

**ASESORÍA, CAPACITACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL
COOMULTRASAN MULTIACTIVA**

MÓNICA LUCIA FLANTRMSKY CÁRDENAS

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE INGENIERÍA Y ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
BUCARAMANGA
2011**

**ASESORÍA, CAPACITACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL
COOMULTRASAN MULTIACTIVA**

**MÓNICA LUCIA FLANTRMSKY CÁRDENAS
ID: 67573**

**Monografía para optar al título de:
INGENIERA INDUSTRIAL**

**Asesora:
ING. MARÍA TERESA CASTAÑEDA GALVIS**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE INGENIERÍA Y ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
BUCARAMANGA
2011**

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Bucaramanga, Abril de 2010

DEDICATORIA

Este trabajo desarrollado durante una etapa de crecimiento profesional, quiero dedicarlo a todas aquellas personas que fueron participes de él, quienes me brindaron su apoyo, comprensión y sus aportes intelectuales para la solución y progreso durante este proceso.

A mi hija quien con su corta edad comprendió la importancia y el significado de mi crecimiento profesional y el cumplimiento de mis objetivos y metas académicas propuestas. Ella fue testigo de toda mi carrera como Ingeniera Industrial, sacrificamos tiempo juntas con la finalidad de que culminara aquel reto que nació desde su gestación hasta hoy en día. Gracias hija por ser un motor en mi vida que me impulso a no rendirme y continuar en mi crecimiento continuo.

A mis papas, quienes motivaron mi formación tanto personal como académica, quienes me apoyaron como madre, como hija y como estudiante, siempre enfocándome en un camino correcto, transparente y certero. Ellos me brindaron la oportunidad de cumplir y llevar a cabo mi carrera profesional, fueron ellos quienes durante este proceso de Práctica empresarial, escucharon mis inquietudes, creyeron mis ideas y me apoyaron en la ejecución de un excelente trabajo cumplido. A mis hermanos quienes siempre estuvieron conmigo aportándome grandes lecciones para mi vida laboral y personal, quienes apoyaron mi lucha constante por no rendirme y alcanzar los logros académicos de mi carrera.

A la empresa COOMULTRASAN MULTIACTIVA, lugar donde lleve a cabo mi práctica empresarial, pues fueron un grupo de personas que con su amabilidad, cordura, confianza y sentido humano hicieron placentero y enriquecedor mi trabajo ejecutado allí. A Elsa Joan Ortiz quien siempre estuvo pendiente de mi, de mi proceso, resolvió mis dudas laborales y fue un soporte, una mano amiga y una maestra con sus lecciones y experiencias laborales vividas. Al Ing. Carlos Ospina quien dedico gran parte de su tiempo a mi desarrollo profesional y laboral dentro de la empresa, es una persona con grandes conocimiento y aportes muy significativos que hacen muy valiosa mi práctica empresarial. A la Doctora Elida Mantilla, una mujer perseverante, con grandes ideas, una persona en pro de los demás, fue ella mi mentora, la persona que corrigió mis errores, quien me formo como profesional y me encamino en un camino laboral.

A mis amigas Carina Andrea López, y María Fernanda Jagua, quienes fueron testigo de mis experiencias como persona, como estudiante, como amiga y como madre, compartimos grandes experiencias durante nuestra carrera, aprendimos grandes enseñanzas y juntas logramos la culminación de este proceso y el logro de nuestras metas.

A mis profesores, quienes participaron en todo mi proceso de formación, quienes me colaboraron y me enseñaron las bases para la ejecución de mi carrera. A toda mi familia por su apoyo incondicional, a mi esposo por creer en mí por ir de la mano conmigo durante toda mi evolución como persona, madre y profesional.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a todas las personas que me permitieron ejecutar los objetivos propuestos durante mi práctica empresarial. Principalmente agradezco a Coomultrasan Multiactiva, entidad que me colaboro en muchos aspectos, fue gracias al personal que la integra que aprendí importantes experiencias, me apoyaron en todo mi proceso de adaptación, de elaboración del plan de trabajo, así como en la revisión e implementación de las estrategias propuestas. Al terminar mi paso por esta reconocida empresa me llevo un grato recuerdo de ella, conservo las valiosas enseñanzas que aprendí para lograr un mejor desempeño en la vida laboral.

Agradezco a mis padres, quienes han sido los forjadores de la persona en la que hoy me convertí, se que seré de grandes aportes positivos para la sociedad. Agradezco su tiempo dedicado, su paciencia y la forma como corrigieron mis errores, porque gracias a ellos soy un ser humano integro con grandes sueños y metas por cumplir.

Agradezco muy de corazón a la Universidad Pontificia Bolivariana por permitirme ser partícipe de su formación, por haberme brindado por medio de sus docentes los conocimientos más idóneos que me permitieron desenvolverme en un ambiente laboral correcto, siempre guiando mi actuar bajo los parámetros intelectuales y disciplinarios con los que me forme dentro de esta institución. Agradezco porque por medio de ella obtendré mi título como Ingeniera Industrial, el cual portare con orgullo y me desempeñaré como una excelente profesional.

Finalmente agradezco a mi hija, Valeria, por ser el aspecto más importante en mi vida, por ser el motor que me impulso a no rendirme y a luchar por ser una profesional capacitada y poder así labrar un mejor futuro para las dos. Ella comprendió las largas jornadas de estudio, los momentos sacrificados, pero hoy entiende que todo es por construir un camino con esperanzas y oportunidades. Gracias por ser hija, testigo de mis pasos, por ayudarme a no dar ninguno en falso ni errado, y por ser quien me motiva a continuar mi lucha.

GLOSARIO

- **Acción Preventiva:** Es el conjunto de actividades emprendidas para eliminar las causas de posibles riesgos que puedan llevar al mal funcionamiento de los procesos de y de la Organización, que afecten la satisfacción del cliente interno o externo o impidan el logro de las metas propuestas.
- **Buenas Prácticas de Manufactura (BPM):** Principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte y distribución de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los productos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se minimicen los riesgos inherentes durante las diferentes etapas de la cadena de producción.
- **Cámara de Comercio:** Institución privada y autónoma, con personería jurídica y sin ánimo de lucro, dedicada fundamentalmente a la prestación de servicios para los empresarios de la región.
- **Contabilidad:** Proceso mediante el cual se identifica, mide, registra y comunica la información económica de una organización o empresa, con el fin de que las personas interesadas puedan evaluar la situación de la entidad.
- **DOFA:** Técnica que permite a una institución, empresa o persona evaluar la situación frente a un entorno de mercado, competencia o el desarrollo de un proyecto y planear así una mejor estrategia de trabajo.
- **Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETAS):** Son un síndrome originado por la ingestión de alimentos y/o agua que contengan agentes etiológicos en cantidades tales que afecten la salud del consumidor a nivel individual o grupos de población.
- **Inventario:** Stock de insumos, materias primas, productos en proceso y bienes terminados que son mantenidos por una empresa.
- **Microempresa:** Unidad de negocio que cuenta con un personal no superior a 10 trabajadores; sus activos totales son inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	12
1 GENERALIDADES DE LA EMPRESA	14
1.1 HISTORIA	14
1.2 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA ESPECÍFICA DE TRABAJO	17
2 DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA	19
3 ANTECEDENTES	21
4 JUSTIFICACIÓN	24
5 OBJETIVOS	25
5.1. OBJETIVO GENERAL	25
5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	25
6 MARCO TEÓRICO	26
6.1. PERSONA ASOCIADA A COOMULTRASAN	26
6.2. MIPYME (Micro, Pequeña Y Mediana Empresa)	26
6.3 PROGRAMA ASESORÍA EMPRESARIAL	27
6.4 MATRIZ DOFA	28
7 ACTIVIDADES DESARROLLADAS	29
7.1. CONVOCATORIA	29
7.2. SELECCIÓN DE LAS 11 MICROEMPRESAS APTAS PARA LA PARTICIPACIÓN EN EL PROGRAMA DE ASESORÍA, CAPACITACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL.	29
7.3. VISITAS DE CAMPO A CADA MICROEMPRESA	29
7.4. ELABORACIÓN DEL INSTRUMENTO DIAGNÓSTICO (ENCUESTA)	29
7.5. IMPLEMENTACIÓN DEL INSTRUMENTO DIAGNÓSTICO	33
7.6. ELABORACIÓN DE LA MATRIZ DOFA A LAS 11 MICROEMPRESAS	33
7.7. ELABORACIÓN Y PLANTEAMIENTO DE LAS DIFERENTES ESTRATEGIAS REQUERIDAS EN CADA UNIDAD DE NEGOCIO.	45
8 IMPLEMENTACIÓN DE PROPUESTAS	57
8.1. MEJORAS PROPUESTAS	57

8.2. PROPUESTAS IMPLEMENTADAS	57
8.3. EVALUACIÓN DE LOS RESULTADOS EN LA IMPLEMENTACIÓN	88
CONCLUSIONES	97
RECOMENDACIONES	99
BIBLIOGRAFÍA	100
ANEXOS	102

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A. FOLLETO BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA	103
ANEXO B. PANORAMA DE FACTORES DE RIESGO	105
ANEXO C. FOLLETO LEGISLACIÓN Y CONSTITUCIÓN EMPRESARIAL – PERSONA NATURAL	106
ANEXO D. FOLLETO LEGISLACIÓN Y CONSTITUCIÓN EMPRESARIAL – PERSONA JURÍDICA	108
ANEXO E. FORMATO DE CONTABILIDAD DE CAJA – CREATIVE ADVENTURE	110
ANEXO F. ESTADO DE CARTERA	111
ANEXO G. FOLLETO ENFERMEDADES TRANSMITIDAS POR ALIMENTOS	112
ANEXO H. FOLLETO ¿Cómo prevenir las ETAS?	114
ANEXO I. FOLLETO LA DIVERSIFICACIÓN Y SU IMPORTANCIA	117
ANEXO J. FOLLETO ESTÁNDARES DE CALIDAD	118

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: ASESORÍA, CAPACITACIÓN Y DESARROLLO
EMPRESARIAL COOMULTRASAN MULTIACTIVA
AUTOR: MONICA LUCIA FLANTRMSKY CARDENAS
FACULTAD: INGENIERIA INDUSTRIAL
DIRECTOR(A): MARIA TERESA CASTAÑEDA GALVIS

El contenido temático del presente trabajo, se basa principalmente en fortalecer las capacidades administrativas, productivas y comerciales, de los microempresarios asociados a la cooperativa, con el fin de que estos logren un crecimiento organizacional y gerencial que les permita un sostenimiento del negocio y del entorno donde interactúan.

El proceso inicia por medio del análisis y exploración de las bases de datos suministradas por la cooperativa, abarcando 250 asociados por vía telefónica y seleccionando los 11 participantes que cuentan con negocio propio y apto para la asesoría. Posteriormente, se programan las visitas de campo en las microempresas, las cuales permiten visualizar un panorama más amplio de cada negocio, conocer el personal de cada una y escuchar los requerimientos y necesidades que presentan.

Con la información recaudada en estas visitas, se procede a la elaboración de la Matriz DOFA y de un plan de mejoramiento que permita abarcar las necesidades presentadas en cada microempresa.

Finalmente se inicia el proceso de implementación del plan propuesto, capacitando al empresario sobre el manejo adecuado de las herramientas que sean entregadas y del objetivo que tiene cada una de ellas en su negocio.

Durante la ejecución de la practica se observa la importancia de la continuidad en el proceso ejecutado con cada una de las microempresas participantes, debido a que en la fase de seguimiento muchas de ellas aun no habían implementado de forma constante y comprometida, las estrategias propuestas; por ello un abandono de la asesoría, puede conllevar a la nulidad del trabajo realizado. Es importante aclarar que durante esta fase todas las microempresas asesoradas muestran gran satisfacción con el programa y esperan una nueva fase en él.

PALABRAS CLAVES: Microempresa, Asesoría Empresarial, Plan de Mejoramiento, Matriz DOFA

GENERAL SUMMARY OF WORK OF DEGREE

TITLE: ASESORÍA, CAPACITACIÓN Y DESARROLLO
EMPRESARIAL COOMULTRASAN MULTIACTIVA
AUTHOR: MONICA LUCIA FLANTRMSKY CARDENAS
FACULTY: INDUSTRIAL ENGINEERING
DIRECTOR: MARIA TERESA CASTAÑEDA GALVIS

SUMMARY

The thematic content of this work relies mainly on strengthening the administrative, productive and trade capacities of microentrepreneurs associated with cooperative, so they achieve organizational and managerial growth allowed a sustaining business and the environment where interact.

The process starts by means of analysis and exploration databases provided by the cooperative, comprising 250 associated phone and selecting 11 participants with itself and suitable for the consulting business. Subsequently, programmed the field visits in micro-enterprises, which allow you to view a more comprehensive overview of every business, learn staff each and listen the requirements and needs to have.

The information collected during these visits, is matrix DOFA and a plan of improvement to cover needs presented in each micro-enterprise development.

Finally starts the process of implementation of the proposed plan training to the employer on the appropriate management tools that are delivered and the objective that has each of them in your business.

During the execution of practices it notes the importance of continuity in the process executed with each participating, micro since in the follow-up phase many of them had not yet implemented in a consistent and committed, proposed strategies; therefore an abandonment of the advice can lead to annulment of the work done. It is important to clarify that during this phase micro asesoradas-show great satisfaction with the program and expect a new phase in it.

KEY WORDS: Small Business, Business Advisor, Improvement Plan, SWOT Matrix

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como finalidad la aplicación y fortalecimiento de los conocimientos adquiridos durante el desarrollo del ciclo académico, resaltando la importancia que requiere el crecimiento y formación empresarial en un estudiante universitario dentro de su proceso de práctica empresarial, en este caso, realizada en la empresa Coomultrasan Multiactiva.

El trabajo desarrollado durante este transcurso de tiempo se encuentra enmarcado en lograr un crecimiento económico a nivel regional y nacional, debido a que Santander es un departamento en potencia para el desarrollo de gente emprendedora que decide poner en acción sus ideas de negocio, y logran crear su propia microempresa, convirtiéndose así, en grandes fuentes generadoras de empleo y en un impulso empresarial para el país.

El programa de Asesoría, Capacitación y Desarrollo Empresarial surge como retribución de la cooperativa hacia sus asociados, quienes son personas líderes y emprendedoras que buscan por medio de este programa un apoyo para la solución y enfrentamiento de necesidades empresariales y concientización personal sobre la forma de asumir los retos que el mercado impone día tras día, para lograr un aporte aun más significativo a la economía de la región.

El objetivo principal de este trabajo es fortalecer las capacidades administrativas, productivas y comerciales, de los microempresarios asociados a la cooperativa, con el fin de que estos logren un crecimiento organizacional y gerencial que les permita un sostenimiento del negocio y del entorno donde interactúan. Se inicia en primer lugar, por medio de una selección de los asociados que tienen unidad de negocio propia y apta para la asesoría y que adicionalmente cuentan con un número igual o mayor a dos empleados; durante la ejecución de esta etapa se presenta cierta dificultad para la selección de ellos, debido a que las microempresas conformadas por los asociados no cumplían con el número de empleados mínimo requerido, situación que fue solucionada abarcando mas asociados de las bases de datos de la Cooperativa. Posteriormente, se realizan visitas de campo las cuales requerían una dedicación de tiempo significativa para obtener la información primordial, donde por medio de una herramienta diagnóstica (encuesta) y la observación del sitio de trabajo, se conocen los propietarios, las necesidades básicas del negocio y se resuelven inquietudes que surgen por parte de cada microempresario; de allí, se procede a realizar una serie de posibles soluciones y recomendaciones con base en lo evaluado y analizado en la visita de campo de cada negocio; finalmente estas estrategias son planteadas a cada propietario de la unidad de negocio y en conformidad con él, son ejecutadas e implementadas en las diferentes áreas de la microempresa, obteniendo de esta forma, una mayor rentabilidad, organización administrativa y mejoramiento productivo dentro de cada una de ellas. Finalmente se realiza un seguimiento y control a cada Microempresa con el objetivo de conocer los

resultados obtenidos con cada estrategia implementada y si la forma de implementación que se llevo a cabo fue correcta y la más apropiada para su óptimo funcionamiento.

1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA¹

1.1 HISTORIA

Coomultrasan es una organización Santandereana de carácter solidario, con más de 47 años de presencia en el Departamento, la cual tiene como propósito ofrecer a sus asociados y público en general productos y servicios, que mejoren la calidad de vida satisfaciendo sus necesidades y expectativas.

El 23 de noviembre de 1.962 en Asamblea General de Constitución, nace la Cooperativa de Ahorro y Crédito UTRASAN LTDA, la cual se encontraba conformada por 33 asociados y un capital de \$ 350.

Su actividad inicial está enfocada solamente al ahorro y crédito, sin embargo por las exigencias de sus asociados y con el objetivo de satisfacer al máximo las necesidades de la comunidad, su objeto de acción se amplía con la conformación de otras Cooperativas complementarias como fueron: Cooperativa de Servicios Asistenciales, Cooperativa de La Salud, Cooperativa de Educación, Cooperativa del Hogar y la Cooperativa de Materiales.

Para el año de 1.979 surge la necesidad de integrar la administración de estos entes y mediante una reforma estatutaria el 21 de septiembre de este año, se adopta una nueva razón social y comienza a denominarse como COOPERATIVA MULTIACTIVA DE TRABAJADORES DE SANTANDER “COOMULTRASAN” como una sola entidad que agrupa a todas las anteriores.

COOMULTRASAN comienza a ampliar sus programas y se extiende por la mayoría de los municipios de Santander, llegando también al sur de Cesar.

