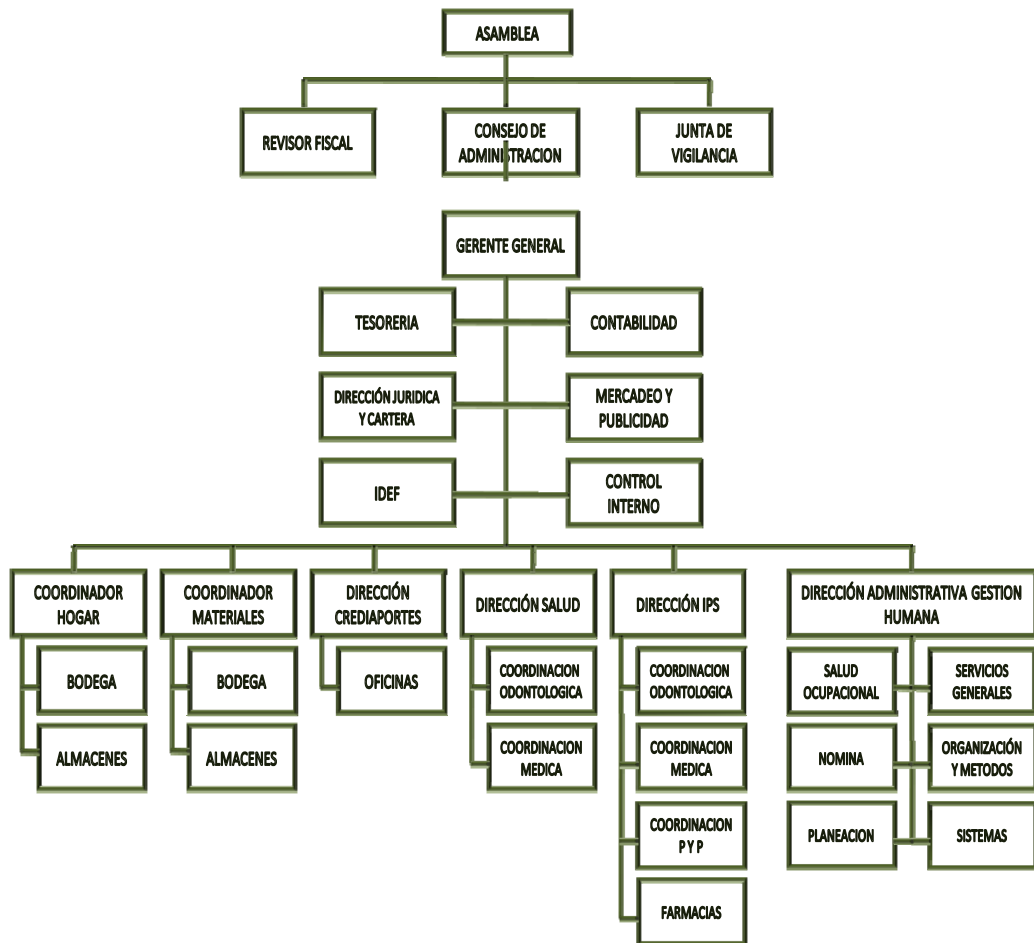
BIBLIOGRAFÍA

- Businesscol.com [en línea]. Pagina Web. Citado el 03 de Septiembre de 2009. Disponible en Internet: <<http://www.businesscol.com/empresarial/pymes/>>
- Cámara de comercio de Palmira. Página web [citado el 08 de Septiembre de 2009]. Disponible en Internet <<http://www.ccpalmira.org.co/quienes-somos>>
- Cámara de comercio de Palmira. Página web [citado el 08 de Septiembre de 2009]. Disponible en Internet <<http://www.ccpalmira.org.co/servicios-empresariales/15-consultoria-asesoria-empresarial> >
- DELGADO WIESNER, Cecilia, “Caracterización de la microempresa de punta”. [en línea]. Página Web. Citado el 03 de Septiembre de 2009. Disponible en Internet <[www.microempresas.com.co/.../Resumenejecutivo\(microempresadepunta\).doc](http://www.microempresas.com.co/.../Resumenejecutivo(microempresadepunta).doc)>
- Fundación Corona 2008. [en línea]. Pagina Web. Citado el 08 de Septiembre de 2009. Disponible en Internet <http://www.fundacioncorona.org.co/espanol/quienessomos/origen_valores.htm>
- Fundación Corona 2008. [en línea]. Pagina Web. Citado el 08 de Septiembre de 2009. Disponible en Internet <http://www.fundacioncorona.org.co/espanol/desarrollo/proyecto_2_asesoria.htm>
- GIRALDO, Beatriz, “Observatorio Colombiano de las Microempresas”. [en línea]. Pagina Web. Citado el 03 de Septiembre de 2009. Disponible en Internet <<http://www.microempresas.com.co/portal/observatorio/ESTADISTICASMICROEMPRESA-Revisfinal.pdf>>
- GUZMÁN, Orlando y RODRIGUEZ, Edgar. Programa de Asesoría Empresarial II semestre de 2008 desarrollado en Coomultrasan Multiactiva. Bucaramanga, 2009
- Portafolio de servicios Coomultrasan Multiactiva, Bucaramanga 2009.

- 2001, CAFAM [en línea]. Pagina web [citado el 07 de Septiembre de 2009]. Disponible en Internet: <http://www.cafam.com/index.asp?cat_id=15,Bienvenido+a+Cafam&catePadre=15>
- 2001, CAFAM [en línea]. Página web [citado el 07 de Septiembre de 2009]. Disponible en Internet: <http://www.cafam.com/index.asp?cat_id=5,Educaci%F3n&catePadre=5>
- 2001, CAFAM [en línea]. Página web [citado el 08 de Septiembre de 2009]. Disponible en Internet: <http://www.cafam.com/index.asp?cat_id=61,Educaci%F3n+para+el+Trabajo&catePadre=5>
- INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS. Compendio Tesis y otros trabajos de grado. Santafé de Bogota. DC: ICONTEC.
- MOLINA, Claudia Yamile. Asesoría Empresarial en las diferentes áreas funcionales a diez unidades de negocio pertenecientes a jóvenes y grupos comunitarios que se encuentren asociados a Coomultrasan Multiactiva. Floridablanca, 2009. Presentada en la Universidad Pontificia Bolivariana para la obtención del grado de Ingeniera Industrial.
- INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS. Normas de presentación para de trabajos (seminarios de grado, pasantías, monografías, tesis, y otros trabajos escritos). Santafé de Bogota. DC: ICONTEC 1486 ultima actualizacion.