A raíz de la expedición de la ley 454/98, que obliga a especializar las cooperativas Integrales y Multiactivas que tuvieran sección de Ahorro y Crédito, esta última es convertida, de acuerdo al monto de aportes, en una Cooperativa Financiera. Razón por la cual el 31 de julio de 2000 se realiza un proceso de escisión, donde se conforman dos empresas, La Cooperativa Financiera de los trabajadores de Santander, conocida como FINANCIERA COMULTRASAN, la cual tiene como objeto fundamental la actividad financiera conformada por el programa de ahorro y crédito y la Cooperativa Multiactiva de los Trabajadores de Santander COOMULTRASAN, la cual mantiene su razón social, basando su

¹ Historia de Coomultrasan. Departamento de mercadeo. Portafolio de servicios. Bucaramanga. Disponible en http://www.coomultrasan.com.co/index.php?option=com_content&task=view&id=26&Itemid=44.

objetivo en la prestación de servicios en múltiples áreas, como la comercialización de electrodomésticos, materiales para la construcción, medicamentos, servicios de salud y educación, entre otros.

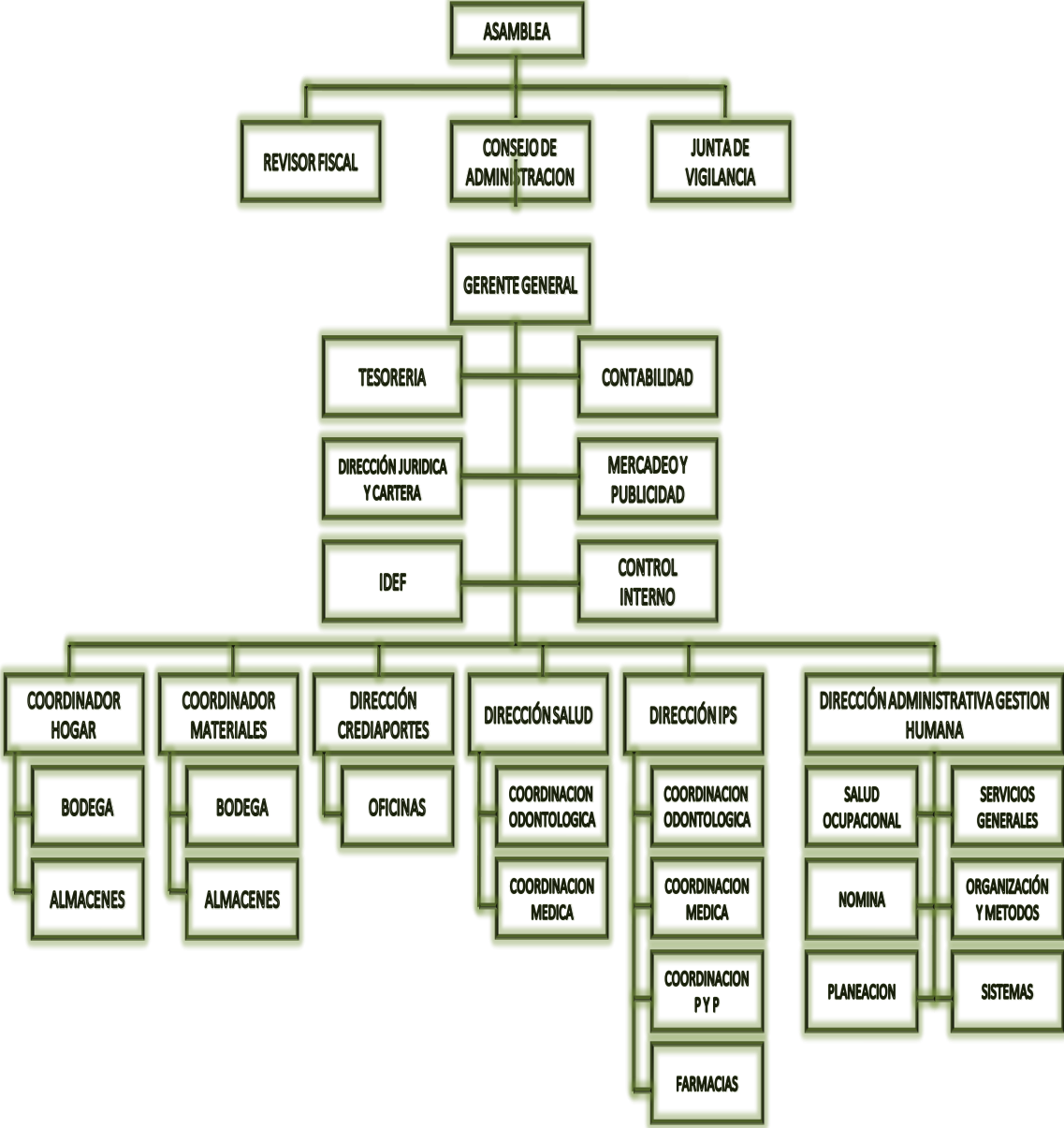
Coomultrasan Multiactiva

- Organización de carácter solidario
- Propósito: ofrecer a sus asociados y a la comunidad en general productos y servicios, que mejoren su calidad de vida y satisfagan sus necesidades y expectativas.
- Servicios: Productos para el Hogar (Electrodomesticos, muebles, computadores, muebles, motos y máquinas de gimnasia), Materiales para la Construcción, Crédito sobre el valor de los aportes y microcrédito para microempresarios, Servicios del Plan Obligatorio de Salud-POS, mediante la IPS, Servicios de Salud Complementarios, Educación y capacitación.
- Ubicación: Calle 56 # 23 – 04 piso 2.
- Teléfono: 6434204 Ext. 1104 – 1110. Directo IDEF 6578565.
- Número de empleados: 611 empleados ubicados en las diferentes áreas de la cooperativa.



Fotografía 1. Logo Comultrasan

Figura 1. Estructura Organizacional COOMULTRASAN MULTIACTIVA



Fuente: Departamento de Mercadeo. Coomultrasan Multiactiva.

1.2 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA ESPECÍFICA DE TRABAJO

El IDEF es una institución auxiliar del cooperativismo, reconocida como Instituto de Educación No Formal y su propósito principal es contribuir al desarrollo humano y técnico de los asociados a Coomultrasan y de sus grupos vinculados a empresas públicas y privadas de la región, por medio de diferentes procesos educativos de alta calidad, como: cursos, seminarios, conferencias, programas técnicos, diplomados, entre otros; enmarcados en los valores y principios que orientan la filosofía cooperativa.

Como soporte a este departamento surge en el año 2006 La Fundación Coomultrasan Multiactiva, dirigida bajo el mando de la Doctora Elida Mantilla Rodríguez, quien se ha encargado de orientar y ejecutar programas como Escuelas de Formación Deportiva y Social, Atención Integral al Adulto Mayor, Apoyo al Menor Trabajador en Situación de Riesgo y finalmente el programa de Asesoría, Capacitación y Desarrollo Empresarial, el cual es el objeto del plan de trabajo a desarrollar. Este programa se enfoca en brindar asesoría en las áreas de Producción, Mercadeo, Administración, Contabilidad y Presupuesto a Microempresarios asociados a la cooperativa, por medio de la Asesoría de Ingenieros Industriales, los cuales deben lograr un acercamiento con el microempresario que le permita el intercambio de información veraz y por consiguiente un diagnóstico certero del negocio actual donde se desempeña, para poder de esta forma, implementar una serie de estrategias que le permitan darle un crecimiento a cada negocio y un aprovechamiento de las oportunidades que ofrece el mercado para la comercialización de diferentes productos.

Perfil del Cargo

ASESORA EMPRESARIAL

Cargo a Desempeñar	Aprendiz SENA. Asesora empresarial
Supervisor	Directora Fundación Coomultrasan Multiactiva. Directora IDEF
Departamento de procedencia	IDEF

Nombre y Cargo del Supervisor Técnico (Empresa)

Doctora

Elida Mantilla Rodríguez

Directora Instituto De Educación No Formal – IDEF

Ingeniero

Carlos Ospina

Docente Externo del instituto

2 DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

Coomultrasan Multiactiva es una organización de carácter solidario, que tiene como propósito ofrecer a sus asociados y comunidad en general productos y servicios, que mejoren su calidad de vida satisfaciendo sus necesidades y expectativas.

Desde la creación de la cooperativa en 1986 se ha encargado de constituir, capacitar y asesorar a múltiples empresas del sector solidario. De igual forma la cooperativa de forma permanente está ofreciendo diplomados, cursos, seminarios, programas técnicos y conferencias en todas las áreas del conocimiento para empresas, personas naturales y asociados a Coomultrasan Multiactiva.

La Fundación Coomultrasan Multiactiva nace como apoyo para el desarrollo humano de todo el personal de la Cooperativa y de sus asociados, actualmente lleva 3 años ejerciendo su propósito de promocionar el ser humano mediante la ayuda, la equidad y la solidaridad, fortaleciendo procesos de desarrollo económico y social, orientados a mejorar la calidad de vida de los asociados de Coomultrasan y la comunidad en general.

Actualmente muchas personas que han decidido formar sus propias empresas y convertirse en generadores de empleo, se estancan en su proceso de crecimiento empresarial debido a la falta de apoyo y desconocimiento de su mercado real y potencial al cual se encuentran enfocados, con base en esto surge el programa de Asesoría, Capacitación y Desarrollo Empresarial, por parte de la Fundación Coomultrasan Multiactiva, el cual busca fortalecer las habilidades de los asociados microempresarios, apoyándolos y capacitándolos en sus procesos empresariales, mediante una asesoría en las áreas de Producción, Mercadeo, Administración, Contabilidad y Presupuesto; y por medio de unos seminarios dictados a microempresarios y a asociados en general. Hasta el Junio de 2009 el programa ha realizado 25 asesorías a diferentes empresarios asociados a la cooperativa, de las cuales 5 fueron realizadas por el Asesor Empresarial Orlando Guzmán, quien en un periodo de 5 meses asesoró empresas como, Arte Galería Manolo Torres, Muebles Guarín, Bambú Diseños, Muebles Winder y Calzado Charly; las cuales se encuentran ubicadas en el Departamento de Santander. Las 20 microempresas restantes se seleccionaron por medio de un estudio de la base de datos de Hogar Coomultrasan, Crediaportes y de los Becados de Fitec, de donde se estableció quienes de las personas contenidas en la base de datos tenían algún tipo de negocio apto para asesorar, con base ya en la selección realizada por las Ingenieras se da inicio al desarrollo de un trabajo que produjo gran satisfacción entre los asociados asesorados, pues estos comprendieron las orientaciones, recomendaciones y estrategias planteadas por las Ingenieras, logrando de esta forma que el 80% de los negocios asesorados implementaran las herramientas y sugerencias hechas. Entre las empresas trabajadas se encuentran: Panadería JJ, Sarita 3000, Maíz ARMY, 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 Bambú, Grupo R & O y finalmente Avisos El Pintor.

Otra fase de este programa está enfocada hacia la realización de unos seminarios gratuitos y certificados, ofrecidos a microempresarios asociados y a la comunidad y asociados en general; hasta la fecha se han realizado 5 seminarios cuya temática se realizó en el siguiente orden: Creación y Constitución de Empresas, Contabilidad Básica, Aspectos Tributarios y Contables, Nuevas Tendencias del Mercado y Análisis de Estados Financieros. Queda pendiente la realización del próximo seminario que está prevista para el 17 de Octubre de 2009, con el tema Recursos de Crédito en el Mercado.

3 ANTECEDENTES

El programa de Asesoría, Capacitación y Desarrollo empresarial dirigido por la Doctora Elida Mantilla y en función de la Fundación Coomultrasan Multiactiva, comienza a ejecutarse en el segundo semestre de 2008 por el profesional Orlando Guzmán, quien durante este periodo de tiempo asesoro 5 microempresas, entre las cuales se encuentran Arte Galería Manolo Torres; Muebles Guarín; Bambú Diseños; Muebles Winder y Calzado Charly; empleando para cada una de ellas la siguiente metodología, durante 5 meses:

- En primer lugar, el Doctor Orlando Guzmán visito cada una de las empresas, conociendo de fondo aspectos relevantes en cada una de ellas, recopilando y evidenciando dicha información en una tabla llamada Ficha diagnostico empresarial. Con base en lo plasmado en esta ficha, se procede a la elaboración de la matriz DOFA para cada negocio, lo cual permitió reconocer las debilidades que presentaba cada empresa y comenzar el diseño de estrategias adecuadas que suplían dichas necesidades, teniendo en cuenta sus fortalezas y las oportunidades que ofrece el entorno.
- En segunda instancia se elaboró un plan de mejoramiento para cada unidad de negocio donde se establece las falencias y requerimientos de cada uno de ellos y la asesoría a implementar para atender y suplir dichas falencias. De allí se da inicio a la implementación del plan y se procede a realizar un acompañamiento continuo a cada negocio.
- 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 terminadas estas asesorías, se realiza un seguimiento y evaluación del trabajo llevado a cabo, y se identifica gran insatisfacción y rechazo por los propietarios de las microempresas asesoradas, para dar continuidad a al trabajo realizado hasta el momento².

La segunda fase del Programa de Asesoría, Capacitación y Desarrollo empresarial se lleva a cabo por medio 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, quienes durante el desarrollo de su práctica, contaron con el apoyo y supervisión del Ingeniero Industrial Carlos Ospina.

La ejecución de esta parte del programa se lleva a cabo desde el 01 de Diciembre de 2008 hasta el 31 de Mayo de 2009, tomando como una base para su asesoría,

² Orlando Guzmán. Proyecto Desarrollo Empresarial. Bucaramanga. Junio de 2008

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 José; Restaurante El Tribi; Comercializadora de calzado; Micromercado la 96; Muebles Guarín; Calzado Bambú; Grupo R&O; y Avisos El pintor.

El proceso llevado a cabo para la selección de cada microempresa se desarrolla en 3 etapas; la primera se llevo a cabo en el mes de diciembre con los becados de FITEC, con los cuales se presento inconvenientes debido a que en su mayoría desempeñaban un perfil de trabajadores independientes, por lo tanto lograr reunirlos mostró cierto grado de complejidad, finalmente de este grupo se establecen 6 unidades de negocio para dar inicio al programa. La segunda etapa se realizó teniendo en cuenta la base de datos de Crediaportes, en la cual por medio de llamadas telefónicas y visitas a los asociados independientes que mostraron interés por la asesoría, se logró contar con la participación de 10 microempresas. Finalmente la tercera etapa consistió en convocar 4 clientes de Hogar Coomultrasan que tuvieran negocio propio y apto para asesorar, estableciendo con ello, un total de 20 microempresas aptas para desarrollar una asesoría eficaz.

Las actividades que se desarrollaron durante la ejecución del Programa de Asesoría fueron:

- Convocatoria hacia los asociados de la Cooperativa que contaran con una unidad de negocio propia y apta para el desarrollo del programa.
- Selección de los microempresarios asociados con negocio propio y en capacidad de recibir e implementar la asesoría.
- Realización de visitas a los microempresarios seleccionados para conocer el estado actual de los negocios, estableciendo las necesidades de cada uno.
- 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, teniendo como un total de 5 seminarios realizados hasta la fecha³.

³ Maritza Fernanda Reyes, Claudia Yamile Molina. Desarrollo Empresarial. Trabajo de Grado Ingeniería Industrial. Bucaramanga. Febrero de 2009

4 JUSTIFICACIÓN

La continua evolución que ha presentado Bucaramanga en la creación de microempresas demuestra la capacidad del departamento para lograr un crecimiento económico tanto a nivel nacional como regional; según un reporte realizado por el Observatorio de Competitividad Regional de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, se fundamenta que en lo corrido a mayo del 2009 el 99.7% de las 4333 empresas nuevas constituidas, están ubicadas en el segmento de microempresas⁴.

Es por esta razón que surge la idea por parte de Coomultrasan Multiactiva y su Fundación, de proporcionar apoyo suficiente y constante a aquellas personas emprendedoras, que como retribución a su asociatividad con la cooperativa, se busca establecer un proceso con ellas que les aporte las bases y los conocimientos necesarios para crecer y hacer más sólido su negocio. Los Emprendedores y Microempresarios presentan una serie de deficiencias principalmente relacionadas con la capacitación, financiamiento, asesoría y asistencia técnica, que impiden el desarrollo sustentable y duradero de sus Ideas de Negocio.

El presente trabajo tiene como objeto principal asesorar las microempresas de los asociados a la cooperativa en Bucaramanga y su área metropolitana, que necesitan fortalecer su proyección integral y certera, para lograr el cumplimiento de su misión, visión, metas y objetivos propuestos. De igual forma se busca por medio de un diagnóstico, conocer la situación empresarial actual por la que atraviesan cada uno de los negocios, con el fin de poder diseñar cambios organizacionales, que le faciliten aumentos de su productividad, control de sus costos, reestructuración financiera y una mayor participación en el mercado. Por otro lado, por medio de la Asesoría, se busca un progreso en el desarrollo de las gestiones de producción, funcionamiento, mercadeo y ventas.

Finalmente es importante aclarar que el alcance de este plan de trabajo es aportar y apoyar a los microempresarios asociados a la cooperativa a que implementen las mejores estrategias para el crecimiento de sus negocios y maduren en los procesos esenciales que conforman una empresa logrando una mayor rentabilidad y organización empresarial.

⁴ Juan Manuel Cárdenas, Miércoles 17 de Junio de 2009. Actualizado el 5 de Septiembre. Santander, tierra de microempresas. Disponible en <http://www.vanguardia.com/economia/local/31044-santander-tierra-de-microempresas>.

5 OBJETIVOS

5.1. OBJETIVO GENERAL

Fortalecer las competencias administrativas, productivas y comerciales de los Microempresarios en las diferentes áreas funcionales del negocio, por medio de la ejecución de la asesoría empresarial y la aplicación de diversas estrategias que permitan el crecimiento organizacional y gerencial de los microempresarios, contribuyendo al desarrollo sostenible del negocio y del entorno donde se desempeñen.

5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los puntos críticos y las necesidades básicas en el área administrativa, productiva y comercial, por medio de la aplicación de una encuesta diagnóstica y la observación del negocio.
- Elaborar un plan de mejoramiento empresarial con base en la evaluación de los resultados obtenidos en la encuesta diagnóstica y en las sugerencias de cada microempresario.
- Realizar un acompañamiento y asesoría continua para el seguimiento y control de los planes de acción definidos y planteados a cada unidad de negocio en la fase diagnóstica de cada uno.
- Diseñar una ficha técnica de cada microempresa asesorada donde se establezca su información básica y sus avances en el proceso de asesoría.

6 MARCO TEÓRICO

Para facilitar el entendimiento y un manejo adecuado y comprensible del plan de trabajo presentado, es importante establecer y aclarar una serie de conceptos y lenguaje que abarca el contenido.

6.1. PERSONA ASOCIADA A COOMULTRASAN

Es aquella persona que establece y mantiene un vínculo directo con la cooperativa mediante la realización de aportes sociales en la sección de Crediaportes, los cuales tienen una reciprocidad desde 6 hasta 20 veces su valor, de igual forma, estos la hacen acreedora de diferentes beneficios. Otra forma para asociarse con la cooperativa es mediante la obtención de un crédito por la compra de productos en el Almacén de Hogar y Materiales Coomultrasan, o mediante la adquisición de un préstamo en la sección de Crediaportes. Entre los beneficios que goza el asociado a la cooperativa se encuentra aquel que 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.

6.2. 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*: Empresa personal con un número de empleados no superior a 10. Sus activos totales son inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- *Pequeña Empresa*: Empresa personal que cuenta con un número entre 11 y 50 trabajadores. Sus activos totales son superiores a 501 y menores a 5.001 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- *Mediana*: Empresa personal que cuenta con un número de empleados entre 51 y 200. Sus activos totales están entre 5.001 y 15.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes⁵.

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 empresas⁶.

⁵ACOPI. Actualizado el 6 de Septiembre de 2009. BusinessCol.com, Negociemos con Colombia, 10 años. Sección PYMES. Disponible en <http://www.businesscol.com/empresarial/pymes/>

⁶Beatriz Elena Giraldo, Coordinadora Proyecto OCM. Abril 2007. Actualizado el 6 de Septiembre de 2009. Corporación para el Desarrollo de las Microempresas., Observatorio Colombiano de las Microempresas

Las MIPYME han sido las más contribuyentes para la economía del país durante mucho tiempo, debido a que su aporte es de gran significado en la generación de empleo y desarrollo tanto para el sector como para el país.

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”⁷.

También se encuentran los resultados obtenidos en la “encuesta nacional de micro establecimientos de comercio, servicios e industria realizada en el último trimestre de 2001 por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE; en el cual se evidencia que en el año 2000 en Colombia existían 967.315 micro establecimientos, de los cuales el 58% estaba en el comercio, el 30% en servicios y el 12.5% en la industria.

En cuanto a los sectores con mayor concentración de MIPYME obtenidos por la Encuesta Anual Manufacturera son: Alimentos, Cuero y Calzado, Muebles y Madera, Textil y Confecciones, Artes Gráficas, Plástico y Químico, Metalúrgico y Metalmecánico, Autopartes y Minerales no Metálicos.

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”⁸.

6.3 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

OCM. Estadística De la Microempresa en Colombia, Análisis Comparativo 1990-2005. Bogota D.C.
Disponible en <http://www.microempresas.com.co/portal/observatorio/ESTADISTICASMICROEMPRESA-Revisfinal.pdf>

⁷ Ibid.

⁸ Ibid.

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.

6.4 MATRIZ DOFA

“La matriz DOFA es un instrumento metodológico que sirve para identificar acciones viables mediante el cruce de variables, en el supuesto de que las acciones estratégicas deben ser ante todo acciones posibles y que la factibilidad se debe encontrar en la realidad misma del sistema. En otras palabras, por ejemplo la posibilidad de superar una debilidad que impide el logro del propósito, solo se la dará la existencia de fortalezas y oportunidades que lo permitan. El instrumento también permite la identificación de acciones que potencien entre sí a los factores positivos”⁹.

DOFA significa Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas. Lo que se busca al emplear la matriz, es lograr minimizar las amenazas del medio, controlar y evitar de las debilidades, mantener y potencializar las fortalezas internas y lograr 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 rentabilidad e impidiendo su crecimiento.

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

MATRIZ DOFA

Factores Internos	
Fortalezas (F)	Debilidades (D)
Factores Externos	
Oportunidades (O)	Amenazas (A)

⁹ Jorge Parra. Febrero de 2004. Actualizado 7 de Septiembre de 2009. Planeación Estratégica Territorial, Matriz Dofa. Bogota D.C. Disponible en http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2008868/lecciones/capitulo_2/cap2lecc2_3.htm

7 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

7.1. CONVOCATORIA

Se realiza un telemarketing a 250 asociados contenidos en las bases de datos suministradas por Hogar y Crediportes, por medio de ello, se logra establecer cuales asociados cuentan con un negocio propio y apto para la asesoría.

7.2. SELECCIÓN DE LAS 11 MICROEMPRESAS APTAS PARA LA PARTICIPACIÓN EN EL PROGRAMA DE ASESORÍA, CAPACITACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL.

Esta fase da inicio a la ejecución del plan de trabajo propuesto.

Una vez ya abarcadas las bases de datos, son seleccionados las microempresas participantes, las cuales se encuentran ubicadas en Bucaramanga y su área metropolitana, cuentan con un personal superior o igual a dos empleados, tienen gran trayectoria en el mercado de la región y adicionalmente se encuentran muy interesados con el programa y las ventajas que pueden extraer de él.

Las once microempresas seleccionadas son las siguientes:

1. PANADERÍA ARLEY.
2. CARPINTERÍA MARTIN VELAZCO.
3. CENTRO COPIADO CREATIVE ADEVENTURE.
4. MIMADOS BABY.
5. MICROMERCADO LA GRAN COSECHA.
6. CUPOS UNIVERSITARIOS.
7. RESTAURANTE MARY.
8. COLEGIO SAGRADO CORAZÓN DEL NIÑO JESÚS
9. CALZADO DAYARY
10. ASADERO EL RETORNO
11. ELECTROMOTO.

7.3. VISITAS DE CAMPO A CADA MICROEMPRESA

Estas primeras visitas son realizadas con el objetivo de conocer cada negocio y la persona a cargo de él; adicionalmente es allí donde se da a conocer el programa, el propósito del mismo y el proceso que se llevara a cabo durante la asesoría.

7.4. ELABORACIÓN DEL INSTRUMENTO DIAGNÓSTICO (ENCUESTA)

Consiste en la elaboración del instrumento de recolección de datos, el cual permite determinar el estado del negocio, sus necesidades y las áreas que requieren de

asesoría. Este elemento tiene la finalidad de ser aplicado a cada una de las 11 microempresas seleccionadas por medio de las visitas de campo programadas.

ENCUESTA GENERAL FASE DIAGNOSTICA

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

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
4. ¿Cuáles considera que son las fortalezas de sus productos?

OBSERVACIÓN

Observación / Actitud	
Administrativa	
Ventas / Mercadeo	
Producción	

+ Buena actitud - Mala actitud

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

- Productos
- Distribución mercancía
- Estado de la mercancía

MERCADEO

CLIENTES

- ¿Cuánto clientes considera que tiene su negocio?

Clientes al día:

Clientes a la semana:

Clientes habituales:

Clientes eventuales:

- 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
domicilio

Utilizan servicio a

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?

7.5. IMPLEMENTACIÓN DEL INSTRUMENTO DIAGNÓSTICO

El instrumento es aplicado a cada una de las once microempresas en proceso de asesoría, allí se conocen las instalaciones del negocio, los materiales de trabajo, el personal que la integra y la forma de actuar y visión de este; el fin de facilitar la recopilación de información requerida para el adecuado proceso de asesoramiento. Esta fase es realizada personalmente, con el fin de establecer un contacto con el empresario y conocer el estado actual del negocio y los requerimientos de este.

7.6. ELABORACIÓN DE LA MATRIZ DOFA A LAS 11 MICROEMPRESAS

Esta fase es de gran importancia, pues con base en lo observado y en los resultados obtenidos en el diagnóstico, se elabora la matriz, la cual relaciona las Dificultades, Oportunidades Fortalezas y Amenazas que presenta cada unidad de negocio participante en la asesoría.

A continuación se observará la matriz elaborada para cada microempresa con la información más relevante de cada una.

1. Panadería ARLEY

NOMBRE DEL EMPRESARIO: ALIX BÁEZ

DIRECCIÓN: Cl. 7 # 4 -25 **TELÉFONO:** 6560196- 6544387

MUNICIPIO: Bucaramanga

GENERALIDADES: Es una empresa familiar, dedicada a la producción y comercialización de productos de panadería. Cuenta con 7 empleados, distribuidos de la siguiente forma: 3 panaderos, 2 vendedores y los 2 propietarios.

VENTAS MENSUALES: \$ 1.800.000 aprox.

MATRIZ DOFA

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<ul style="list-style-type: none"> • El negocio cuenta con un punto de venta ubicado en un sector estratégico donde la afluencia de gente es constante. • Sus productos se caracterizan por su sabor exquisito al paladar, frescura, presentación y ante todo, la calidad. • Enfoque de su producción hacia los productos de mayor demanda. • Cuentan con maquinaria de su propiedad para la elaboración de diferentes tipos de productos como el horno, la batidora, la rollera y la mojadora. • Su enfoque hacia la atención y satisfacción de sus clientes ha generado recompra y fidelidad en ellos. • Se encuentran legalmente constituidos. • Cuentan con una casa propia en la cual funciona el área de producción y otra de venta, ambas con espacio suficiente para la atención del público. • Las diferentes áreas del negocio se encuentran en óptimas condiciones de aseo, orden y pulcritud. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las vendedoras no tienen sus respectivos elementos de trabajo (Gorro, delantal, entre otros). • Desconocen la contabilidad de su negocio y la rentabilidad del mismo. • No tienen un costeo de sus productos establecidos. • No tienen ningún tipo de publicidad actualmente para promocionar el negocio. • Falta establecer y controlar los tiempos de producción del negocio.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer en las tiendas de los barrios la comercialización de sus productos. • Única panadería en el sector que ofrece pan fresco. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de respaldo político para incentivar y defender las inversiones de la microempresa y la industria. • La inseguridad del sector. • Inestabilidad en la política de precios de los productos de panadería

2. Carpintería MARTIN VELAZCO

NOMBRE DEL EMPRESARIO: Martín Velazco

DIRECCIÓN: Cl. 54 # 18 -

TELÉFONO: 6421913

MUNICIPIO: Bucaramanga

GENERALIDADES: Es una empresa personal, dedicada a la reparación y fabricación de todo lo relacionado con la madera. Cuenta con 3 empleados a su cargo y un promedio de 5 clientes mensuales.

VENTAS MENSUALES: \$ 2.500.000 aprox.

MATRIZ DOFA

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<ul style="list-style-type: none"> • Se da cumplimiento de los requerimientos del cliente en cuanto a diseño, calidad, innovación e instalación. • Tiene convenio con empresas como Grifos para la comercialización de sus productos. • El Cedro es la materia prima base de todos sus productos por lo tanto se garantiza la calidad y la vida útil de los mismos. • Se da cumplimiento a las fechas establecidas a los clientes, lo cual genera satisfacción y recompra de los mismos. • Gran experiencia en el manejo y manipulación de la madera. • Sus precios son accesibles y manejan relación con la calidad de sus materiales. • Enfoque hacia la satisfacción del cliente y buena atención a él. 	<ul style="list-style-type: none"> • No utilizan ningún elemento de protección personal e industrial. • Desperdicio de materia prima. • No mantienen ningún control sobre su contabilidad. • El taller de producción presenta desorganización de maquinaria y residuos de materiales. • La empresa no se encuentra legalmente constituida.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer un servicio post-venta a sus clientes con el fin de mantener un vínculo con ellos. • Gran capacidad para abastecer un mercado más amplio, por la aceptación y acogida de sus productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • El uso de materiales sustitutos más económicos y de similar utilidad vendidos en el mercado. • Contaminación del medio ambiente debido a la manipulación de pinturas y el desecho de materiales. • Aumento en la tala de árboles (deforestación)

3. Centro Copiado CREATIVE ADVENTURE

NOMBRE DEL EMPRESARIO: Judy Paola Navarro

DIRECCIÓN: Cl. 9 # 26a – 40

TELÉFONO: 6327975

MUNICIPIO: Bucaramanga

GENERALIDADES: Es una empresa familiar, que ofrece servicios de impresiones, fotocopias, empastes, botones publicitarios, video-beam y especialmente el diseño gráfico, a toda la comunidad estudiantil ubicada en el sector. Cuenta con 3 empleados y un promedio de 30 clientes fijos diarios.

INGRESOS MENSUALES: \$ 1.650.000aprox.

MATRIZ DOFA

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<ul style="list-style-type: none"> • Existe diversidad en los servicios ofrecidos que marcan la diferencia con los competidores del sector. • Mantienen planes de contingencia ante posibles cierres de la UIS, los cuales permiten la estabilidad de sus ingresos. • No tienen deudas con ninguna entidad financiera, conocen la importancia del ahorro y se enfatizan en él • El pago de los clientes por los servicios prestados es de contado. • Tienen publicidad en el directorio telefónico. • Tienen conocimiento de contabilidad y saben su manejo y control • Amabilidad y servicio enfocado a la satisfacción del cliente. • Sus servicios están enfocados hacia un segmento estudiantil que requiere el uso constante de los mismos. • La empresa se encuentra legalmente constituida. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poco espacio en el local de funcionamiento del negocio. • Nombre del establecimiento poco visible • No ofrecen el servicio del plotter, siendo este de gran demanda en el sector.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
<ul style="list-style-type: none"> • Adquirir maquinaria nueva que permita un mayor portafolio de servicios y mayor competitividad. • Establecer contactos con empresas para ampliar su mercado y mantener un flujo de clientes constante ante las diferentes épocas escolares. 	<ul style="list-style-type: none"> • Un sector altamente competitivo. • Conflictos continuos entre la fuerza pública y estudiantes de la UIS • Temporada vacacional de los demandantes de los servicios ofrecidos.

4. MIMADOS BABY

NOMBRE DEL EMPRESARIO: Oscar Leonardo Sánchez

DIRECCIÓN: Cl. 53 -# 13ª - 71

TELÉFONO: 6429516

MUNICIPIO: Bucaramanga

GENERALIDADES: Es una empresa personal, dedicada al diseño y fabricación de ropa para bebe. Cuenta con 6 empleados a su cargo.

MATRIZ DOFA

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<ul style="list-style-type: none"> • Cobertura de mercado a nivel regional y nacional. • Posicionamiento de marca en todo el país. • Sus ventas se mantienen constantes y rentables, porque manejan el mercado nacional. • Diseños exclusivos e innovadores. • Toda la ropa es de alta calidad, porque son vestidos tipo exportación. • Cada prenda tiene un valor agregado y exclusivo de la empresa. • Los proveedores se encuentran establecidos y son de gran reconocimiento por la calidad de los materiales. • Gran rotación de productos. • Mantienen un inventario de las prendas de mayor acogida y más vendida en el mercado. • Tienen talleres satélites para la elaboración de sus prendas. • La parte contable es manejada por ellos mismos, pues tienen gran conocimiento sobre esta. • Tienen punto de venta para la comercialización de sus productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad escasa. • Desconocen el costo real de las prendas y los tiempos de producción establecidos para cada una. • No manejan un inventario de materia prima, ni productos terminados. • La mano de obra actual y la maquinaria, no supe la cantidad de producción requerida.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de un SGC que garantice el cumplimiento de los requisitos de cada cliente y la apertura en un mercado nuevo. • La tendencia al Internet para la comercialización de productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las diferentes temporadas ambientales que se presentan anualmente. • Sector muy competitivo

5. Micromercado LA GRAN COSECHA

NOMBRE DEL EMPRESARIO: José Luis Bernal

DIRECCIÓN: Cr. 30 w # 64 - 77

TELÉFONO: 6837286

MUNICIPIO: Bucaramanga

GENERALIDADES: Es una empresa familiar, dedicada al comercio de productos de la canasta familiar y aseo, cuenta con 3 empleados y un promedio de 30 clientes fijos diarios.

INGRESOS MENSUALES: \$ 18.000.000aprox.

MATRIZ DOFA

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<ul style="list-style-type: none"> • Diversidad de productos ofrecidos al cliente a un precio accesible. • Buen servicio y trato con el cliente y hacia el cliente. • Los productos perecederos como el pollo la carne, las verduras, legumbres, entre otros, se compran diariamente, garantizando la frescura y calidad de los alimentos. • El tamaño del local es amplio y permite que el cliente visualice lo que va a comprar y sea bien atendido. • Tienen las neveras suficientes que garantizan la conservación y refrigeración de los alimentos. • La mercancía se encuentra distribuida y almacena en estantes proporcionándole orden y aseo al local. 	<ul style="list-style-type: none"> • No realizan ningún tipo de publicidad para la promoción de sus productos nuevos y / o antiguos. • No manejan ningún tipo de contabilidad en el negocio, desconociendo la rentabilidad generada por el mismo. • No conocen la cantidad de productos en stock, por esta razón el pedido a proveedores es una cifra tentativa, según la observación. • No dispone de un escritorio para atender a proveedores ni para el manejo administrativo del local.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
<ul style="list-style-type: none"> • Adecuar el local, de tal forma que permita el Autoservicio en el mismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fluctuación de los precios de la canasta familiar. • Las temporadas climáticas que afectan la cosecha de alimentos. • Gran número de tiendas ubicadas en el barrio.

6. CUPOS UNIVERSITARIOS

NOMBRE DEL EMPRESARIO: Lucia Quintana

DIRECCIÓN: Cll. 62 # 32 - 132

TELÉFONO: 6477947

MUNICIPIO: Bucaramanga

GENERALIDADES: Es una empresa familiar, que ofrece servicios de hospedaje alimentación y arreglo de ropa a estudiantes universitarios que residen en Bucaramanga, pero provienen de diferentes regiones del país. Cuenta con 3 empleados dedicados a la atención de los estudiantes.

INGRESOS MENSUALES: \$

1.600.000aprox.