ANEXOS

Anexo 1. Estructura Organizacional Coomultrasan Multiactiva



Anexo 2. Encuesta fase diagnóstica

Propietario	
Teléfono	
Dirección	
Barrio/Municipio	
Actividad económica	
Nombre del negocio	
No Empleados	
Grado de escolaridad	
Empresa Familiar o personal	
Horario de atención al público	
Legalización	
Años en el negocio	

PRODUCTOS:

1. Portafolio de productos.

2. ¿Cuál o cuáles considera que son los productos que más vende?

3. Rango de precios de venta para los productos más significativos

OBSERVACIÓN

Observación / Actitud	
Administrativa	
Ventas / Mercadeo	
Producción / Prestación de servicios	

+ Buena actitud

- mala actitud

1. Si llega un cliente en el momento de la entrevista observamos el comportamiento que tiene el entrevistado al dirigirse (atender) al cliente.

2. Productos

3. Distribución mercancía

4. Estado de la mercancía

MERCADEO

1 CLIENTES

1. ¿Cuánto clientes considera que tiene su negocio?

2. Visita de clientes (porcentaje)

Am	
Pm	
Nocturna	

PROVEEDORES

1. ¿Quiénes son sus proveedores?

2. ¿Cada cuanto les compra?

3. Cómo considera que están los proveedores con respecto a:
Puntualidad (Tiempos de entrega):

Calidad

Precio

Plazo

Satisfacción

4. Como es la forma de adquirir la mercancía de sus proveedores:

Mayoreo_____

Minoreo _____

¿Cuál es la razón?

5. ¿Cómo es el pago a los proveedores?

De contado_____

A crédito _____

PUBLICIDAD

1. ¿Qué publicidad utilizan para promocionar el producto?

2 ¿Qué estrategias utilizan para promocionar el producto?

VENTAS

1 ¿De cuánto son sus ventas aproximadamente y con qué periodicidad las realizan?

2. Cómo realizan las ventas:

De contado: _____

A crédito: _____

3. Que mecanismo utilizan los clientes para adquirir los productos:

Los adquieren directamente del el negocio: _____

Utilizan servicio a domicilio: _____

4. ¿Sus ventas las realizan bajo pedido o trabajan con inventario de productos?

COMPETENCIA

1. ¿Cuál es su mayor competencia?

2. ¿Cuál o cuáles considera que son las fortalezas de la competencia?

3. ¿Cuál o cuáles cree que son sus ventajas frente a la competencia?

COOMULTRASAN

1. ¿Qué vínculo tiene en la actualidad con Coomultrasan?

NEGOCIO

1. ¿Cuáles son las fortalezas de su negocio?

2. ¿Presenta algún tipo de problema o inconveniente en su negocio? ¿Cuál cree que es la razón?

Anexo 5. Panorama de factores de riesgo. Miscelánea del Químico

DIAGNOSTICO DE CONDICIONES DE TRABAJO O PANORAMA DE FACTORES DE RIESGO																				
MISCELANEA DEL QUIMICO										Realizada por: Maria Isabel Linares										
										Fecha de elaboración: 22 de Octubre de 2009										
Cargo	Tipo de actividad		N.E	N.H	N.D	Condición de factor de riesgo	Fuente	Efecto posible	Sistema de control actual			C	P	E	GP	I N T	F P	GR	INT 2	Observaciones
	Rutinaria	No rutinaria							Fuente	Medio	Receptor									
Jefe y Auxiliar de Bodega	X		2	8	5	CONDICIONES DE HIGIENE FR Químico Gases y Vapores	Inhalación de gases por manipulación inadecuada de sustancias químicas	Lesiones en el sistema respiratorio			X				Medio					Uso inadecuado de elementos de protección
	X		2	8	5	CONDICIONES DE SEGURIDAD FR Químico	Manipulación de productos químicos	Lesiones en el sistema respiratorio			X				Medio					Uso inadecuado de elementos de protección
Auxiliar administrativo	X		1	8	5	CONDICIONES SICOLABORALES FR Sicolaborales Contenido de la tarea	Sobrecarga de trabajo Trabajo repetitivo	Stress	X					Alto						
	X		1	8	5	CONDICIONES DE SEGURIDAD FR Químico	Manipulación de productos químicos	Lesiones en el sistema respiratorio			X				Medio					Uso inadecuado de elementos de protección

Anexo 7. Encuesta servicio al cliente. Muebles, Galería, Diseño y Decoraciones AMY

**MUEBLES, GALERIA,
DISEÑO Y DECORACIONES AMY**

ENCUESTA SERVICIO AL CLIENTE

1. ¿Hace cuanto visita nuestra mueblería?

2. Califique de 1 a 10 los siguientes atributos relacionados con nuestra mueblería.

- () Relación Calidad – Precio
- () Servicio Postventa
- () Organización de la mercancía
- () Calidad de la mercancía
- () Servicio orientado a satisfacer al cliente

3. Indique cuál es su grado de satisfacción (Muy Satisfecho (MS), Satisfecho (S) e Insatisfecho (I)) con respecto a los siguientes aspectos.

- () Atención al cliente.
- () Agilidad del servicio.
- () Asesoramiento técnico.
- () Información telefónica.

4. En comparación con otras alternativas de negocio, nuestros muebles ofrecidos son:

- () Mucho mejor.
- () Algo mejor.
- () Mas o menos igual.
- () Algo peor.
- () Mucho peor.

5. ¿Presenta algún tipo de recomendación adicional para el negocio?

Anexo 8. Folleto de técnicas de exhibición para ventas

RECUERDE QUE ...

No basta con tener dividido por ambientes los espacios para exhibir una sala, una alcoba o un comedor, sino es necesario buscar que los empleados de la empresa se encuentren en capacidad de orientar a los clientes con base en sus necesidades específicas; basándose en el enfoque de ayudar a comprar, mas no de vender.

Todo esto surge a raíz de que cada día los clientes desean nuevas cosas y muy pocos alcanzan asimilar las nuevas tendencias que ofrece el mercado, por ello es importante que cada cliente al momento de realizar su compra encuentre a un vendedor experto en asesoramiento técnico, el cual oriente de forma acertada su decisión y selección de los productos a comprar.