MATRIZ DOFA

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones con capacidad para albergar un número significativo de estudiantes. • Ambiente familiar, agradable y seguro. • Habitaciones dotadas con los elementos básicos y necesarios para el hospedaje de los estudiantes. • Buen servicio de alimentación ya que el menú es variado y acorde a los gustos de los inquilinos. • Trato cálido y respetuoso entre los habitantes de la casa. • Servicio de arreglo de ropa para cada inquilino. • Contacto directo entre los familiares de los inquilinos. • Pago oportuno del hospedaje de cada estudiante. • Ubicación estratégica debido a que se encuentra cerca de las principales vías de la ciudad. • Cercanía a los principales centros comerciales y lugares de mayor concurrencia por jóvenes universitarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • No mantiene un número estable y constante de inquilinos durante todo el año. • Limitan su publicidad a cierta zona universitaria de la ciudad. • La empresa no se encuentra legalmente constituida.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
<ul style="list-style-type: none"> • Abarcar otros mercados, debido a que Bucaramanga es una ciudad universitaria donde estudiantes de otras ciudades prefieren realizar sus estudios aquí. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las temporadas escolares provocan variaciones en la demanda y a su vez el abandono de los estudiantes inquilinos en diferentes épocas del año. • Estrato alto, lo cual genera incremento en los costos de mantenimiento.

7. Restaurante MARY

NOMBRE DEL EMPRESARIO: Maria Helena Ferreira

DIRECCIÓN: Cra. 29 # 41 - 87

TELÉFONO: 6530196

MUNICIPIO: Girón

GENERALIDADES: Es una empresa personal, dedicada al la venta de comidas preparadas como almuerzos corrientes y platos a la carta; adicionalmente, vende cervezas y refrescos a los empleados de diversas empresas ubicadas en esta zona.

INGRESOS MENSUALES: \$ 3.600.000aprox.

MATRIZ DOFA

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación estratégica del negocio, pues es una zona cercana a talleres y empresas del municipio de Girón, lo cual hace más atractivo el negocio para este mercado. • La cercanía a talleres mecánicos incrementa y mantiene constante el consumo de cerveza en horas del medio día y finalizando la tarde. • Fácil acceso al establecimiento. • La carne es comprada diariamente, garantizando fresca y un consumo apto para los clientes. • Amplias instalaciones y buena distribución del local. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta ambientación en el restaurante, debido a que se puede tornar monótono y aburrido para el cliente. • El restaurante carece de publicidad para promocionar sus productos, solo cuenta con la recomendación directa de sus clientes actuales. • Falta organización en la parte contable del negocio.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
<ul style="list-style-type: none"> • Construcción de un segundo piso que permita la adecuación de una discoteca, con el fin de lograr un aprovechamiento de la capacidad total del las instalaciones del negocio. • Está ubicado en una zona cercana a un número considerable de empresas, por lo tanto se convierte en una buena opción para almorzar. 	<ul style="list-style-type: none"> • La construcción de la vía de Metrolinea acarrea el cierre total o parcial del establecimiento, en su defecto, reduce el tamaño de las instalaciones. • El mercado financiero no ofrece tasa bajas para los prestamos de libre inversión.

8. Colegio Sagrado Corazón del Niño Jesús

NOMBRE DEL EMPRESARIO: Gladys Gil de Martínez

DIRECCIÓN: Cra. 21# 11 - 17

TELÉFONO: 6943171- 6719943

MUNICIPIO: Bucaramanga

GENERALIDADES: Es una empresa familiar, dedicada a la prestación de servicios educativos de párvulos , preescolar y primaria a niños de estrados 1, 2 y 3 de Bucaramanga. Actualmente cuenta con 40 alumnos.

INGRESOS MENSUALES: \$ 3.600.000aprox.

MATRIZ DOFA

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<ul style="list-style-type: none"> • Gran trayectoria en el mercado prestando servicios educativos (18 años) • Variedad de servicios ofrecidos a los niños que se encuentran cursando algún nivel en la institución. • Personal especializado y capacitado en Educación, manejo, cuidado y trato hacia los niños. • El colegio tiene una fundación que ayuda a niños de escasos recursos a que tenga acceso a la educación. • Instalaciones adecuadas y confortables para el aprendizaje y desarrollo tanto intelectual como físico y psicológico de los niños. • Existe organización administrativa y legal 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de estudiantes muy bajo, lo cual está generando poca rentabilidad a la institución. • Imagen opacada por situación interna de la institución. • Poca publicidad de los servicios ofrecidos. • No se han abierto inscripciones para el año escolar 2010. • Precios elevados en comparación con la competencia.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer alianzas estratégicas con alguna institución educativa con pedagogía similar, con el fin de lograr incrementar el número de estudiantes y la rentabilidad del negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gran numero de instituciones educativas en el sector, que prestan servicios similares a un costo más bajo.

9. Calzado DAYARY

NOMBRE DEL EMPRESARIO: JORGE ENRIQUE RINCÓN

DIRECCIÓN: Cra 13 No 1-18

TELÉFONO: 6550525

MUNICIPIO: Piedecuesta

GENERALIDADES: Es una empresa personal, dedicada a la fabricación de calzado para dama. Cuenta con 14 empleados y un promedio de 4 clientes mensuales en Bucaramanga y 6 clientes en Bogotá.

VENTAS MENSUALES: \$ 20.800.000 aprox.

MATRIZ DOFA

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<ul style="list-style-type: none"> • Cuentan con maquinaria elemental de su propiedad para la elaboración del calzado (1 fileteadora y 2 guarnecedoras). • Amplia experiencia en el sector, dedicación y responsabilidad de los propietarios con el negocio. • Características diferenciadoras en los productos frente a la competencia. • Captan clientes por medio de una muestra física de sus productos fabricados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento del mercado real y potencial. • Limitaciones en los volúmenes de producción. • No tiene proveedores fijos establecidos. • No cuenta con ningún tipo de publicidad para reconocimiento del negocio ni recordación de sus clientes. • No llevan la contabilidad de su negocio por tal razón desconocen el nivel de rentabilidad del mismo. • Desconocimiento de los estándares de calidad en la fabricación de calzado.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Posicionarse en el mercado nacional y conquistar nuevos horizontes para lograr establecer los posibles clientes reales o potenciales del negocio. 2. Abrir un punto de venta que permita dar a conocer su calzado y generar mayor rentabilidad a su negocio. 3. No tiene competencia directa en el sector de ubicación del negocio. 	<ol style="list-style-type: none"> 4. La demanda actual del sector exige calidad, diversidad y oferta permanente de sus productos. 5. No se encuentra legalmente constituida, lo cual puede impedir la apertura del punto de venta. 6. Alta competencia dentro del mercado metropolitano, ofreciendo precios mas económicos.

10. Asadero EL RETORNO

NOMBRE DEL EMPRESARIO: Benito Santamaría Hernández

DIRECCIÓN: Cra. 33 No 108 - 11

TELÉFONO: 6361534

MUNICIPIO: Bucaramanga

GENERALIDADES: Es una empresa personal, dedicada a la venta de comidas, en especial pollo asado y sus derivados. Cuenta con 3 empleados a su cargo y un promedio de 80 clientes mensuales aproximadamente.

VENTAS MENSUALES: \$ 14.400.000 aprox.

MATRIZ DOFA

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<ul style="list-style-type: none"> • Buena presentación, preparación y sabor de los alimentos. • Atención cordial y amable hacia los clientes. • El negocio se encuentra legalmente constituido. • Preferencia y fidelidad de los clientes hacia el negocio. • La materia prima de sus alimentos (pollo, carne, yuca, papa) la compra diariamente, garantizando frescura y un consumo apto para los clientes. • El pago a los proveedores que abastecen su negocio es de contado. • Ubicación estratégica del negocio, pues es una zona muy concurrida y de estrato socio económico entre medio-bajo. • Su producción es constante y va de acuerdo al nivel de demanda ya establecido. • Manejan el servicio a domicilio lo cual permite que su mercado se expanda y sea conocido en otras zonas de la ciudad. 	<ul style="list-style-type: none"> • No existe la posibilidad de ampliar y/o acomodar las instalaciones del negocio, debido a que el local es en arriendo. • El espacio en el que se ubican los clientes es limitado y en muchas ocasiones se torna incomodo el ambiente para los consumidores. • Falta ambientación en el restaurante, debido a que se puede tornar monótono y aburrido para el cliente. • El restaurante carece de publicidad para promocionar sus productos.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar el número de clientes que concurren diariamente el negocio, para abrir un nuevo punto de venta. • Está ubicado en una zona cercana a la plaza de mercado y a un número considerable de empresas, por lo tanto se convierte en una buena opción para almorzar. • Actualmente existe un aumento en la cultura de comer fuera de casa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuerte amenaza de productos sustitutos, alimentos light y/o comida casera a precios relativamente bajos. • La competencia creciente en el sector. • El mercado financiero no ofrece tasa bajas para los prestamos de libre inversión.

11. ELECTROMOTO

NOMBRE DEL EMPRESARIO: Tony Garzón

DIRECCIÓN: Cra 21 # 21-58.

TELÉFONO: 6340005

MUNICIPIO: Bucaramanga

GENERALIDADES: Es una empresa de mucha trayectoria en el mercado, única en Santander en la elaboración y comercialización de partes electrónicas para motocicletas. Cuenta con 5 empleados a su cargo.

INGRESOS MENSUALES: \$ 4.000.000 Aprox.

MATRIZ DOFA

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<ul style="list-style-type: none"> • Precios accesibles y diversidad de productos. 2. Aseguramiento de la calidad de los productos. 3. Buena comunicación entre los empleados. 4. Manejan un portafolio de productos, el cual permite que el cliente visualice el resultado de la producción que realizan. 5. No se limitan a las ventas en el almacén, visitan directamente a los clientes fijos y potenciales. 6. Gran trayectoria en el mercado. 7. Facilidades de pago a los clientes 8. Incentivos y descuentos que motivan a los clientes a la recompra y recomendación de los servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> 9. Retraso en los tiempos de producción lo que generado incumplimiento de las fechas de entrega establecidas a los clientes. 10. Duplicidad de funciones. 11. Desorganización administrativa. 12. No manejan ningún tipo de contabilidad, por ello existe desconocimiento de la rentabilidad real del negocio. 13. Falta de personal capacitado. 14. Falta de estrategias publicitarias que posicionen el negocio. • No existe requisitos establecidos para la contratación del personal
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
<ul style="list-style-type: none"> • Únicos fabricantes de partes eléctricas en Bucaramanga. • Lograr importar sus productos a costos más bajos. 	<ul style="list-style-type: none"> 7. Pérdida de clientes potenciales por incumplimiento de pedidos y por falta de promoción del negocio. 8. Situación de inseguridad debido a la ubicación del local y a los indigentes que habitan en el sector.

7.7. ELABORACIÓN Y PLANTEAMIENTO DE LAS DIFERENTES ESTRATEGIAS REQUERIDAS EN CADA UNIDAD DE NEGOCIO.

En esta parte se procede a la elaboración y diseño de una serie de estrategias, que tienen como propósito general, abarcar las necesidades detectadas, con alternativas de solución que permitan lograr un crecimiento administrativo, gerencial, productivo, comercial y financiero en cada microempresa.

Cuando cada plan de acción se encuentra estructurado y es aprobado por Coomultrasan Multiactiva, se contacta con el empresario a cargo de cada negocio y se programa una visita de campo para darle a conocer dicho plan, con sus objetivos y los resultados esperados.

A continuación se dará a conocer el plan de acción elaborado para cada microempresa.

PLAN DE ACCIÓN PANADERÍA ARLEY

Objetivo

Plantear una serie de recomendaciones y estrategias que permitan un mejor aprovechamiento de las instalaciones, incremento de clientes y fortalecimiento de las capacidades productivas y gerenciales del empresario.

DEPARTAMENTO	ESTRATEGIA HA IMPLEMENTAR	OBJETIVO RELACIONADO
ADMINISTRACION	Recomendar al empresario una redistribución del local.	<ul style="list-style-type: none"> • Permitir el acceso a más clientes. • Proporcionar comodidad a los clientes que consumen sus alimentos dentro del local. • Hacer más atractivo el negocio para los espectadores y habitantes del sector.
	Gestionar por medio de la Fundación Coomultrasan Multiactiva el subsidio de un aviso publicitario (tropezón).	<ul style="list-style-type: none"> • Atraer nuevos clientes. • Permitir el reconocimiento del negocio dentro del sector. • Incrementar las ventas. • Dar a conocer los productos ofrecidos en la panadería.
	Diseño de políticas y recomendaciones a implementar dentro del negocio.	<ul style="list-style-type: none"> • Asignar responsabilidades del personal hacia la empresa. • Crear sentido de compromiso con las actividades desarrolladas en el negocio. • Evitar complicaciones con la contaminación de alimentos. • Incrementar la satisfacción del los clientes
	Entregar un folleto informativo sobre Buenas Prácticas de Manufactura para empresas de alimentos.	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la manipulación, conservación y preparación de los alimentos. • Dar a conocer los cuidados básicos dentro de una panadería. • Evitar futuras complicaciones en la salud de los consumidores. • Mostrar la importancia del higiene en las personas a cargo de la preparación de los alimentos.

PLAN DE ACCIÓN CARPINTERÍA MARTIN VELAZCO

Objetivo: Fortalecer las capacidades empresariales del negocio, permitiendo una mejora en su desarrollo gerencial y productivo y logrando un ambiente laboral adecuado para sus trabajadores.

DEPARTAMENTO	ESTRATEGIA HA IMPLEMENTAR	OBJETIVO RELACIONADO
ADMINISTRACION	Diseñar un modelo sencillo de contabilidad de caja.	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener un control sobre los ingresos y egresos del negocio. • Registrar de forma clara, ordenada y sencilla los manejos contables del negocio. • Obtener una trazabilidad de los gastos generados en el negocio. • Brindar información útil para la toma de decisiones y el control del dinero existente en caja.
	Elaborar un panorama de factores de riesgos.	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer los riesgos a los cuales se encuentran expuestos los empleados del negocio. • Informar al empresario de las consecuencias que genera una inadecuada utilización de los implementos de seguridad en la empresa. • Identificar las enfermedades que pueden desarrollar los trabajadores en un corto o largo plazo.
	Realizar algunas recomendaciones con respecto a las acciones correctivas y preventivas que se deben tomar para mitigar los riesgos asociados a las labores realizadas por el personal.	<ul style="list-style-type: none"> • Reducir el número de accidentes y enfermedades que pueden ser provocadas en los trabajadores. • Plantear posibles soluciones para eliminar la causa de accidentes reales y/o potenciales presentados en la empresa. • Evitar problemas legales debido a la falta de implementación de normas de seguridad en el personal de la empresa.
	Entregar un folleto informativo de la DIAN y la Cámara de Comercio 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.
	Recomendar al empresario sobre una mejor distribución del taller.	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr un mejor aprovechamiento de las instalaciones. • Mayor capacidad de movilización por parte del personal de la empresa. • Incrementar el espacio para la adecuación de maquinaria y/o materia prima. • Ordenar el área productiva del negocio

PLAN DE ACCIÓN CREATIVE ADVENTURE

Objetivo

Incrementar la rentabilidad del negocio, por medio de la formulación de estrategias que permitan la creación de un atributo diferenciador frente a la competencia del sector.

DEPARTAMENTO	ESTRATEGIA HA IMPLEMENTAR	OBJETIVO RELACIONADO
ADMINISTRACION	Sugerir el cambio del aviso publicitario donde se encuentra el nombre del negocio, por otro más visible y atractivo para el público.	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer el negocio, debido a que la competencia es muy fuerte en el sector. • Atraer nuevos clientes. • Identificar fácilmente la ubicación del local. • Incrementar las ventas.
	Lograr por medio del personal de Crediaportes un vínculo entre el Microempresario y esta entidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer las ventajas crediticias que ofrece Coomultrasan Multiactiva a sus asociados. • Adquirir maquinaria para el negocio en caso de obtener el crédito.
	Sugerir al microempresario un cambio en el concepto actual del nombre del establecimiento, la decoración y ambientación del lugar y la fachada del negocio.	<ul style="list-style-type: none"> • Enfocar el negocio hacia un mercado más rentable. • Asesorar al microempresario sobre estrategias de distribución del establecimiento. • Hacer más atractivo el negocio. • Buscar y atraer nuevos clientes. • Hacer más visible el establecimiento, permitiendo recordación en los clientes y transeúntes de la zona

PLAN DE ACCIÓN MIMADOS BABY

Objetivo

Plantear estrategias que permitan el conocimiento real de la actividad productiva del negocio y la promoción de los productos que fabrican, logrando así, una mayor participación en el mercado nacional.

DEPARTAMENTO	ESTRATEGIA HA IMPLEMENTAR	OBJETIVO RELACIONADO
ADMINISTRACIÓN	Diseñar una ficha técnica para cada producto fabricado.	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer los tiempos de producción. • Determinar los costos de materia prima. • Establecer los componentes de cada producto fabricado. • Eliminar el tiempo improductivo. • Disminuir las esperas. • Mejorar las entregas a los clientes.
	Diseñar una planilla en Excel para el control y seguimiento de Cartera en el negocio	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el nombre y cantidad de clientes que se encuentran en mora con la empresa. • Conocer la fecha de vencimiento de la factura. • Conocer la cantidad de dinero que le deben los clientes a la empresa. • Controlar los créditos ofrecidos por la empresa a sus clientes. • Evitar incrementar el dinero en cartera.

PLAN DE ACCIÓN MICROMERCADO LA GRAN COSECHA

Objetivo: Crear estrategias que permitan el incremento de la demanda en el sector y una mayor presentación del negocio, con el fin de que se muestre más atractivo a los clientes y se incremente su rentabilidad.

DEPARTAMENTO	ESTRATEGIA HA IMPLEMENTAR	OBJETIVO RELACIONADO
COMERCIAL	Diseñar un modelo sencillo de contabilidad de caja.	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener un control sobre los ingresos y egresos del negocio. • Registrar de forma clara, ordenada y sencilla los manejos contables del negocio. • Obtener una trazabilidad de los gastos generados en el negocio. • Brindar información útil para la toma de decisiones y el control del dinero existente en caja.
	Diseñar una planilla que permita el control de los productos en stock.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer la cantidad real que existe de cada producto. • Organizar el inventario. • Identificar los productos que escasean y que se necesitan pedir. • Agilizar los pedidos de los proveedores.
ADMINISTRACION	Recomendar al microempresario adquirir un escritorio para atender a proveedores y para el manejo administrativo del local.	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la presentación del negocio. • Atender por separado a proveedores y clientes. • Lograr organización administrativa.
	Recomendar al empresario una mejor distribución del local.	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr mejor visualización de los productos. • Incrementar la rotación de productos. • Atraer nuevos clientes • Incrementar las ventas

PLAN DE ACCIÓN CUPOS UNIVERSITARIOS

Objetivo

Crear estrategias que permitan el crecimiento del negocio en el área financiera, por medio de la apertura de nuevos mercados y la inyección de capital.

DEPARTAMENTO	ESTRATEGIA HA IMPLEMENTAR	OBJETIVO RELACIONADO
ADMINISTRACIÓN	Recomendar al empresario repartir volantes y afiches en la Universidad Pontificia Bolivariana, Las Unidades Tecnológicas y la Universidad Cooperativa de Colombia. Adicionalmente buscar contacto con personas de otras ciudades que promocionen el negocio en ellas.	<ul style="list-style-type: none"> • Abarcar un segmento de mercado nuevo. • Atraer nuevos clientes • Promocionar los servicios en las diferentes universidades de la ciudad y en puntos de mayor afluencia de estudiantes.
	Lograr por medio del personal de Crediaportes un vínculo entre el Microempresario y esta entidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer las ventajas crediticias que ofrece Coomultrasan Multiactiva a sus asociados. • Incrementar el capital del empresario

PLAN DE ACCIÓN RESTAURANTE MARY

Objetivo

Fortalecer el área financiera del negocio, con el fin de que exista capital para invertir en el mismo y se logre una mejor ambientación y adecuación del negocio.

DEPARTAMENTO	ESTRATEGIA HA IMPLEMENTAR	OBJETIVO RELACIONADO
ADMINISTRACIÓN	Lograr por medio del personal de Crediaportes un vínculo entre el Microempresario y esta entidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer las ventajas crediticias que ofrece Coomultrasan Multiactiva a sus asociados. • Incrementar el capital del empresario, para la inversión en el negocio.
	Elaborar un folleto informativo donde se le de a conocer al empresario las enfermedades transmitidas por alimentos (ETA) y la importancia de la adecuada manipulación de alimentos.	<ul style="list-style-type: none"> • Mostrar la importancia de la adecuada manipulación de los alimentos. • Fomentar una buena conservación y manipulación de los alimentos. • Dar a conocer las enfermedades que pueden surgir por una inadecuada manipulación. • Fomentar una cultura de higiene personal en los empleados del negocio. • Evitar sanciones y cierre del establecimiento por complicaciones en los consumidores.

PLAN DE ACCIÓN COLEGIO SAGRADO CORAZÓN DEL NIÑO JESÚS

Objetivo

Mostrar las ventajas que ofrece la institución frente a la competencia que habita en el sector de ubicación, logrando de esta forma atraer nuevos clientes y cambiar la imagen proyectada.

DEPARTAMENTO	ESTRATEGIA HA IMPLEMENTAR	OBJETIVO RELACIONADO
ADMINISTRACIÓN	Reconocimiento de las causas que originan una demanda reducida por los servicios de la institución.	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar el precio al público ofrecido por sus servicios. • Identificar nuevos servicios para ofrecer en la institución, a menores costos. • Promocionar la institución • Atraer nuevos estudiantes. • Identificar las fortalezas de la institución.
	Lograr por medio del personal de Crediaportes un vínculo entre el Microempresario y esta entidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer las ventajas crediticias que ofrece Coomultrasan Multiactiva a sus asociados. • Incrementar el capital del empresario para la adquisición de maquinaria y materiales nuevos que permitan la innovación de servicios prestados por la institución

PLAN DE ACCIÓN CALZADO DAYARY

Objetivo: Plantear diversas recomendaciones que permitan el crecimiento empresarial del negocio, el fortalecimiento de las capacidades gerenciales y la actividad productiva, logrando de esta forma, una mayor participación en el mercado de la región de Santander.

DEPARTAMENTO	ESTRATEGIA HA IMPLEMENTAR	OBJETIVO RELACIONADO
PRODUCCIÓN	Elaborar un folleto sobre la diversificación de los productos y su importancia.	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer la importancia de la diversificación de la producción, la creatividad y los productos elaborados a mano. • Atender otro segmento de mercado demandante. • Concientizar al empresario de las oportunidades latentes en el mercado y de los productos que están en capacidad de producir.
	Llevar de forma impresa diferentes diseños de billeteras, bolsos, sandalias, correas y accesorios para niñas.	<ul style="list-style-type: none"> • Mostrar diversos productos y diseños que se pueden elaborar dentro del taller de producción. • Mostrar los diferentes usos que se le puede dar a la materia prima utilizada. • Evaluar la viabilidad en el mercado de los nuevos diseños.
	Entregar un folleto con los estándares de calidad en la producción de calzado.	<ul style="list-style-type: none"> • Mostrar de forma sencilla los estándares de calidad a los que se debe dar cumplimiento como empresa productora de calzado. • Mejorar la calidad de la producción. • Mostar las ventajas de la implementación de los estándares de calidad en la materia prima y en el proceso de productivo.
ADMINISTRACIÓN	Entregar un folleto informativo de la DIAN.	<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.
	Sugerir la apertura de un punto de venta.	<ul style="list-style-type: none"> • Mostrar la posibilidad de un contacto directo con los clientes. • Relacionar la importancia del punto de venta con la legalización de la empresa. • Dar a conocer la posibilidad de atender otro segmento de mercado.

PLAN DE ACCIÓN ASADERO EL RETORNO

Objetivo

Establecer una serie de pautas que permitan el crecimiento financiero y comercial del negocio, logrando así, mayor satisfacción en los clientes y el enfoque hacia nuevos mercados

DEPARTAMENTO	ESTRATEGIA HA IMPLEMENTAR	OBJETIVO RELACIONADO
ADMINISTRACIÓN	Elaborar un folleto informativo donde se le de a conocer al empresario las enfermedades transmitidas por alimentos (ETA) y la importancia de la adecuada manipulación de alimentos.	<ul style="list-style-type: none"> • Mostrar la importancia de la adecuada manipulación de los alimentos. • Fomentar una buena conservación y manipulación de los alimentos. • Dar a conocer las enfermedades que pueden surgir por una inadecuada manipulación. • Fomentar una cultura de higiene personal en los empleados del negocio. • Evitar sanciones y cierre del establecimiento por complicaciones en los consumidores.
	Evaluar la factibilidad de abrir un nuevo punto de venta en la ciudad.	<ul style="list-style-type: none"> • Mostrar la oportunidad de expandir el negocio debido al gran número de clientes del mismo. • Incrementar la rentabilidad. • Atender otro segmento de mercado.
	Darle a conocer los trámites legales y permisos necesarios para la apertura del punto de venta, con el fin de evitar sanciones y multas futuras.	<ul style="list-style-type: none"> • Evitar posibles sanciones por incumplimiento legal. • Dar a conocer los requisitos y los trámites para legalizar los documentos del punto de venta.
	Lograr por medio del personal de Crediaportes un vínculo entre el Microempresario y esta entidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer las ventajas crediticias que ofrece Coomultisan Multiactiva a sus asociados. • Incrementar el capital del empresario, para la inversión en el negocio.

PLAN DE ACCIÓN ELECTROMOTO

Objetivo : Plantear diversas estrategias que permitan una organización administrativa del negocio y el crecimiento de las capacidades gerenciales del empresario.

DEPARTAMENTO	ESTRATEGIA HA IMPLEMENTAR	OBJETIVO RELACIONADO
PRODUCCIÓN	Diseñar un formato de orden de pedido.	<ul style="list-style-type: none"> • Mostrar la importancia de respetar los pedidos y las fechas estipuladas en cada uno. • Asesorar al empresario sobre su manejo y el correcto uso del formato. • Mantener los clientes actuales y potenciales.. • Cumplir con la entrega a tiempo de los pedidos. • Organizar el área productiva del negocio.
	Diseñar un formato para la Programación de la Producción.	<ul style="list-style-type: none"> • Crear orden en los procesos productivos. • Cumplir con los pedidos realizados por sus clientes. • Evitar congestión en el taller de producción. • Asignar responsabilidades al personal del taller para la realización y respaldo de su trabajo.
	Recomendar al microempresario la contratación de una persona.	<ul style="list-style-type: none"> • Evitar la sobre carga laboral. • Mejorar el clima laboral • Reducir el estrés en el personal. • Especificar las funciones y responsabilidad de cada empleado.
ADMINISTRACIÓN	Diseñar un manual de funciones sencillo, que permita la asignación de responsabilidades y el cumplimiento de las funciones preestablecidas.	<ul style="list-style-type: none"> • Respetar las funciones establecidas para cada empleado. • Fomentar el sentido de pertenencia por el negocio. • Mantener un orden jerárquico. • Incentivar a los empleados a asumir responsabilidades laborales.

8 IMPLEMENTACIÓN DE PROPUESTAS

8.1. MEJORAS PROPUESTAS

Para lograr el cumplimiento de los objetivos propuestos en el plan de trabajo, se inicia en primera instancia, por medio de una capacitación que brinda Coomultrasan Multiactiva para el reconocimiento del Programa de Asesoría, Capacitación y Desarrollo Empresarial que se iniciará en ese periodo; en ese instante se procesa a estudiar y analizar los trabajos realizados anteriormente en el programa, estableciendo por medio de esto, el estado actual en que se encuentra el programa, la aceptación de los microempresarios, las correcciones que se deben realizar.

Con una noción más clara del programa se inicia la convocatoria y selección de las microempresas que participaran en la asesoría, allí se conoce el estado actual de cada una, las necesidades que requieren ser atendidas y la disposición del empresario para el desarrollo de la asesoría.

Con la información recolectada y suministrada por cada microempresa y con la asesoría y acompañamiento del supervisor de la cooperativa, se identifican aquellas aéreas que requieren de ciertos cambios administrativos y de un mayor control en los negocios, determinando con esto, las estrategias que se deben implementar en cada una de ellas. (Ver en el anterior numeral, los planes de acción propuestos en cada microempresa)

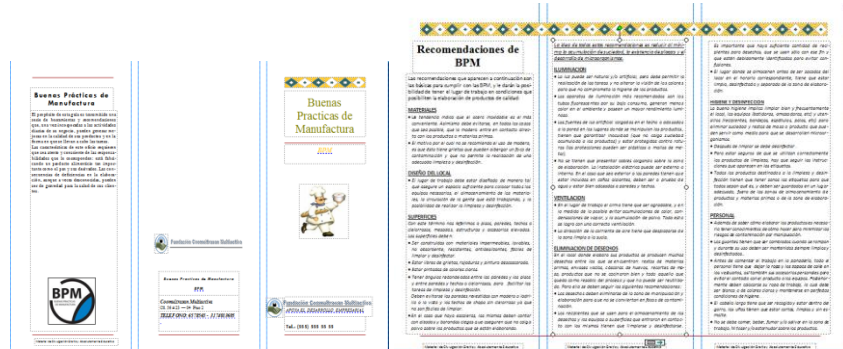
8.2. PROPUESTAS IMPLEMENTADAS

A continuación se podrá observar la forma de implementación llevada a cabo en cada microempresa en relación con el plan de acción propuesto.

Implementación de estrategias PANADERÍA ARLEY

- I. Se le recomendó a la Microempresaria Alix Báez una mejor adecuación del local, la cual permitiera que sus clientes tuvieran acceso a sillas y mesas donde consumir sus productos, ya que el negocio cuenta con el espacio suficiente para ello.

- II. Se diseñó y entregó un folleto informativo sobre las Buenas Prácticas de Manufactura en Panaderías y Pastelería, con el fin de lograr productos inocuos, saludables y seguros para el consumidor. (ver Anexo 1).



- III. Con el fin de que el punto de venta donde se encuentra ubicado el negocio sea más rentable, atractivo para los clientes y tenga un mayor reconocimiento en el sector, se gestionó por medio de la Fundación Coomultirasas Multiactiva, el subsidio de un aviso Tropezón de 120 x 70 cm por un valor de \$ 125.000.
- IV. Se le recomienda a la Microempresaria implementar las siguientes políticas y cuidados, enfocados a la calidad de sus productos y satisfacción de sus clientes, todo esto para que exista un mayor control en el negocio y se establezcan responsabilidades y compromiso por parte del personal

POLÍTICA DE INVENTARIOS PANADERÍA ARLEY

- El personal del área de producción debe llevar un control sobre las existencias de materia prima e informar con tiempo prudencial qué productos se están agotando.
- No debe haber en producción un porcentaje mínimo al establecido por el encargado y dueño del negocio.
- Dentro de lo estipulado por los dueños, no está permitido el desperdicio de Materia Prima y se debe verificar que todos los materiales estén en buen estado antes de ser utilizados, si se presenta alguno defectuoso o en mal estado se le informará al dueño del negocio para que se contacte con el proveedor y se reponga rápidamente.

POLÍTICA DE VENTAS PANADERÍA ARLEY

- Atender a todos los clientes de acuerdo a su orden de llegada.
- Garantizar que los productos ofrecidos en la panadería sean 100% confiables, en cuanto a la calidad de los mismos.
- Manejar promociones de ventas para asegurar la preferencia del cliente y lograr la rotación de productos. (6 panes de doscientos por mil).
- Mantener en perfectas condiciones de aseo y limpieza las vitrinas y el negocio en general.
- Manejar un buen catálogo de precios y de productos para mantener la satisfacción del cliente.
- Dar el mayor grado de satisfacción al cliente por el servicio brindado.

CUIDADOS PARA EVITAR LA CONTAMINACIÓN DE ALIMENTOS

Contaminación Cruzada: Es producida cuando un proceso o producto y/o materia prima pueden ser contaminantes de otro proceso, producto y/o materia prima.

QUE PROVOCA QUE LOS ALIMENTOS SE CONTAMINEN

1. Verter harina nueva en los cajones de madera sin previa limpieza.
2. Soplar los restos de harina de las superficies cercanas a las mesas donde se agrega el almíbar o donde se realiza la terminación de las facturas.
3. Colocar las masitas o tortas ya terminadas en contenedores sucios, hasta que lleguen al punto de venta.
4. Realizar la terminación de productos en la misma superficie donde se realizó el cortado de la masa para hacer masitas secas, sin previa limpieza.
5. Tener colgando por arriba de las mesas de trabajo, cables o artefactos de luz, a los que no se les realice una limpieza y desinfección periódica.
6. Dejar el producto terminado una vez que fue sacado del horno (esperando ser llevado al punto de venta) en un lugar donde se producen corrientes de aire que hacen que se llene de polvo y suciedad.

7. Dejar que el producto se enfríe a temperatura ambiente, sobre el piso.
 8. Almacenar en las cámaras de refrigeración, productos intermedios como pueden ser masitas frescas, a las que les falta agregar una fruta o alguna otra terminación, junto con materias primas, o recipientes de crema, no debidamente higienizados externamente.
 9. Tener artefactos de iluminación sin protección o con protección de vidrio que ante una rotura tuvieran posibilidad de caer sobre el producto (la consecuencia en este caso, es tener que tirar todo a la basura).
 10. Contar con aberturas y extractores de aire sin mosquiteros o sin alguna protección que impida el ingreso de insectos o pájaros, los que en el caso de ingresar al negocio pueden ser vehículo de graves contaminaciones.
 11. No tener el personal la vestimenta adecuada. En el caso por ejemplo del armado de tortas en la pastelería, se manejan productos muy susceptibles de contaminación por microorganismos provenientes de la saliva que encuentran un ambiente más que propicio para el desarrollo en las cremas y masas húmedas.
 12. La falta de higiene de las manos cada vez que comienza un turno, a intervalos regulares y cada vez que salen del baño. El hecho de agarrar panes con las manos sucias, para pasarlos de las bandejas a las paneras en los puntos de venta, puede hacer que se produzca una contaminación y esto ya no será eliminado por ninguna cocción.
 13. La mala disposición de las mesas de trabajo, el desorden y una circulación incómoda en las instalaciones pueden hacer menos eficientes los procesos y provocar pérdidas en la calidad y en la cantidad de productos que se pueden elaborar. Piense que si tiene, por ejemplo, los moldes para el cortado de la masa, siempre en distintos lugares, cada vez que se necesite usarlos hay que salir de excursión por el negocio en su búsqueda, ese es todo un tiempo valioso de trabajo.
- V. Se le sugiere a la Microempresaria Alix Báez, seguir las siguientes recomendaciones con el fin de que su mercado se expanda y logre un incremento en sus ventas y mayor reconocimiento de sus productos en el sector:
- *Identificar los sectores en los cuales le gustaría ofrecer sus productos para ampliar el mercado, incrementar el número de clientes y finalmente ser un negocio más rentable, una vez claro lo anterior, es importante organizar una ruta o recorrido específico que pueda atender esta demanda.*

- Definir claramente el perfil del cliente que se desea satisfacer, teniendo en cuenta para ello, el sector de ubicación, el poder adquisitivo de él y las preferencias hacia los productos, entre otros.
- Establecer los precios que se ofrecerán y mantendrán al cliente potencial.
- Definir los productos que se promocionarán a este nuevo mercado, teniendo en cuenta la calidad, el sabor, la variedad, la producción real de cada uno, la facilidad de transporte disponibilidad del producto y el precio de cada uno. Esto es importante porque se conoce de antemano cuales son los productos que se van a ofrecer a cada cliente y los costos de cada uno.

Implementación de estrategias CARPINTERÍA MARTIN VELAZCO

- Se diseño y entrego el siguiente modelo sencillo de contabilidad de caja, el cual le permite al microempresario mantener un control sobre sus ingresos y establecer las ganancias que le está generando su negocio.