Material de Divulgación Gratis y Absolutamente Educativo



Fundación Coomultrasan Multiactiva

**Programa de Asesoría Capacitación y
Desarrollo Empresarial**

Diseñado por: María Isabel Linares Perales

Mónica Flantrmsky Cárdenas

COOMULTRASAN MULTIACTIVA

Calle 56 No 23 – 04

Teléfono: 6578565

**TÉCNICAS DE
EXHIBICIÓN PARA
VENTAS**

**MUEBLES, GALERÍA, DISEÑO Y
DECORACIONES AMY**



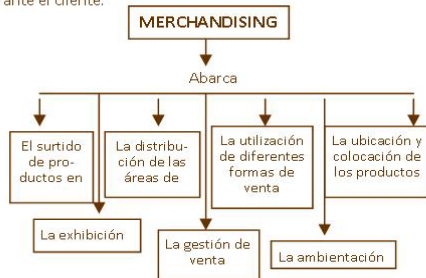
Fundación Coomultrasan Multiactiva

APOYA EL DESARROLLO EMPRESARIAL

TÉCNICAS DE VENTAS

Que es el Merchandising?

Conjunto de técnicas directas o indirectas, que ayudan a dar salida al producto en el punto de venta, haciéndolo atractivo ante el cliente.



Los objetivos del Merchandising son principalmente:

- Dar vida al producto.
- Incrementar el número de consumidores en el punto de venta.
- Dar máximo aprovechamiento a las capacidades del punto de venta (áreas, espacios, muebles, estanterías, etc.)
- Acercar el producto al consumidor.
- Mejorar la rotación del producto.
- Brindar mejor servicio al consumidor.
- Crear un ambiente agradable.
- Disminuir los costos de operación.

La importancia de esta técnica radica en que estadísticamente se ha comprobado que el consumidor es altamente sensible a una serie de estímulos mentales y físicos, por lo que su conducta de compra puede llegar a ser orientada por el vendedor. Otro dato interesante, es que está demostrado que gran número de las compras son decididas en el propio punto de venta.

Material de Divulgación Gratis y Absolutamente Educativo

LA MERCANCÍA Y LOS ESPACIOS

A todos los productos no se le puede dar el mismo espacio, por eso es importante tener presente que: " Cuando mas se vende un producto, se le debe proporcionar un mayor espacio, y cuando sus ventas sean pocas de igual forma su espacio también se reducirá". Si lo que requiere la empresa es promocionar un producto cuya venta es lenta pero poseen grandes existencias se le debe adecuar un espacio que permita atraer los clientes y así incrementar las ventas.

AMBIENTACION DE ESPACIOS

Es importante tener presente las siguientes recomendaciones para la distribución y ambientación de los espacios, con el fin de lograr los resultados esperados e incrementar las ventas de la empresa.

1. Observar y conocer el entorno que se va a decorar; cómo es, que disposición se tiene:

En el momento de ambientar un espacio se debe tener definido el lugar, ya que conociendo el área disponible es más sencillo adecuarla para que las personas se adapten y los clientes compren los muebles de su agrado.

Para la ambientación de los espacios es básico observar algunos detalles que determinan el éxito de la exhibición, como es: la dimensión del lugar, qué paredes son de carga, la ubicación de la puerta, las ventanas, los interruptores y si existen escalones o desniveles, de igual forma, si existe humedad dentro del área.

2. El gusto y la aspiración

Cuando se decide ambientar los espacios en una empresa es importante definir el mercado hacia el cual se está enfocado, para crear ambientes a la medida de quienes lo visitan o a quienes se espera que lo habiten. Para lograr resultados óptimos se debe tener presente la personalidad y gustos del cliente que se espera compre los productos, desde sus gustos personales pasando por los hobbies y aspiraciones hasta conocer la forma de vivir del mismo.

Material de Divulgación Gratis y Absolutamente Educativo

La decoración posee un claro compromiso con el bienestar, emociones y la calidad de vida de las personas por eso es importante que todas las empresas adecuen sus espacios para la comodidad y atracción de los clientes.

3 Definir usos y necesidades específicos:

El buen diseño de un espacio es la utilización práctica que se necesita o se le quiere dar a una estancia en particular. Saber por ejemplo las actividades que se pueden desarrollar en este lugar, el número de personas que la pueden habitar y la función de cada elemento que la compone.

4. "La idea decorativa" y elementos decorativos:

Partiendo de esta idea se puede definir lo que se quiere alcanzar o lograr, cual será el criterio general para desarrollar el estilo o los estilos que se van a utilizar. La idea decorativa es un claro proyecto preliminar que permite realizar el trabajo con orden, coherencia y seguridad.


La separación y estructuración de los espacios es una de las tareas más importantes para lograr una ambientación agradable; una empresa mal distribuida difícilmente resultará acogedora para sus clientes aunque se encuentre amoblada y decorada, por eso resulta fundamental una buena división en los diferentes espacios, aprovechando al máximo el área disponible y manteniendo la sensación de confort y bienestar de los clientes que visitan la empresa.

RECOMENDACIONES DE AMBIENTACION

Para separar las zonas o ambientes en una mueblería es recomendable utilizar plantas, lámparas de pie y otros elementos de suelo de menor volumen. Además cabe la posibilidad de que la separación no sea física sino visual, en ese caso se puede conseguir, por ejemplo, a través del uso de colores distintos para cada zona o de diferentes estilos decorativos.

Material de Divulgación Gratis y Absolutamente Educativo

Anexo 10. Formato de orden de servicio. Miguel Motos


 <p>MIGUEL MOTOS CI 8 No 3-91. Tel: 6547007</p>	<p>ORDEN DE SERVICIO No OS-001</p> <p>Fecha: _____</p>
---	--

INFORMACIÓN DEL CLIENTE																				
<p>Nombre: _____ Teléfono: _____</p> <p>Dirección: _____ Placa: _____</p> <p>Visita No: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10</p>																				
TIPO DE SERVICIO																				
<p>Mantenimiento <input type="checkbox"/></p>	<p>Reparación <input type="checkbox"/></p>	<p>Lavado <input type="checkbox"/></p>																		
<p>Revisión <input type="checkbox"/></p>	<p>Cambio de aceite <input type="checkbox"/></p>																			
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA																				
ACCIONES REALIZADAS																				
INSUMOS UTILIZADOS																				
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left; padding: 5px;">Insumo</th> <th style="text-align: center; padding: 5px;">Cantidad</th> <th style="text-align: center; padding: 5px;">Valor (\$)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="padding: 5px;">Mano de Obra</td> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;"></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Repuestos</td> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;"></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Otros</td> <td style="padding: 5px;"></td> <td style="padding: 5px;"></td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: right; padding: 5px;">Total:</td> <td style="padding: 5px;"></td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="padding: 5px;">_____</td> <td style="padding: 5px;">_____</td> </tr> </tbody> </table>	Insumo	Cantidad	Valor (\$)	Mano de Obra			Repuestos			Otros			Total:			_____		_____		
Insumo	Cantidad	Valor (\$)																		
Mano de Obra																				
Repuestos																				
Otros																				
Total:																				
_____		_____																		