<i>EBANISTERÍA MARTIN VELAZCO</i> Cl. 54 No 18 – 70 Bucaramanga Teléfono: 6421913		FORMATO DE CONTABILIDAD DE CAJA		
Fecha	Concepto	Ingreso	Egreso	Saldo

En el momento de entrega del formato al empresario, se le explica su forma de manejo y los datos que deben ir registrados en cada casilla; de igual forma se le explica el funcionamiento, la importancia y el objetivo que tiene su correcto diligenciamiento, en ese instante también se realiza en compañía de él, el registro de los datos contables del día, para que se vaya familiarizando con el formato.

- II. Se elaboró un panorama de factores de riesgos, el cual le permite al empresario Martín Velazco, tener conocimiento de las enfermedades y los riesgos a los cuales están siendo expuestos sus empleados y las consecuencias que generan los mismos.

Este panorama es explicado paso a paso y se le entrega como evidencia de su elaboración y constancia de que el empresario tiene conocimiento sobre su contenido. En ese instante se observa gran receptividad por parte del propietario e inmensa gratitud por el programa, debido a que se creó conciencia en él acerca de los peligros a los que se exponía él y su personal, así como las consecuencia legales si no se toman las medidas adecuadas y oportunas en el puesto de trabajo. (Ver Anexo 2)

- III. Se realizaron las siguientes recomendaciones con respecto a las acciones correctivas y preventivas que se deben tomar para mitigar los riesgos asociados a las labores realizadas por el personal, estos aspectos de seguridad industrial son de gran importancia para el desempeño de esta microempresa, ya que actualmente no cuenta con las condiciones mínimas de seguridad, lo cual incrementa una mayor incidencia de los riesgos y accidentes laborales.

Se le explica al empresario cada riesgo, se evalúa junto con él que aspectos de seguridad existen en el taller de trabajo y cuales son requeridos con mucha urgencia. Estas recomendaciones son entregadas por escrito, explicándole que no pueden ser tomadas a la ligera ni de forma pasajera, pues se deben tener muy presentes e iniciar con la mitigación de los riesgos y prevención de accidentes y/o enfermedades laborales.

ACCIONES PREVENTIVAS

1. RIESGO: CORTADURAS Y/O AMPUTACIONES DE ALGÚN MIEMBRO

- Comprar máquinas y herramientas seguras.
- Proteger la parte cortante de las máquinas y herramientas con resguardos (móviles o regulables) o móviles con enclavamiento.

- Utilizar dispositivos de protección que obliguen a la acción simultánea de las dos manos.
- Utilizar resguardos fijos, envolventes o distanciadores, si no es necesario acceder a la zona peligrosa de la máquina.
- La persona a cargo de la utilización de las máquinas debe conocer los peligros, la funcionalidad y el manejo correcto de la misma.
- La utilización de las máquinas se debe realizar bajo las pautas e instrucciones del fabricante y sólo para aquellos trabajos para los que han sido diseñadas.
- Prohibir que menores de edad o personas con desconocimiento sobre máquinas realicen trabajos en sierras, prensas, tupís y cualquier otra máquina peligrosa.
- Usar los equipos de protección individual que sean necesarios en cada operación (guantes, gafas).

2. RIESGO: SÓLIDOS

- Instalar sistemas de captación y aspiración en las máquinas y herramientas para los residuos de madera.
- Utilizar gafas protectoras contra la proyección de virutas y polvo de madera (serrín).
- Ventilación del área de producción para evitar acumulación del polvo ocasionado por la madera.

3. RIESGO: CAÍDAS AL MISMO NIVEL

- Eliminar la suciedad, y obstáculos contra los que se pueda tropezar el personal interno y externo de la empresa.
- Retirar los objetos innecesarios, envases, herramientas que no se están utilizando, entre otros.

- Ordenar las herramientas y materiales de trabajo en paneles o cajas.
- Marcar y señalar los obstáculos que no puedan ser eliminados.
- Mantener las vías de acceso y los pasos perfectamente iluminados.

4. RIESGO: ALTA TENSIÓN

- Antes de comenzar la jornada laboral es importante realizar un control visual para detectar defectos en las conexiones.
- Aislar las partes activas de toda instalación eléctrica dentro de la empresa.
- Llevar a cabo un examen periódico de las instalaciones eléctricas y del material eléctrico por personal especializado.
- No utilizar las maquinarias o herramientas eléctricas que han sufrido un golpe fuerte o han sido afectadas por la humedad., hasta que las revise un especialista y autorice de nuevo su funcionamiento.
- En caso de avería, desconectar la tensión, comunicar los daños y hacerlos reparar por personal autorizado para trabajos eléctricos.
- No trabajar con iluminación inadecuada o escasa.

5. RIESGO: RUIDO

- Comprar máquinas y equipos de trabajo teniendo en cuenta el nivel de ruido que producen.
- Efectuar periódicamente un mantenimiento adecuado y oportuno.
- Utilizar revestimientos en paredes y techo, que absorban el ruido.
- Aislar las fuentes de ruido.
- Reducir los tiempos de exposición del personal con turnos de trabajo.
- Evitar el paso de los empleados y personal ajeno a la empresa, por zonas de alta exposición al ruido.
- Delimitar y señalizar las zonas de exposición al ruido.

- Instalar los ventiladores, extractores, etc. lo más alejados posible de las zonas habituales de trabajo.
- Utilizar los medios de protección individual contra el ruido.
- Informar a los trabajadores del riesgo al que están expuestos.

6. RIESGO: GASES Y VAPORES

- Utilizar sustancias con las mismas propiedades de las que se usan actualmente, pero que sean menos peligrosas.
- Exigir al proveedor y/o fabricante, las indicaciones de seguridad de los productos.
- Capacitar al personal sobre la utilización correcta de los productos.
- Evitar el contacto directo de sustancias con la piel, por medio de la utilización de implemento de seguridad personal.
- Preparar las mezclas según las instrucciones del fabricante o proveedor de cada producto.
- Evitar la respiración de vapores orgánicos nocivos y perjudiciales para la salud humana.
- Instalar sistemas de extracción localizada en los lugares donde existe mayor concentración de polvo como: (zona de lijado), vapores (zona de barnizado), humos, nieblas y partículas en suspensión.
- Tener buena ventilación natural en el taller de producción.
- Fomentar la utilización de equipos de protección respiratoria individuales para evitar la inhalación de partículas.

7. RIESGO: INCENDIO

- Disponer sólo de la cantidad necesaria de materiales inflamables o combustibles para el trabajo diario y así evitar situaciones de riesgo.

- Almacenar los productos inflamables en locales distintos e independientes al sitio de trabajo, manteniéndolos aislados y ventilados, o en armarios completamente separados.
- Si se requiere en el taller el envasado y mezcla de productos, se debe realizar en un lugar diferente al área de trabajo y con las precauciones y el equipo de protección adecuado y necesario para la manipulación de cada elemento.
- Prohibir fumar dentro del área de trabajo.
- Mantener extintores de incendios dentro del lugar de trabajo, conociendo su función y su adecuado manejo en caso de emergencia.
- Realizar mantenimiento periódico a los equipos contra incendios.
- Revisar y mantener las instalaciones eléctricas aisladas y protegidas.
- Señalizar y dejar libres las salidas de emergencia.
- Capacitar al personal para la reacción en caso de emergencia y realizar ejercicios de evacuación simulada.

8. RIESGO: EXPLOSIÓN

- Llevar un control de la concentración de polvos, gases y vapores inflamables dentro de la empresa.
- Prohibir a sus empleados y público en general, fumar dentro de las instalaciones.
- Tener cuidado y tomar las respectivas precauciones en los lugares donde se almacenan grandes cantidades de polvo de madera para evitar su exposición a altas temperaturas y fricciones.

9. RIESGO: ESFUERZOS

- Para la entrega de mercancía a los clientes y la compra de materia prima, se debe utilizar un medio de transporte que minimice el esfuerzo corporal de los empleados. (Camionetas con platón amplio para el traslado de mercancía)
- Respetar las cargas máximas permitidas según el sexo y la edad de los empleados.
- Cargar o transportar pesos pegándolos al cuerpo y en posición erguida.
- Alzar y transportar cargas con ayuda de otras personas para equilibrar peso y evitar complicaciones de salud.
- Disminuir el peso de las cargas que soportan los empleados en el momento de trasladar mercancía.

10. RIESGO: ESTRÉS LABORAL

- No prolongar la jornada laboral de los empleados. Si ocurre, tratar de compensarla preferiblemente con un descanso adicional.
- Planificar los diferentes trabajos y actividades de la jornada laboral, teniendo en cuenta una parte para imprevistos y para evitar la sobre carga laboral.
- Asignarle a cada trabajador la tarea que va a desempeñar en la jornada.

11. RIESGO: EMERGENCIAS LABORALES

- Capacitar a los trabajadores para la reacción oportuna ante emergencias que pueden ocurrir en sus puestos de trabajo.

12. RIESGO: DESCONOCIMIENTO DE LOS EQUIPOS DE PROTECCION PERSONAL.

- Elegir los implementos de seguridad acorde al trabajo desempeñado para que proporcione la protección correcta a cada empleado y contar con la cantidad suficiente para el personal de la empresa.
- Revisar periódicamente el estado y el funcionamiento de cada implemento, con el fin de que cuando se requiera su utilización se encuentre en perfectas condiciones y responda correctamente ante la emergencia.
- En caso de que el equipo de seguridad se encuentre defectuoso o en condiciones desfavorables, se deben cambiar y prohibir su utilización.
- Fomentar el buen uso de los implementos de seguridad personal, instruyendo al personal sobre su manejo, su mantenimiento, el uso y la funcionalidad de cada elemento.

- IV. Se le diseño y entrego un folleto informativo de la DIAN y la Cámara de Comercio sobre la Legalización de las empresas, con el fin de que el microempresario conociera las ventajas que existen sobre las empresas legalizadas y los trámites que se deben realizar para llevar a cabo el proceso, adicionalmente le permite al empresario aclarar ciertos términos legales que para él se tornaban confusos. (ver Anexo 3 y 4)



- V. Se le sugiere al empresario sobre una mejor distribución del taller, la cual le permita una mejor adecuación de la maquinaria y un óptimo aprovechamiento de las instalaciones.

- VI. Se diseño el siguiente formato para el control y registro de los clientes que mantiene el negocio, con el fin de establecer un servicio post-venta basado

en la atención que recibió cada uno, logrando de esta forma, detectar las necesidades y requerimientos de ellos y promoviendo una mejora en la atención y servicio que presta el personal del negocio. Con base en esto se busca igualmente incentivar por medio de descuentos especiales la recompra de los clientes. Se le explica al empresario el uso correcto del formato, los datos que deben ir registrados en cada casilla y se le recomienda abrir una carpeta donde consigne los formatos que vaya utilizando

CONTROL DE CLIENTES

FECHA	CLIENTE	SERVICIO	VALOR (\$)

Implementación de estrategias CENTRO COPIADO CREATIVE ADVENTURE

- I. Con base en lo observado en la fase de diagnóstico del negocio, se le sugirió al propietario de la Microempresa el cambio del aviso publicitario que tiene el establecimiento, debido a que su tamaño y letra no permiten que los transeúntes de la zona, capten el mensaje y los servicios que presta el establecimiento. Se habló con la propietaria acerca del nombre del local, explicándole que este, es de difícil recordación para sus clientes y poco atractivo para los mismos.

- II. Para el cambio del nombre del establecimiento se consultó con la Cámara de Comercio de Bucaramanga para conocer que trámites y documentos

son requeridos para llevar a cabo este procedimiento, para ello la entidad nos informó acerca del formato que se debe diligenciar y la forma de adquirirlo (por Internet o directamente en la ventanilla de la Cámara de Comercio), de igual forma se nos informó acerca del costo del mismo, el cual es \$ 7.000. La propietaria demostró gran satisfacción por la información recaudada y agradeció la gestión de las asesoras.

- III. La microempresa presenta la necesidad de adquirir maquinaria para prestar nuevos servicios y lograr una mayor competitividad con los negocios del sector. Para ello, la propietaria aceptó que se le pusiera en contacto con Crediportes para conocer la tasa de interés, las ventajas y los servicios que ofrece la entidad. Crediportes visitó el negocio, se entrevistó con la propietaria, pero finalmente ella no se interesó por el préstamo con la entidad, ya que para obtener el crédito necesita de un codeudor, factor por el cual desistió del préstamo. Hasta el momento se conoce que aun no ha adquirido ninguno con otra entidad financiera de la ciudad.
- IV. Se le diseño y entrego una planilla en Excel para el control de la contabilidad del negocio con el fin de que los propietarios conozcan el nivel de rentabilidad que se está generando al interior del negocio. La empresaria quedó muy satisfecha con la herramienta entregada, pues era un requerimiento que tenía desde hace un tiempo y no había podido cumplirlo. (Ver Anexo 5)

Esta planilla es de fácil implementación ya que las formulas se encuentran ya establecidas, simplemente basta con la digitación de datos y automáticamente se arrojan los resultados.

FECHA	CONCEPTO	CATEGORIA (Ingreso / Egreso)	INGRESOS	EGRESOS	SALDO
1			\$ -	\$ -	\$ -
2			\$ -	\$ -	\$ -
3			\$ -	\$ -	\$ -
4			\$ -	\$ -	\$ -
5			\$ -	\$ -	\$ -
6			\$ -	\$ -	\$ -
7			\$ -	\$ -	\$ -
8			\$ -	\$ -	\$ -
9			\$ -	\$ -	\$ -
10			\$ -	\$ -	\$ -
11			\$ -	\$ -	\$ -
12			\$ -	\$ -	\$ -
13			\$ -	\$ -	\$ -
14			\$ -	\$ -	\$ -
15			\$ -	\$ -	\$ -
16			\$ -	\$ -	\$ -
17			\$ -	\$ -	\$ -
18			\$ -	\$ -	\$ -
19			\$ -	\$ -	\$ -
20			\$ -	\$ -	\$ -
21			\$ -	\$ -	\$ -
22			\$ -	\$ -	\$ -
23			\$ -	\$ -	\$ -

- V. Se le realizaron las siguientes recomendaciones al propietario del negocio, para que las tenga en cuenta y logre incrementar el nivel de satisfacción de los clientes, generando recompra en los mismos.

RECOMENDACIONES PARA EL CRECIMIENTO DEL NEGOCIO

- *Ofrezca a sus clientes un ambiente agradable, con una buena iluminación y buena distribución del local.*
- *Trate de grabarse caras, nombres, profesión de sus clientes.*
- *Sea cordial con cada uno de sus clientes, sin importar que sea un niño o adulto, mujer u hombre, papá o mamá. Todos son importantes para su negocio.*
- *Recuerde poner especial atención en la calidad y garantía de sus productos. Es importante asegurarse que su negocio ofrezca estos elementos desde su apertura y tenga respaldo ante cualquier queja o reclamo.*
- *Los cambios en las costumbres y el auge de la tecnología, han propiciado que algunos de los clientes eviten la utilización de los servicios de las papelerías. Esto genera una ventaja para el crecimiento de su negocio ya que permite crear un valor agregado en los servicios que se ofrecen actualmente, para ello se puede invertir en la compra de computadores que estén conectados a la red, prestando con esto, una atención más personalizada y con un único propósito, el de atender las solicitudes, necesidades, dudas o problemas de sus clientes en relación con el servicio prestado, de esta forma se logra que los clientes visiten con mayor frecuencia el negocio.*
- *Promocione su negocio a través de volantes y carteles. Es importante realizar descuentos en las épocas de mayores ventas.*
- *Frecuentemente realice encuestas entre sus clientes sobre cuales artículos les gustaría que se vendieran en el negocio e introducirlos poco a poco para ver los resultados; es importante conocer estas sugerencias para saber que modificaciones se deben implementar y lograr así conservar los clientes y atraer nuevos.*
- *Analice y valore las preferencias de sus clientes.*

- *Atienda siempre por orden de llegada, recuerde que la prioridad está en aquel cliente que llegó primero.*
- *Evite promover la espera en los clientes. Si un grupo de personas llega al mismo tiempo, permita que sientan que serán atendidas oportuna y adecuadamente.*
- *Haga descuentos o pequeños obsequios a clientes frecuentes.*
- *Despida al cliente al estar seguro de que quedó satisfecho.*

RECUERDE QUE...

1. Las empresas en general se ven influenciadas tanto positiva como negativamente por las diferentes temporadas del año, generando en ellas mayores ganancias o ausencia de clientes en los negocios. El caso de las papelerías y fotocopiados no es ajeno a esto, para ellas el ciclo académico de universidades y colegios influye significativamente sobre sus ventas, pues si la situación se relaciona con la época de vacaciones se observara el vacío de clientes y el poco dinero entrando al negocio, caso contrario si es plena temporada académica. Para sobrellevar estas situaciones es importante manejar alternativas de productos que se enfoquen a cubrir esta época de deserción estudiantil, para ello se recomienda introducir nuevos servicios que puedan prestarse a empresas que requieran publicidad e implementos de papelería para sus negocios. De igual forma se puede ofrecer el servicio de diseño de tarjetas personales, volantes publicitarios entre otros. También puede ofrecer artículos y envolturas de regalos para fechas especiales como Amor y Amistad, época decembrina, día de Reyes, día de las madres, etc.

2. No olvide ofrecer el servicio a domicilio.

3. Separe los diferentes ambientes que puede tener su negocio, no los mezcle.

4. Defina el enfoque y el mercado objeto del negocio, no permita que sus clientes se confundan por aquello que ven y que no es claro para ellos.

Implementación de estrategias MIMADOS BABY

- I. Se diseñó y entregó la siguiente ficha técnica para que el empresario la implementará con cada producto que elabora y lograr de esta forma, reconocer los tiempos de producción de cada prenda, los componentes de cada una y los costos de materia prima requerida. Se le explico de igual forma al empresario la forma de llevar a cabo este formato y los datos que requiere el mismo.

El empresario demostró gran interés en el momento de recibir la ficha y agradeció por el diseño y la estrategia implementada.

MiMaDoS bAbY



ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO

DISEÑO

REFERENCIA	
-------------------	--

Componentes	Cantidad	Proveedores



COSTO DE MATERIA PRIMA

DISEÑO

REFERENCIA

Detalle	Cantidad	Valor

MiMaDoS bAbY

TIEMPOS DE



PRODUCCIÓN

DISEÑO

REFERENCIA

Proceso	Operario	Tiempo

- II. Se le diseño y entrego una planilla en Excel para el control y seguimiento de Cartera del negocio, con el fin de que la microempresa reconozca los clientes en mora y la cantidad de dinero que le adeudan. Se le explica al propietario la forma de diligenciar el formato y los datos que requiere cada casilla, aclarándole que es una forma muy sencilla de llevar el control y que no requiere de cálculos ya que las formulas y operaciones se encuentran establecidas en el programa. (ver Anexo 6)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	
1	ESTADO DE CARTERA									
2	CORTE	31 de oct de 09								
3										
4	NOMBRE DEL CLIENTE	FACTURA	FECHA	VALOR	ABONOS	SALDO	DIAS EN MORA	1 A 30 DIAS	31 A 60 DIAS	61
5						\$ -	40.117	\$ -	\$ -	\$ -
6						\$ -	40.117	\$ -	\$ -	\$ -
7						\$ -	40.117	\$ -	\$ -	\$ -
8						\$ -	40.117	\$ -	\$ -	\$ -
9						\$ -	40.117	\$ -	\$ -	\$ -
10						\$ -	40.117	\$ -	\$ -	\$ -
11						\$ -	40.117	\$ -	\$ -	\$ -
12						\$ -	40.117	\$ -	\$ -	\$ -
13						\$ -	40.117	\$ -	\$ -	\$ -
14						\$ -	40.117	\$ -	\$ -	\$ -
15						\$ -	40.117	\$ -	\$ -	\$ -
16						\$ -	40.117	\$ -	\$ -	\$ -
17						\$ -	40.117	\$ -	\$ -	\$ -
18						\$ -	40.117	\$ -	\$ -	\$ -
19						\$ -	40.117	\$ -	\$ -	\$ -
20						\$ -	40.117	\$ -	\$ -	\$ -
21						\$ -	40.117	\$ -	\$ -	\$ -
22	TOTALES			\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -
23										
24	TOTAL CARTERA									
25	PROVISION DE CARTERA 90 DIAS 5%		5%					\$ -	\$ -	\$ -
26	PROVISION DE CARTERA 180 DIAS 10%		10%							\$ -

Implementación de estrategias MICROMERCADO LA GRAN COSECHA

- I. Se diseño y entrego un modelo sencillo de contabilidad de caja, el cual le permite al microempresario mantener un control sobre sus ingresos y establecer las ganancias que le está generando. En el momento de entrega del formato al empresario, se le explica su forma de manejo y los datos que deben ir registrados en cada casilla; de igual forma se le explica el funcionamiento, la importancia y el objetivo que tiene su correcto diligenciamiento, en ese instante también se realiza en compañía de él, el registro de los datos contables del día, para que se vaya familiarizando con el formato.

MICROMERCADO LA GRAN COSECHA

Cr. 30 w # 64 - 77
Bucaramanga
Teléfono: 6837286

**FORMATO DE CONTABILIDAD
DE CAJA**

Fecha	Concepto	Ingreso	Egreso	Saldo

II. Se diseño y entrego la siguiente planilla, la cual permite ejercer un mayor control sobre los productos en stock que mantiene el negocio, con el fin de agilizar los pedidos que se le realizarán a los proveedores y no acumular muchos productos de un solo tipo.

En el momento de entrega de la planilla al empresario, se le explica su forma de manejo y los datos que deben ir registrados en cada casilla, esta planilla es muy sencilla y con solo diligenciar las dos primeras columnas, se inicia su implementación; de igual forma se le explica el funcionamiento, la importancia y el objetivo que tiene su correcto diligenciamiento, en ese instante también se realiza en compañía de él, el registro de algunos

productos, su ubicación y se marca con una x si en esa semana ahí inventario de él, si no se deja vacío y el sabrá que de eso debe pedir a su proveedor.

UBICACIÓN DE VITRINA	PRODUCTO	enero				febrero				marzo				abril				Mayo				junio			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4

- III. Se le recomendó al empresario adquirir un escritorio que facilitará la atención a los proveedores y sirviera de ayuda para el manejo administrativo del negocio. Esto con el fin de separar un poco los ambientes relacionados con ventas, atención al cliente y pedidos de mercancía.

- IV. De acuerdo al tamaño del local, a la cantidad de productos que ofrece al público y la posibilidad de fácil acomodación, se le recomendó al empresario una mejor distribución del inmueble, la cual permita que toda la mercancía exhibida y a la venta, sea vista por los clientes y ellos

reconozcan su existencia, adicionalmente que permita una mayor comodidad en los clientes en el momento de realizar sus compras.

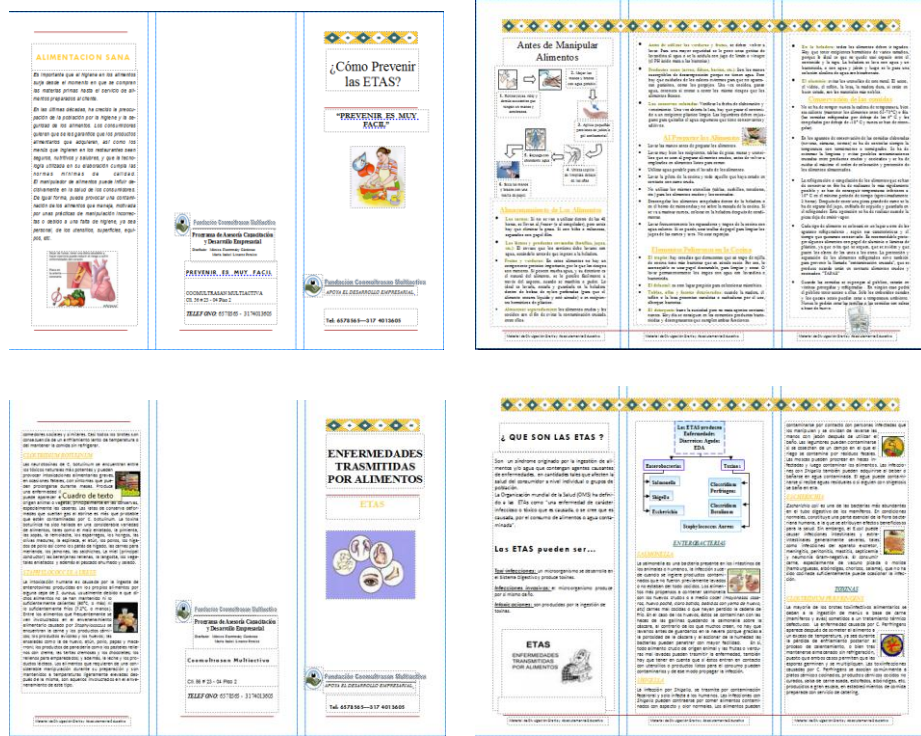
Implementación de estrategias CUPOS UNIVERSITARIOS

- I. Se conoció desde el inicio de la asesoría el interés de la empresaria por adquirir un préstamo para la inyección de capital al negocio que le permitiera una proporcionarle mayor comodidad a sus clientes, por esta razón, se contacto con Crediaportes para diligenciar dicho crédito y lograr de esta forma atender la necesidad latente del negocio; la entidad se relaciono con la propietaria, visitó la microempresa y le suministro la información referente al crédito. Finalmente la Empresaria adquiere un préstamo con la entidad.
- II. Se le recomendó a la empresaria expandir su mercado para que este no se vea limitado a solo una parte de la población universitaria que requiere de hospedaje. Adicionalmente se le explica la importancia de las temporadas académicas para la divulgación del negocio y de sus servicios y se destaca las ventajas que tiene el negocio al estar ubicado en una de las principales vías de acceso de la ciudad. Por esta razón se le recomienda promocionar sus servicios a las universidades: Universidad Pontificia Bolivariana, Las Unidades Tecnológicas y la Universidad Cooperativa de Colombia.

Implementación de estrategias RESTAURANTE MARY

- I. Se conoce el interés de la propietaria en adquirir un nuevo negocio ya sea un micromercado o un restaurante, ubicados en el centro del municipio, debido a que por situaciones ajenas y externas al negocio (metrolínea), se ve en la obligación de vender su terreno. Razón por la cual se contactó con Crediaportes suministrándole la información de la empresaria. La entidad se encargo de visitarla, ofrecerle los servicios y explicarle el procedimiento para adquirir el préstamo.
La empresaria aun no ha negociado el precio del terreno con Metrolínea razón por la cual aplazó la fecha para adquirir el préstamo.
- II. Por ser una empresa del sector de alimentos, la cual se encuentra en continuo contacto con productos perecederos, se diseño y entrego dos folletos informativos acerca de las “Enfermedades Trasmitidas por Alimentos, ETAS” y “Como Prevenir las ETAS”. Con el fin de darle a conocer las diferentes enfermedades que puede generar un alimento en condiciones no favorables de almacenamiento e higiene; a su vez se busca

concientizar al empresario acerca de los cuidados que requiere la manipulación, conservación y cocción de los alimentos, pues teniendo conocimiento en ello se pueden evitar futuras complicaciones en la salud de los consumidores del restaurante. (ver Anexo 7 y 8)



Implementación de estrategias COLEGIO SAGRADO CORAZÓN DEL NIÑO JESÚS

- I. El colegio tiene gran trayectoria en el mercado de Santander, pero aun así su principal debilidad es el número reducido de alumnos que ingresan a recibir educación en él. Para ello se hablo con el empresaria y se busco que ella misma reconociera las razones por las cuales cree que su demanda es tan reducida, con ello se evidencio que el costo de la matricula y pensión son los más elevados del sector y el valor agregado que ellos pueden ofrecer no supera el precio económico que ofrece su competencia, se le recomendó a la empresaria reducir los costos que implican la educación del niño, debido a que la población de este sector son familias de estrato 1,2,3, que buscan más que calidad académica, reducción en los costos de manutención de un hijo, razón por la cual acuden a instituciones aledañas que ofrecen servicios similares a costos mínimos.

- II. Se conoció la necesidad de adquirir capital para la adquisición de materiales didácticos que permitieran un mejor aprendizaje y fomentarán la implementación de tecnología en el proceso académico. Para ello se contacto con la entidad financiera Crediaportes, la cual se encargo de entrevistarse con el Rector del colegio y realizarle el respectivo estudio financiero para adquirir el préstamo con la entidad.

Implementación de estrategias CALZADO DAYARY

- I. Se elaboró y entregó de un folleto informativo al empresario Jorge Enrique Rincón, donde se le da a conocer la importancia de la crear nuevos productos y expandir su mercado, las diferentes formas que existen para diversificar en las empresas y las oportunidades que actualmente está brindando el gobierno a los microempresarios. (Ver Anexo 9)

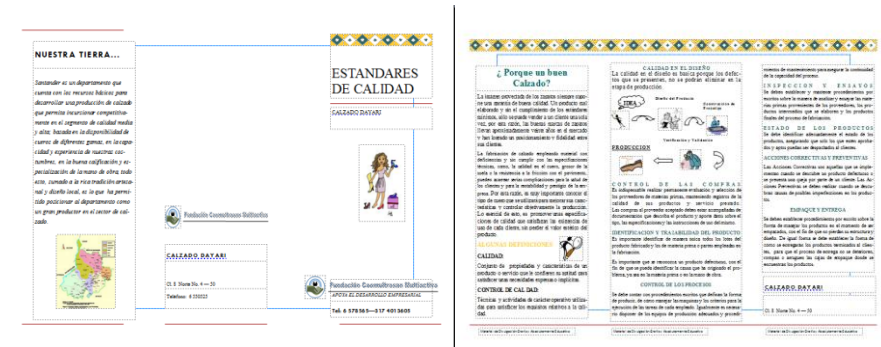


- II. Se les entregó a los propietarios de la Empresa de Calzado Dayary, imágenes impresas de productos como billeteras, bolsos, correas, diademas, collares y sandalias para niña, elaborados con la misma materia prima que ellos emplean para la elaboración de su actual calzado , con el fin de darles a conocer nuevas alternativas en productos y diseños creativos e innovadores que permiten abarcar un segmento de mercado enfocado hacia una población estudiantil femenina comprendida entre los 4 a 12 años, de igual forma de evaluará la factibilidad de estos productos en el mercado. (Anexo2)

<p>ACCESORIOS PARA LA CABEZA</p>	
<p>ACCESORIOS GENERALES</p>	

<p style="text-align: center;">BOLSOS</p>	
<p style="text-align: center;">SANDALIAS</p>	

- III. Se diseñó y entregó un folleto donde se dan a conocer los estándares de calidad en relación a la materia prima utilizada, a cada proceso que interviene en la producción del calzado y en el servicio ofrecido al cliente, entre otros, con el fin de mostrarle a los propietarios la importancia y las ventajas que trae cumplir con las especificaciones mínimas de calidad. (Anexo 3)



- IV. Se elaboró y entregó un folleto informativo de la DIAN sobre las obligaciones y requerimientos que la empresa tiene ante esta entidad, logrando con este folleto, resolver las inquietudes que han surgido acerca de estos temas y evitar posibles sanciones por incumplimientos legales. (ver Anexo 3 y 4)
- V. Se le sugiere al Señor Jorge Enrique Rincón abrir un punto de venta donde pueda comercializar sus productos libre y directamente con sus clientes, sin intermediarios en su canal de distribución. Esta sugerencia si se piensa llevar a cabo, solo es factible en el momento en que el señor Jorge legalice sus papeles ante la DIAN.

Implementación de estrategias ASADERO EL RETORNO

- I. La principal necesidad que se evidencio durante la fase de observación y acercamiento, fue la falta de higiene y precauciones del personal de la empresa para la manipulación y preparación de los alimentos que se ofrecían al publico dentro del establecimiento, para ello se diseño y entrego dos folletos informativos acerca de las “Enfermedades Trasmitidas por Alimentos, ETAS” y “Como Prevenir las ETAS”. Con el fin de darle a conocer las diferentes enfermedades que puede generar un alimento en condiciones no favorables de almacenamiento e higiene; a su vez se busca concientizar al empresario acerca de los cuidados que requiere la manipulación, conservación y cocción de los alimentos, pues teniendo conocimiento en ello se pueden evitar futuras complicaciones en la salud de los consumidores del restaurante. El propietario queda satisfecho por la asesoría piensa divulgar la información allí contenida a todos los empleados del negocio. (ver Anexo 7 y 8)

- II. Dentro de las necesidades detectadas el empresario comentó sobre su idea de atender otro segmento de mercado ubicado en la ciudad, con el fin de tener un local propio y con las adecuaciones que el crea pertinente realizar para la satisfacción de sus clientes potenciales, para ello se pensó realizar un estudio de factibilidad para la apertura de un nuevo punto de venta. En este caso se le recomendó al empresario que en el momento de mirar posibles locales para su funcionamiento evaluará las zonas aledañas y procurara buscar una zona comercial con flujo de gente constante. Posterior a ello, se programó una visita con el empresario para conocer el lugar prospecto donde se ubicaría el local, pero en el momento de la visita el empresario concluyó que este proyecto sería aplazado para el próximo año, debido a los costos elevados que acarrea la adquisición de un establecimiento propio para el funcionamiento del negocio.
- III. Con base en los cambios en el proyecto del empresario sobre expandir su mercado por medio de la apertura de un punto de venta, él mismo solicitó que se le contactará con Crediaportes para conocer las condiciones, la tasa y la factibilidad para adquirir un préstamo con esta entidad, con el fin de inyectar capital a su negocio con la compra de mesas, sillas, hornos e implementos de cocina, que permitieran una mayor agilidad en el servicio prestado a los consumidores. Para ello se le suministro la información del empresario al encargado de Crediaportes, el cual se comunicó con el propietario, visitó su negocio, evaluó las condiciones de la microempresa y finalmente gestionó los trámites para la adquirir el crédito, por la suma de \$ 3.000.000.

Implementación de estrategias ELECTROMOTO

- I. Durante la fase diagnóstica se observa gran desorganización administrativa y productiva, principalmente en el control, manejo y despacho de pedidos. Para ello se diseñó y entregó el siguiente formato de orden de pedido el cual le permite ejercer un control sobre los servicios y productos que ingresan al negocio, manteniendo un registro de los datos del cliente, la cantidad pedida, la forma de pago y la persona a cargo de lo referente a la orden realizada por el cliente. Con ello se busca igualmente asignar responsabilidades y respetar la numeración de las órdenes que ingresan al taller con el fin de entregar a tiempo la producción requerida por el cliente y así recibir el pago de la misma oportunamente. Para la implementación se le enseñó a la persona a cargo del área administrativa el manejo correcto del formato, los datos específicos que requiere casa casilla y el objetivo de diligenciar este formato correctamente.

NIT;
ELECTROMOTO Carrera
 21 # 21 – 58
TEL: 6340005
 Bucaramanga – Colombia

FECHA:		ORDEN DE PEDIDO	
NOMBRE:		001	
DIRECCIÓN:			
BARRIO:	CIUDAD:	TELEFONO:	
FECHA DE ENTREGA:			

CANT	REF.	DESCRIPCION	VALOR UNIT.	DTO.	VALOR TOTAL
SON:				TOTAL:	

	FORMA DE PAGO
	CRÉDITO
FIRMA DEL CLIENTE	CONTADO

VENDEDOR:

RESPONSABLE DEL TALLER

Esta planilla tiene 3 copias las cuales serán distribuidas de la siguiente forma: una copia será entregada al cliente, para que este tenga un soporte de su pedido y del responsable del mismo; otra copia será la que quedará almacenada en la parte administrativa con el fin de soportar información y en el momento de entregar el pedido revisar si cumple con lo especificado en la orden y si no acudir al responsable de ella; finalmente la 3 copia será la que entrará al taller, allí es donde según la numeración que tiene cada una, se elabora el producto respetando dicha numeración y se reconoce por parte del personal, la persona a cargo de ese pedido.