Anexo 11. Formato de programación de la producción. Diseños Betty

		Cl. 1e No 2ª-40 Piso 2 - Villalina Teléfono: 6557320		PROGRAMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN AÑO 2009						
Factura de venta	Diseño	Características específicas	Cantidad	Mes						Compra de materiales

Anexo 12. Factura de ventas. Diseños Betty

 <p>DISEÑOS BETTY</p> <p>Cl. 1e No 2ª-40 Piso 2 Villalina. Pta. Teléfono: 6557320</p>		<p>FACTURA DE VENTA No. FV-001</p>	
<p>INFORMACIÓN DEL CLIENTE</p> <p>Nombre: C.C: Dirección: Teléfono: Ciudad:</p>		<p>FECHA</p>	<p>REFERENCIA</p>
		<p>FORMA DE PAGO</p>	<p>VENCIMIEN</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL PEDIDO</p>			
Large empty box for description			
<p>CANTIDAD</p>	<p>VALOR UNIT</p>	<p>DCTO</p>	<p>VALOR TOTAL</p>
<p>OBSERVACIONES</p>			
<p>FIRMA DEL CLIENTE</p>		<p>FIRMA DEL VENDEDOR</p>	

Anexo 14. Formato registro de clientes. Diseños Betty

 DISEÑOS BETTY					CL. 1E NO 2-40 PISO 2. VILLALINA (PTA) TELÉFONO: 6557320				REGISTRO DE CLIENTES			
No	Nombre	Fecha de nacimiento	Dirección	Teléfono	Pedidos realizados							
					Fecha	Diseño	Cantidad	Valor				

Anexo 15. Folletos de legalización de las empresas

RECUERDE QUE...

- Antes del 31 de marzo de cada año, todos los comerciantes matriculados deben renovar su matrícula y la de sus establecimientos de comercio.
- Como empresario usted adquiere obligaciones de orden tributario (pagos de impuestos nacionales y pago de Industria y Comercio).
- Mientras este vigente su actividad empresarial y/o comercial se mantienen activas todas sus obligaciones.
- Una vez finalice el ejercicio de la actividad empresarial o comercial, recuerde que debe cancelar la matrícula mercantil.
- Debe realizar las gestiones de legalización laboral (Seguridad social: Afiliación a ARP, EPS, Caja de Compensación, etc.)
- Actualizar el libro fiscal si se presenta alguna modificación en su contenido.



Fundación Coomultrasan Multiactiva

APOYA EL DESARROLLO EMPRESARIAL

**Programa de Asesoría Capacitación
y Desarrollo Empresarial**

Diseñado por: María Isabel Linares Perales

Mónica Flantrmsky Cárdenas

COOMULTRASAN MULTIACTIVA

Cll. 56 # 23 — 04 Piso 2

Teléfono: 6578565



LEGALIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN EMPRESARIAL

PERSONA NATURAL



CAMARA
DE COMERCIO DE BUCARAMANGA

centro de
atención
empresarial



Fundación Coomultrasan Multiactiva

APOYA EL DESARROLLO EMPRESARIAL

Teléfono: 6578565 - 6434204 ext. 1104

PERSONA NATURAL

DEFINICIÓN

Es una persona humana que ejerce derechos y cumple obligaciones a título personal

Al constituir una empresa como Persona Natural, la persona asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la empresa.

Lo que implica que la persona asume la responsabilidad y garantiza con todo el patrimonio que posea (los bienes que estén a su nombre), las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa.

VENTAJAS

- La constitución de la empresa es sencilla y rápida, no presenta mayores trámites, la documentación requerida es mínima.
- La constitución de la empresa no requiere de mucha inversión, no hay necesidad de hacer mayores pagos legales.
- Pueden acogerse a regímenes más favorables para el pago de impuestos.
- No se les exige llevar y presentar tantos documentos contables.
- las empresas constituidas bajo la forma de persona natural pueden ser liquidadas o vendidas fácilmente.



DESVENTAJAS

- Tiene responsabilidad ilimitada, es decir, el dueño asume de forma ilimitada toda la responsabilidad por las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa, lo que significa que deberá garantizar dichas deudas u obligaciones con su patrimonio o bienes personales.
- Capital limitado sólo a lo que pueda aportar el dueño.
- Presenta menos posibilidades de poder acceder a créditos financieros, los bancos o entidades financieras se muestran menos dispuestos a conceder préstamos a Personas Naturales.

CONSTITUCIÓN DE EMPRESA COMO PERSONA NATURAL

Los requisitos básicos exigidos por la ley para la constitución de una empresa como persona natural son los siguientes:

1. Estar matriculado como persona natural en la cámara de comercio; este procedimiento se puede realizar accediendo a la página de internet www.sintramites.com, en la sección futuro empresario.
2. Contar con el Registro Único Tributario (RUT); el cual debe estar en un lugar visible en la empresa. Este documento es otorgado por la DIAN.
3. Adquirir el Registro Único de Industria y Comercio otorgado por la Alcaldía Municipal.

El Registro de Industria y Comercio es el trámite mediante el cual se obtiene la legalidad para el funcionamiento de establecimientos industriales, comerciales, o de servicios, del sector financiero, oficinas, bodegas y consultorios; con el fin de garantizar el cumplimiento de las normas sanitarias, seguridad y salubridad de que trata la ley 232 de 1995.

Dicho trámite consiste en los estudios que realiza la Administración Municipal a fin de verificar que los establecimientos comerciales para su funcionamiento cumplan con los siguientes requisitos:

- Cumplir con todas las normas referentes a la viabilidad del uso de suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y destinación, acorde con el Plan de Ordenamiento Territorial.
- Cumplir con las **condiciones sanitarias** de que trata la ley 9 de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia.
- Para aquellos establecimientos donde se ejecuten públicamente obras musicales causantes de pago por derechos de autor, se les exigirá los comprobantes de pago expedidos por la autoridad legalmente reconocida, de acuerdo con lo dispuesto por la ley 23 de 1982 y demás normas complementarias.
- Tener la matrícula mercantil vigente de la cámara de comercio.

Piedecuesta
Construye su
Futuro

DIAN

CAMARA
DE COMERCIO DE BUCARAMANGA


DISEÑO



REFERENCIA

Proceso	Operario	Tiempo
Corte cartulina moldura.		
Corte por moldura.		
Perforar		
Pegar		
Ensamblar		
Control de Calidad		
Unión		
Herrajes		
Limpiar, Despeluzar, Brillar		
Empaque		

Anexo 17. Formato Programación de la producción. Bag's Alve

		Cl. 16C No 5W - 18 - Tejaditos / Pta Teléfono: 6542631		PROGRAMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN						
Responsable	Factura de venta	Referencia	Características específicas	Cantidad	MES					Compra de materiales

Anexo 19. Encuesta servicio al cliente. Cafetería Luxemburgo



ENCUESTA SERVICIO AL CLIENTE

6. ¿Hace cuanto visita nuestra cafetería?

7. ¿Con que frecuencia realiza las visitas?

- () Diario
- () Semanal
- () Quincenal
- () Rara vez

8. Indique cuál es su grado de satisfacción (Muy Satisfecho (MS), Satisfecho (S) e Insatisfecho (I)) con respecto a los siguientes aspectos.

- () Atención al cliente.
- () Agilidad del servicio.
- () Precio de los productos
- () Calidad de los productos

9. Califique como Excelente (E), Bueno (B), Regular (R) o Malo (M), los siguientes factores relacionados con la ambientación de la cafetería.

- () Música de fondo.
- () Decoración del lugar.
- () Ventilación
- () Iluminación
- () Espacio para la atención al público.
- () Organización de sillas y mesas
- () Limpieza del establecimiento.
- () Estado de las sillas y mesas.

10. ¿Qué otro servicio adicional le gustaría que se ofreciera en la cafetería?

11. ¿Presenta algún tipo de recomendación adicional sobre el servicio que ofrece la cafetería?

Anexo 20. Folleto ETAS

comedores sociales y similares. Casi todos los brotes son consecuencia de un enfriamiento lento de temperatura o del mantener la comida sin refrigerar.

CLOSTRIDIUM BOTULINUM

Las neurotoxinas de *C. botulinum* se encuentran entre los tóxicos naturales más potentes y pueden provocar intoxicaciones alimentarias graves, en ocasiones fatales, con síntomas que pueden prolongarse durante meses. Produce una enfermedad llamada Botulismo, la cual puede aparecer en cualquier alimento de origen animal o vegetal, principalmente en las conservas, especialmente las caseras. Las latas de conserva deformadas que sueltan gas al abrirse es más que probable que estén contaminadas por *C. botulinum*. La toxina botulínica ha sido hallada en una considerable variedad de alimentos, tales como el maíz enlatado, la pimienta, las sopas, la remolacha, los espárragos, los hongos, las olivas maduras, la espinaca, el atún, los pollos, los hígados de pollo así como los patés de hígado, las carnes para merienda, los jamones, las salchichas, La miel (principal conductor) las berenjenas rellenas, la langosta, los vegetales enlatados y además el pescado ahumado y salado.



STAPHYLOCOCCUS AUREUS

La intoxicación humana es causada por la ingesta de enterotoxinas producidas en los propios alimentos por alguna cepa de *S. aureus*, usualmente debido a que dichos alimentos no se han mantenido ni lo suficientemente calientes (60°C, o más) ni lo suficientemente fríos (7.2°C, o menos). Entre los alimentos que frecuentemente se ven involucrados en el envenenamiento alimentario causado por *Staphylococcus* se encuentran la carne y los productos cárnicos; los productos avícolas y los huevos; las ensaladas como la de huevo, atún, pollo, papas y macarroni; los productos de panadería como los pasteles rellenos con crema, las tartas cremosas y los chocolates; los rellenos para emparedados; y además, la leche y los productos lácteos. Los alimentos que requieren de una considerable manipulación durante su preparación y son mantenidos a temperaturas ligeramente elevadas después de la



ENFERMEDADES TRASMITIDAS POR ALIMENTOS

ETAS



Fundación Coomultrasan Multiactiva

**Programa de Asesoría Capacitación
y Desarrollo Empresarial**

Diseñado: Mónica Flantrmsky Cárdenas
María Isabel Linares Perales

Coomultrasan Multiactiva

Cll. 56 # 23 - 04 Piso 2

TELEFONO: 6578565 - 3174013605



Fundación Coomultrasan Multiactiva

APOYA EL DESARROLLO EMPRESARIAL.

Tel: 6578565—317 4013605

¿ QUE SON LAS ETAS ?

Son un síndrome originado por la ingestión de alimentos y/o agua que contengan agentes causantes de enfermedades, en cantidades tales que afecten la salud del consumidor a nivel individual o grupos de población.

La Organización mundial de la Salud (OMS) ha definido a las ETAs como "una enfermedad de carácter infeccioso o tóxico que es causada, o se cree que es causada, por el consumo de alimentos o agua contaminada".

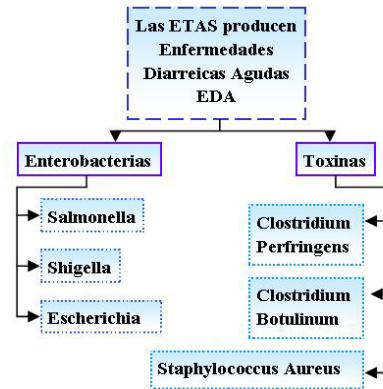
Las ETAS pueden ser...

Toxi-infecciones: un microorganismo se desarrolla en el Sistema Digestivo y produce toxinas.

Infecciones invasivas: el microorganismo produce por sí mismo daño.

Intoxicaciones: son producidas por la ingestión de toxinas.

ETAS
ENFERMEDADES
TRANSMITIDAS
POR ALIMENTOS



ENTEROBACTERIAS

SALMONELLA

La **salmonella** es una bacteria presente en los intestinos de los animales o humanos, la infección sucede cuando se ingiere productos contaminados que no fueron previamente lavados o no estaban del todo cocidos. Los alimentos más propensos a contener salmonella son los huevos crudos o a medio cocer (*mayonesas caseiras, huevo poché, clara batida, bebidas con yema de huevo, etc*) carnes mal cocidas o que hayan perdido la cadena de frío. En el caso de los huevos, éstos se contaminan con las heces de las gallinas quedando la salmonella sobre la cáscara, al contrario de los que muchos creen, no hay que lavarlos antes de guardarlos en la nevera porque gracias a la porosidad de la cáscara y al accionar de la humedad las bacterias pueden penetrar con mayor facilidad. En sí, todo alimento crudo de origen animal y las frutas o verduras mal lavadas pueden transmitir la enfermedad, también hay que tener en cuenta que si éstos entran en contacto con **utensilios** o productos listos para el **consumo** pueden contaminarlos y de ese modo propagar la infección.



SHIGELLA

La infección por **Shigella**, se trasmite por contaminación fecal-oral y solo infecta a los humanos. Las infecciones con **Shigella** pueden contraerse por comer alimentos contaminados con aspecto y olor normales. Los alimentos pueden

contaminarse por contacto con personas infectadas que los manipulan y se olvidan de lavarse las manos con jabón después de utilizar el baño. Las legumbres pueden contaminarse si se cosechan de un campo en el que el riego se contamina por residuos fecales. Las moscas pueden procrear en heces infectadas y luego contaminar los alimentos. Las infecciones con **Shigella** también pueden adquirirse al beber o bañarse en agua contaminada. El agua puede contaminarse si recibe aguas residuales o si alguien con shigelosis se baña en ella.



ESCHERICHIA

Escherichia coli es una de las bacterias más abundantes en el tubo digestivo de los mamíferos. En condiciones normales, constituye una parte esencial de la flora bacteriana humana, a la que se atribuyen efectos beneficiosos para la salud. Sin embargo, el **E.coli** puede causar infecciones intestinales y extra-intestinales generalmente severas, tales como infecciones del **aparato excretor, meningitis, peritonitis, mastitis, septicemia** y **neumonía** Gram-negativa. El consumir carne, especialmente de vacuno picada o molida (hamburguesas, albóndigas, chorizos, salame), que no ha sido cocinada suficientemente puede ocasionar la infección.



TOXINAS

CLOSTRIDIUM PERFRINGENS

La mayoría de los brotes toxiinfectivos alimentarios se deben a la ingestión de menús a base de carne (mamíferos y aves) sometidos a un tratamiento térmico defectuoso. La enfermedad causada por **C. Perfringens** aparece después de someter el alimento a un exceso de temperatura, ya sea durante la pérdida de enfriamiento posterior al proceso de calentamiento, o bien tras mantenerse almacenado sin refrigeración, puesto que ambos casos permiten que las esporas germinen y se multipliquen. Las toxiinfecciones causadas por **C. Perfringens** se asocian comúnmente a platos cárnicos cocinados, productos cárnicos cocidos no curados, salsa de carne asada, estofados, albóndigas, etc. producidos a gran escala, en establecimientos de comida preparada con servicio de catering,



Anexo 21. Folleto prevención ETAS

ALIMENTACION SANA

Es importante que el higiene en los alimentos surja desde el momento en que se compran las materias primas hasta el servicio de alimentos preparados al cliente.

En las últimas décadas, ha crecido la preocupación de la población por la higiene y la seguridad de los alimentos. Los consumidores quieren que se les garantice que los productos alimentarios que adquieren, así como los menús que ingieren en los restaurantes sean seguros, nutritivos y salubres, y que la tecnología utilizada en su elaboración cumpla las normas mínimas de calidad. El manipulador de alimentos puede influir decisivamente en la salud de los consumidores. De igual forma, puede provocar una contaminación de los alimentos que maneja, motivada por unas prácticas de manipulación incorrectas o debido a una falta de higiene, ya sea personal, de los utensilios, superficies, equipos, etc.



Fundación Coomultrasan Multiactiva

**Programa de Asesoría Capacitación
y Desarrollo Empresarial**

Diseñado: Mónica Flantrmsky Cárdenas
María Isabel Linares Perales

PREVENIR ES MUY FACIL

COOMULTRASAN MULTIACTIVA
Cll. 56 # 23 - 04 Piso 2

TELEFONO: 6578565 - 3174013605



¿Cómo Prevenir las ETAS?

**“PREVENIR ES MUY
FACIL”**

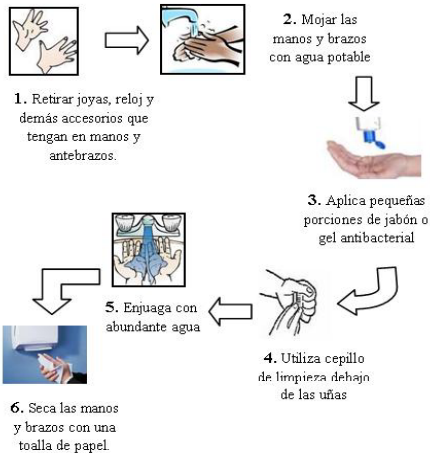


Fundación Coomultrasan Multiactiva

APOYA EL DESARROLLO EMPRESARIAL.

Tel: 6578565—317 4013605

Antes de Manipular Alimentos



Almacenamiento de Los Alimentos

- **Las carnes:** Si no se van a utilizar dentro de las 48 horas, se llevan al *freezer* (o al congelador), pero antes hay que eliminar la grasa. Si son bifés o milanesas, separarlos con papel film.
- **Los lácteos y productos envasados (botellas, jugos, etc.):** El envase que los contiene debe lavarse con agua, secándolo antes de que ingrese a la heladera.
- **Frutas y verduras:** En estos alimentos no hay un componente proteico importante, por lo que los riesgos son menores. Si poseen mucha agua, y su deterioro es el natural del alimento, se lo percibe fácilmente a través del aspecto, cuando se marchita o pudre. Lo ideal es lavarla, secarla y guardarla en la heladera dentro de bolsas de nylon perforadas (para que el alimento escurra líquido y esté aireado) o en recipientes herméticos de plástico.
- **Almacenar separadamente** los alimentos crudos y los cocidos con el fin de evitar la contaminación cruzada entre ellos.

- **Antes de utilizar las verduras y frutas,** se deben volver a lavar. Para una mayor seguridad se le pone unas gotitas de lavandina al agua o se la acidula con jugo de limón o vinagre (el PH ácido mata a las bacterias).
- **Productos secos (arroz, fideos, harina, etc.):** Son los menos susceptibles de descomposición porque no tienen agua. Pero hay que cuidarlos de los calores extremos para que no aparezcan parásitos, como los gorgojos. Una vez cocidos, ganan agua, entonces sí entran a correr los mismos riesgos que los alimentos frescos.
- **Las conservas enlatadas:** Verificar la fecha de elaboración y vencimiento. Una vez abierta la lata, hay que pasar el contenido a un recipiente plástico limpio. Las legumbres deben enjuagarse para quitarles el agua espumosa que tiene conservantes y aditivos.

Al Preparar los Alimentos

- Lavar las manos antes de preparar los alimentos.
- Lavar muy bien los recipientes, tablas de picar, mesas y utensilios que se usen al preparar alimentos crudos, antes de volver a emplearlos en alimentos listos para comer.
- Utilizar agua potable para el lavado de los alimentos.
- Lavar la piletta de la cocina y todo aquello que haya estado en contacto con carne cruda.
- No utilizar los mismos utensilios (tablas, cuchillos, tenedores, etc.) para los alimentos crudos y los cocinados.
- Descongelar los alimentos congelados dentro de la heladera o en el horno de microondas y no sobre la mesada de la cocina. Si se va a marinar carnes, colocar en la heladera después de condimentar.
- Lavar frecuentemente los repasadores y trapos de la cocina con agua caliente. Si se puede, usar toallas de papel para limpiar los jugos de las carnes y aves. No usar esponjas.

Elementos Peligrosos en la Cocina

- **El trapito:** hay estudios que demuestran que un trapo de rejilla de cocina tiene más bacterias que un zócalo sucio. Por eso, lo aconsejable es usar papel descartable, para limpiar y secar. O lavar permanentemente los trapos con agua con lavandina o bactericida.
- **El delantal:** es otro lugar propicio para coleccionar microbios.
- **Tablas, ollas y fuentes deterioradas:** cuando la madera, el teflón o la loza presentan canaletas o cachaduras por el uso, albergan bacterias.
- **El detergente:** barre la suciedad pero no mata agentes contaminantes. Hoy día se consiguen en los comercios productos bactericidas y desengrasantes que cumplen ambas funciones.

- **En la heladera:** todos los alimentos deben ir tapados. Hay que tener recipientes herméticos de varios tamaños, porque lo ideal es que no quede casi espacio entre el contenido y la tapa. La heladera se lava con agua y un bactericida, o con agua y jabón y luego se le pasa una solución alcalina de agua con bicarbonato.
- **El aluminio:** evitar los utensilios de este metal. El acero, el vidrio, el teflón, la loza, la madera dura, si están en buen estado, son los materiales más nobles.

Conservación de las comidas

- No se ha de romper nunca la cadena de temperatura, bien sea caliente (mantener los alimentos entre 65-70°C) o fría (las comidas refrigeradas por debajo de los 4° C y los congelados por debajo de -18° C y nunca se han de recongelar).
- En los aparatos de conservación de las comidas elaboradas (neveras, cámaras, termos) se ha de controlar siempre la temperatura con termómetros o termógrafos. Se ha de extremar la limpieza y evitar posibles contaminaciones cruzadas entre productos crudos y cocinados y se ha de cuidar al máximo el orden de colocación y protección de los alimentos almacenados.
- La refrigeración o congelación de los alimentos que se han de conservar en frío ha de realizarse lo más rápidamente posible y se han de conseguir temperaturas inferiores a 10° C en el mínimo período de tiempo (aproximadamente 2 horas). Después de cocer una pieza grande de carne se la ha de separar del jugo, enfriarla de seguida y guardarla en el refrigerador. Esta operación se ha de realizar cuando la pieza deja de emitir vapor.
- Cada tipo de alimento se colocará en un lugar u otro de los aparatos refrigeradores, según sus características y el tiempo que queramos conservarlo. Es recomendable proteger algunos alimentos con papel de aluminio o láminas de plástico, ya que evita que se sequen, que se oxiden y que pasen los olores de los unos a los otros. La protección y separación de los alimentos refrigerados sirve también para prevenir la llamada "contaminación cruzada", que se produce cuando están en contacto alimentos crudos y cocinados. "TAPAS"
- Cuando las comidas se expongan al público, estarán en vitrinas protegidas y refrigeradas. En ningún caso podrá el público tener acceso a ellas. Sólo los embutidos curados y los quesos secos pueden estar a temperatura ambiente. Nunca lo podrán estar las tortillas o las comidas con salsas a base de huevo.



Anexo 22. Formato registro de ventas. Restaurante el argentino

<p><i>Restaurante el Argentino</i></p> <p>Km 3 Vía Mesa Ritoque - Teléfono: 6781505</p>		<p>REGISTRO DE VENTA</p> <p>Mes: _____</p>	
Fecha	Mesero	No. Factura	Valor Total

Anexo 23. Formato lista de verificación. Micromercado el Mompirry

<i>UBICACIÓN VITRINA</i>	<i>PRODUCTO</i>	<i>Enero</i>				<i>Febrero</i>				<i>Marzo</i>				<i>Abril</i>				<i>Mayo</i>				<i>Junio</i>				
		<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

MARIANITA
Artesanías y confecciones



Calle 28C No. 30C - 18 - Girón
Teléfono: 6461481

QUIENES SOMOS

MARIANITA HOGAR es una unidad productiva personal dedicada a la elaboración de lencería para el hogar (coladores para café, filtros de greca, guantes para horno y forros para licuadora) y productos a base de estropajo para el aseo personal, como: guantes, manoplas, espaldero, pomos para la cara y avalado.

Sus propietarias son la Señora Zamara Parra Gonzales y su madre la Señora Francisca Gonzales.

HISTORIA

Esta microempresa fue fundada en el año 2004 por Zamara Parra Gonzales y Francisca Gonzales, gracias a un familiar que les enseñó a elaborar los productos a base de estropajo así como también la lencería para el hogar.

Inicialmente su mercado se encontraba ubicado en la Costa pero con el pasar de los años se dieron a conocer en la ciudad de Rioacha (en donde se encuentra su mayor cliente) y en el Municipio de Girón.

MISION

MARIANITA HOGAR es una unidad productiva dedicada a la elaboración de lencería para el hogar y productos para el aseo personal a base de estropajo. Su mayor propósito es brindarle al cliente un producto bien elaborado que sea de gran utilidad para su hogar o para su aseo personal.

VISION

En los próximos años aspiramos ampliar nuestra clientela, por medio del reconocimiento de nuestros productos a Nivel Regional y Nacional.

EL ESTROPAJO

Familia: Cucurbitaceae
Nombre científico: *Luffa cylindrica*
Nombre común: estropajo o pepinillo



Gracias a sus propiedades el estropajo es una fibra natural utilizado especialmente para el aseo personal. Esta planta presenta beneficios para la piel, entre los cuales se encuentran limpieza profunda, exfoliación, tonificación del organismo y estimulación de la circulación periférica. Es recomendado su uso por dermatólogos y cosmetólogos para remover las células muertas de la piel, controlar el acné y el exceso de grasa.

SUS PRINCIPALES CUALIDADES SON:

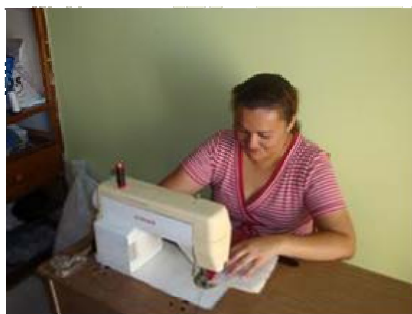
- EL *estropajo* se cultiva (se emplean recursos renovables en su producción).
- Es un producto *biodegradable* (no genera desechos contaminantes, ni en la producción, ni en los residuos).
- Tiene propiedades *exfoliantes* únicas.
- Puede procesarse *manualmente*, dándole la forma deseada.

PROCESO DE ELABORACIÓN DE LOS PRODUCTOS A BASE DE ESTROPAJO

El proceso de elaboración para cada uno de los productos a base de estropajo es el mismo, la diferencia existente se encuentra en el diseño de cada presentación.

PROCESO:

1. Compra de Materia Prima (estropajo, hilos, tela toalla, sesgo).
2. Corte de los estropajos.
3. Secado de los estropajos.
4. Forrado de la parte interior del estropajo.
5. Corte de la tela toalla teniendo en cuenta cada diseño.
6. Ensamble.
7. Empacado.
8. Etiquetado.



NUESTROS PRODUCTOS A BASE DE ESTROPAJO

ESTROPAJO ESPALDERO



El ESTROPAJO ESPALDERO es utilizado para proporcionar una limpieza profunda en la espalda, removiendo las células muertas e impurezas como el sudor, el polvo y otras partículas extrañas que se encuentran en el medio ambiente.

Características específicas

Forma: Alargada

Dimensiones: largo: 36 cms aprox.

Ancho: 9 cms aprox.

Diseño: Una de las caras esta cubierta por el estropajo y la otra cara por una tela toalla, que en sus extremos cuelgan dos tiras para un mayor agarre.



Referencia: 101

Precio: \$3000

ESTROPAJO GUANTE



El ESTROPAJO GUANTE es recomendado usar durante el baño personal ya que además de brindar mayor limpieza a nuestro cuerpo, este utensilio de aseo sirve para incentivar la circulación sanguínea, tonificar los músculos, combatir la celulitis y el exceso de grasa.

Esta clase de estropajo se puede utilizar en brazos, piernas, glúteos y abdomen.

Características específicas

Forma: Similar a la mano

Dimensiones: largo: 19 cms aprox.

Ancho: 16 cms aprox.

Diseño: En esta presentación el consumidor puede introducir su mano, otorgando mayor comodidad en el momento de su uso.



Referencia: 102

Precio: \$3000

ESTROPAJO MANOPLA



Al igual que el estropajo guante el ESTROPAJO MANOPLA es utilizado principalmente para tonificar ciertas zonas del cuerpo; como las piernas, los glúteos y el abdomen. Así como también, su uso ayuda a reducir la celulitis, remover las células muertas de la piel y estimular la circulación periférica.

Características específicas

Forma: Semiovalado.

Dimensiones: largo: 19 cms aprox.

Ancho: 14 cms aprox.

Diseño: En esta presentación también el consumidor puede introducir la mano, cubriéndola totalmente con el estropajo, proporcionando un mayor agarre.



Referencia: 103

Precio: \$3000

ESTROPAJO OVALADO



Referencia: 104
Precio: \$2000

El ESTROPAJO OVALADO presenta la misma funcionalidad que el estropajo guante y el estropajo manopla, su diferencia se encuentra en su diseño, su tamaño y que en esta presentación el consumidor no puede introducir su mano, simplemente para su uso se debe agarrar por uno de sus lados.

Este estropajo se puede utilizar durante el aseo personal para eliminar ciertas partículas provenientes del ambiente (polvo, humo, etc.), minimizar la celulitis, tonificar ciertos músculos, estimular la circulación, exfoliar la piel, y otros beneficios implícitos en este utensilio de aseo.

Características específicas

Forma: Ovalado

Dimensiones: largo: 16 cms aprox.

Ancho: 12 cms aprox.

POMAS FACIALES



Las POMAS FACIALES otorgan una limpieza profunda al rostro, exfolian la piel, controlan el acné, y realizando un masaje con este utensilio de baño en todo el cutis predispone la piel para absorber mas rápidamente las cremas nutritivas; ya que abre los poros, dejándolos limpios y libres de impurezas, como el sudor y el polvo

Características específicas

Forma: Circular.

Dimensiones: diámetro: 9 cms

Diseño: Una de sus caras esta completamente cubierta por el estropajo y la otra cara la cubre la tela toalla.



Referencia: 105

Precio: \$2000



REFERENCIAS COMERCIALES

- **SUPERMERCADO CUMANA**

Propietarios: Laura Inés Mantilla— José Antonio Barrios
Teléfono: 3002665799
Ubicación: Rioacha / La Guajira

- **SUPERMERCADO EL OSCAR**

Propietario: Carlos Arturo Castillo
Teléfono: 6467491
Ubicación: Girón / Santander

- **SUPERMERCADO SERRANO**

Propietario: Fabio Flórez
Teléfono: 6466417
Ubicación: Girón / Santander



Fundación Coomultrasan Multiactiva

**Programa de Asesoría Capacitación y Desarrollo
Empresarial**

**Diseñado por: María Isabel Linares Perales
Mónica Flantrmsky Cárdenas**

COOMULTRASAN MULTIACTIVA
Calle 56 No 23 – 04
Teléfono: 6578565