- II. Enlazando la estrategia anterior se diseñó y entregó el siguiente formato para la programación de la producción, el cual permite con base en el número de la orden de pedido, establecer en el área productiva un control en el despacho de mercancía, en la asignación de tareas y en el cumplimiento en las fechas de entrega establecidas con los clientes. Para ello se hablo con el propietario del negocio y se le sugirió que esta planilla debe ser diligenciada por él mismo, encargándose de asignar responsabilidades al personal, reconociendo que materia prima requiere cada producto solicitado y organizando la producción de acuerdo al número de orden de pedido que ingresa al taller, manteniendo un orden consecutivo en ella; de igual forma se le sugirió que no estableciera una fecha concreta para la entrega al cliente en el momento de realizar el pedido, pues lo ideal es que posteriormente a organizar el taller de producción hablará nuevamente con el cliente para asignarle su fecha de entrega. De igual forma este formato permite no sobre cargar a un empleado ni asignarle gran cantidad de tareas pues esto retrasa la producción y tiempo de entrega.

Este formato fue entregado y se capacitó al encargado sobre la forma correcta de ingresar la información y el objetivo que se busca cumplir con ello.

PROGRAMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN AGOSTO 18 AL 22							
RESPONSABLE	ORDEN DE PEDIDO	18	19	20	21	22	COMPRA DE MATERIALES
	001						
	002						
	003						
	004						
	005						
	006						
	007						

- III. Durante la asesoría se evidenció la necesidad de otra persona en la empresa, para ello se le recomendó al empresario la contratación de una auxiliar en la parte de producción o una persona encargada en el área administrativa y contable del negocio. El empresario reconoció dicha necesidad y se encuentra buscando un perfil que se adapte al requerido por el negocio.

8.3. EVALUACIÓN DE LOS RESULTADOS EN LA IMPLEMENTACIÓN

Ya terminada la fase de implementación se inicia el proceso de seguimiento a cada microempresa asesorada, con el fin de establecer la utilidad de la asesoría, la implementación de los formatos, planillas y recomendaciones, y finalmente evaluar la viabilidad del programa.

Este procedimiento es realizado por medio de llamadas telefónicas y visitas a las microempresas, donde se le plantean una serie de preguntas relacionadas con las estrategias que se implementaron.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

PANADERÍA ARLEY

- *¿Qué piensa de la donación de aviso publicitario realizada por la Fundación Coomultrasan Multiactiva?*

Fue algo excelente, la asociada se encuentra muy satisfecha con su aviso y agradece mucho a la Fundación el apoyo ofrecido para el crecimiento y fortalecimiento de las empresas de Santander.

- *¿Ha sido de gran utilidad el aviso publicitario? ¿Qué ventajas ha presenciado con él?*

De mucha utilidad, el aviso a permitido mayor reconocimiento de la panadería dentro del sector, nuevos clientes que visitan la panadería y recompran en la misma (30 clientes aprox)

Realmente al negocio le hacía falta promocionarlo, dar a conocer sus productos, le hacía falta ampliar su mercado.

- *¿Las recomendaciones realizadas dentro de la asesoría fueron de gran utilidad? ¿Han implementado alguna?*

Toda la asesoría fue de mucha ayuda, las estrategias y políticas entregadas fueron modificadas, permitiendo organizar un poco la panadería y establecer

normas para el buen funcionamiento tanto del empleado como de la panadería en general.

En relación con el aprovechamiento de las instalaciones, compraron unas sillas y una mesa para permitirle al cliente consumir el producto allí mismo.

El folleto fue una información importantísima ya que permitió reconocer en que estaba fallando la panadería y que mejoras deben realizarse dentro de ella, fue distribuido y divulgado al personal de la panadería.

- *Con relación a la asesoría empresarial recibida en el negocio ¿Fue de gran utilidad para el negocio? ¿Le interesaría continuar con ella?*

De mucha utilidad, los propietarios se encuentran muy contentos con la asesoría y desean continuar con ella cuando se retome el programa.

CARPINTERÍA MARTIN VELAZCO

- *¿Ha utilizado los formatos de contabilidad y registro de clientes?*

La verdad no, le falta organización y orden para el manejo de sus cuentas, pues es importante decir que aunque no utiliza el formato entregado, lleva sus cuentas muy sencillas en un cuaderno y allí registra sus ventas y sus gasto. Aun desconoce su ganancia. El registro de clientes lo ha diligenciado esporádicamente, porque se le olvida llenarlos en el momento indicado que es cuando el cliente realiza el pedido o cuando se le entrega el mismo.

- *¿El panorama de riesgos y las acciones preventivas fueron de gran utilidad para el taller?*

Si claro, son temas que desconocía totalmente, aunque sabia las enfermedades básicas que acarreaaba su labor, aun no había tomado prevención sobre ellas, por esta razón se sintió muy satisfecho con la asesoría.

- *¿El folleto entregado sobre la legalización empresarial, contenía información importante y relevante para su negocio?*

Si, es información que es muy importante tener presente siempre en todos los negocios, porque conociendo esto, se pueden prevenir problemas legales.

- *Con relación a la asesoría empresarial recibida en el negocio ¿Fue de gran utilidad para el negocio? ¿Le interesaría continuar con ella?*

Si claro, el propietario está muy interesado en continuar con la asesoría y requiere en una próxima el estudio de costos para sus productos, debido a que no se logro

hacer en esta parte de la asesoría.

CENTROCOPIADO CREATIVE ADVENTURE

- *¿Ha tenido en cuenta las recomendaciones realizadas en la asesoría?*

Si, pues ya tenía claro que el nombre del local era muy complicado; cuando se trato este tema en la asesoría se miro la importancia que tenía un nombre de fácil recordación para los clientes y a su vez que fuera atractivo y permitiera una mayor demanda; razón por la cual se diligencio el cambio del nombre en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, pero a la fecha no se han hecho los tramites. En cuanto a la distribución del local falta realizarse porque están en una temporada de trabajo alta y no existe tiempo para ello.

- *¿Ha utilizado el formato de contabilidad entregado en Excel?*

Si, ha sido de mucha utilidad, era algo que necesitaban muy urgente y es un método muy práctico para controlar las ganancias del negocio. Agradecen mucho a la asesoría por tenerlos en cuenta dentro del programa.

- *¿Fue visitado y entrevistado por la entidad financiera Crediaportes?*

Si, ellos fueron al negocio, les dieron a conocer los requisitos que deben cumplir para los trámites del préstamo y las ventajas que como asociados tienen con la cooperativa.

- *¿Adquirió algún préstamo con Crediaportes?*

No, un requisito era el codeudor, razón por la cual desistió del préstamo.

- *Con relación a la asesoría empresarial recibida en el negocio ¿Fue de gran utilidad para el negocio? ¿Le interesaría continuar con ella?*

Si. Están muy agradecidos por tenerlos en cuenta dentro del programa y si existe oportunidad están muy interesados en continuar perteneciendo a él.

MIMADOS BABY

- *¿Ha implementado los formatos entregados en la asesoría, ficha técnica y control de cartera?*

No, hasta la fecha no se ha implementado ninguno, aunque los empresarios están muy agradecidos con la asesoría, aun no cuentan con tiempo para el diligenciamiento de los mismos, además hay que realizar ciertos cambios en la

empresa para poder implementarlos.

Es de suma importancia aclarar que la temporada de final de año requiere de mucho trabajo y disposición en las empresas, razón por la cual se ha detenido este proceso.

- *Con relación a la asesoría empresarial recibida en el negocio ¿Fue de gran utilidad para el negocio? ¿Le interesaría continuar con ella?*

Si, aprendieron cosas nuevas, además reconocieron la importancia de reconocer los costos de producción los tiempos y la materia prima que requiere un producto. Si, existe gran satisfacción con la asesoría y existo compatibilidad con las asesoras.

MICROMERCADO LA GRAN COSECHA

- *¿Ha utilizado los formatos de contabilidad de caja y control de inventario en su negocio?*

No, pero el propietario muestra mucho interés en hacerlo, sin embargo hasta la fecha no los ha diligenciado, por falta de tiempo. Su contabilidad él la registra en un cuaderno especial, donde escribe sus compras diarias y lo vendido en el día.

- *¿Ha tenido en cuenta las recomendaciones realizadas por las asesoras para una mejor distribución del local?*

Si. Es decir si las tiene muy presentes pero actualmente el negocio no ha sufrido ninguna modificación, continúa como ha estado desde el inicio de la asesoría.

- *Con relación a la asesoría empresarial recibida en el negocio ¿Fue de gran utilidad para el negocio? ¿Le interesaría continuar con ella?*

Si, aprendió el propietario la importancia del manejo y control de la contabilidad del negocio. Las asesoras fueron muy pacientes explicando la forma de utilizar los formatos y respondieron a las preguntas realizadas por él.

Está muy interesado en continuar con el proceso de asesoría y agradece el tiempo dedicado a su negocio.

CUPOS UNIVERSITARIOS

- *¿Fue visitado y entrevistado por la entidad financiera Crediaportes?*

Si, se entrevistaron con la propietaria del negocio, dándole a conocer los trámites necesarios para adquirir un préstamo con esta entidad.

- *¿Adquirió algún préstamo con Crediaportes?*

Si, el préstamo realizado fue por \$ 9.000.000. Este dinero está destinado para la inyección de capital al negocio.

- *Con relación a la asesoría empresarial recibida en el negocio ¿Fue de gran utilidad para el negocio? ¿Le interesaría continuar con ella?*

Si, se logro el objetivo primordial que era la inyección de capital, adicional las recomendaciones permitieron concientizar a la propietaria sobre ampliar la promoción de sus servicios en diferentes universidades de la ciudad.

Si, está interesada en continuar en la asesoría, para profundizar en algunas áreas de su negocio.

RESTAURANTE MARY

- *¿Fue visitado y entrevistado por la entidad financiera Crediaportes?*

Si, ellos se entrevistaron con la propietaria del negocio y le formularon una serie de preguntas para conocer acerca de su negocio y la viabilidad del mismo.

- *¿Adquirió algún préstamo con Crediaportes?*

No, debido a la inestabilidad del negocio, pues será vendido su terreno a Metrolinea para la ampliación de la vía. El inconveniente es que la propietaria del negocio aun no ha negociado un precio con esta empresa, razón por la cual su préstamo no fue aprobado.

- *Con relación a la información recibida en los dos folletos acerca de las ETAS, ¿A encontrado alguna utilidad de ello para aplicar dentro de su negocio?*

Si claro, es una información muy disiente y real, que les permite a las personas que trabajan con alimentos concientizarlas sobre un buen manejo y conservación de ellos, además le ayuda a prevenir inconvenientes legales.

Algunos temas y cuidados los conocía, pero otros eran ignorados por ella, así que esto le permitió actualizarse y fomentar la prevención y el crecimiento empresarial.

- *Con relación a la asesoría empresarial recibida en el negocio ¿Fue de gran utilidad para el negocio? ¿Le interesaría continuar con ella?*

De mucha utilidad, se aprendieron cosas nuevas y sobre todo ayudo a aterrizar sobre la realidad que enfrenta el negocio.

COLEGIO SAGRADO CORAZÓN DEL NIÑO JESÚS

- ¿Ha sido útil las recomendaciones recibidas en la asesoría con relación a las posibles variables que están limitando el número de alumnos en la institución?

Claro, en el momento de analizar que sucedía con la demanda hacia el colegio, se concluyo que la institución estaba manejando precios muy elevados en comparación con su competencia y a su vez estaba ofreciendo servicios similares, aunque con mejor calidad y personal capacitado para ello, pero la población de estratos 1,2,3 busca más que calidad en la educación de sus hijos, un lugar donde cuiden de ellos mientras los padres salen a su quehacer diario, acomodándose de esta forma al lugar, establecimiento o institución que ofrezca un precio módico que se acomode a sus ingresos.

En la visita realizada posteriormente se conoció que el colegio fue vendido y la persona nueva en el cargo de rector es el señor Alejandro Ortiz, con quien se le dio continuidad al programa de asesoría, asociándolo a la cooperativa Coomultrasan Multiactiva.

- ¿Fue visitado y entrevistado por la entidad financiera Crediaportes?

Si, ellos se entrevistaron con el Rector de la institución, dándole a conocer los requisitos que debería cumplir para adquirir un préstamo con la entidad y mostrándole las ventajas que como asociado tiene.

- ¿Adquirió algún préstamo con Crediaportes?

No, dentro de los requisitos establecidos por crediaportes se encuentra tener mínimo 6 meses de antigüedad con el negocio, razón por la cual el préstamo fue negado por la entidad. El rector se encuentra diligenciando formularios con otra entidad financiera de la ciudad.

- Con relación a la asesoría empresarial recibida en el negocio ¿Fue de gran utilidad para el negocio? ¿Le interesaría continuar con ella?

Si de gran ayuda, aunque falto tiempo para continuarla, se espera que este año continúen prestando este servicio tan bueno y útil para las empresas.

CALZADO DAYARY

- *¿Ha tenido en cuenta la información contenida en los folletos de diversificación y estándares de calidad?*

La información fue leída, pero no se ha implementado nada, la temporada de final de año limita mucho este proceso, debido a que el trabajo es mayor y los cambios dentro del negocio requieren tiempo y reestructuración de estrategias.

- *Con relación a la asesoría empresarial recibida en el negocio ¿Fue de gran utilidad para el negocio? ¿Le interesaría continuar con ella?*

Han tenido mucho trabajo y esto ha limitado el proceso de asesoría, consideran que para implementar lo recibido en la asesoría requieren de un cambio en los procesos que manejan hasta el momento y esto requiere detener su producción. En cuanto a la continuidad del programa, si cuentan con el tiempo necesario para él, lo retoman de lo contrario no.

ASADERO EL RETORNO

- *¿Fue visitado y entrevistado por la entidad financiera Crediaportes?*

Si, la entrevista fue realizada en el negocio, allí se le hablo al propietario sobre los trámites y documentos necesarios para adquirir un préstamo con la entidad.

- *¿Adquirió algún préstamo con Crediaportes?*

Si, la cantidad prestada fue de \$ 3.000.000, los cuales se invirtieron en la compra de sillas, mesas e implementos necesarios para el buen funcionamiento del negocio.

- *¿Le ha sido útil la información contenida en los dos folletos sobre ETAS?*

Si, son muy útiles para un negocio de comidas. Esta información fue compartida a los empleados del negocio, con el fin de que conocieran los diferentes cuidados de las comidas y se fomentara la prevención de enfermedades.

- *Con relación a la asesoría empresarial recibida en el negocio ¿Fue de gran utilidad para el negocio? ¿Le interesaría continuar con ella?*

Si, fue muy interesante, se aprendieron muchas cosas sobre la manipulación de comidas, además permitió que el negocio reestructurara sus muebles y enseres, proporcionándole así, un mejor servicio a los clientes. Claro, siempre que ofrezcan un servicio como este, es importante participar, porque permite un crecimiento tanto personal como del negocio.

ELECTROMOTO

- *¿Ha utilizado los formatos entregados para el orden de pedido y programación de la producción?*

Inicialmente si, fue una idea muy útil ofrecida en la asesoría, por ello se manejo en un comienzo manualmente, mientras se entendía su importancia. Posteriormente el propietario decidió instalar un programa especializado que le permitiera controlar la parte administrativa y productiva del negocio. Toda la información está siendo almacenada y controlada en el sistema y a su vez revisada por el propietario.

Se conoció que han presentado una serie de complicaciones con el manejo del sistema, debido a la complejidad del mismo y a que la persona que fue capacitada para ello, no se encuentra actualmente laborando allí.

- *¿Fueron útiles las recomendaciones recibidas en la asesoría?*

Si claro, aunque es importante aclarar que en la parte inicial del programa la asesoría fue recibida por una persona que actualmente ya no labora allí, por lo tanto el propietario aunque conocía la asesoría, no conocía a profundidad los temas tratados.

- *Con relación a la asesoría empresarial recibida en el negocio ¿Fue de gran utilidad para el negocio? ¿Le interesaría continuar con ella?*

Si, permitió reorientar las estrategias del negocio, además permitió reconocer aspectos en los cuales estaba flageando la empresa.

Si, fue una oportunidad muy buena que ofreció la cooperativa, se espera que el año en curso se continúe con el proceso ya que el propietario del negocio es quien se encuentra a cargo de él.

Con los resultados obtenidos en la fase de seguimiento, se puede establecer lo siguiente:

- Las 11 microempresas asesoradas se encontraban en total satisfacción con el programa, mostrando su interés por la continuidad del mismo.
- De las 11 microempresa, 5 de ellas fueron contactadas y visitadas por el personal encargado del área de Crediaportes, obteniendo de estos contactos, 2 créditos con Coomultrasan Multiactiva por una suma de \$ 12.000.000 entre los dos.

- Muy pocas microempresas habían iniciado con la implementación de las estrategias, debido a que la época del año, diciembre, no es favorable para cambios y modificaciones en los negocios, debido a la demanda que se presenta. Razón por la cual se hace énfasis en un acompañamiento constante en la siguiente fase del programa.

CONCLUSIONES

- El problema que impide que muchas microempresas en Santander no crezcan o no logren ser más productivas y /o competitivas, radica en la administración y el enfoque gerencial que se le da, pues muchos de los empresarios son personas que han surgido con base en experiencias, con conocimiento empíricos y por ello ante los retos del mercado y las exigencias del mismo, muestra gran inseguridad, rechazo y temor por la innovación.
- El estudio minucioso realizado en la convocatoria y selección de las microempresas, permite concluir que un 75% aproximadamente de las microempresas de la región son familiares.
- Otra razón del porque los negocios no prosperan o se estancan es debido al mal manejo financiero que existe en el interior de cada uno. Es decir, no existe un control sobre sus gastos y el dinero que ingresa al negocio es utilizado para gastos personales. Muchas de las microempresas asesoradas no contaban con una caja menor que le permitiera tener un dinero disponible solamente para aspectos de la microempresa, adicionalmente 9 de las 11 microempresas asesoradas desconocen la contabilidad de sus negocios, razón por la cual fue un tema relevante durante la asesoría.
- La fase diagnostica fue esencial para conocer los negocios, generar confianza con los empresarios y obtener de esta forma, calidad en la información recaudada. Esta fase es sin duda una de las principales y se podría decir que es de las más complejas, debido a que muchos empresarios temen que la asesoría sea un motivo para que entidades del gobierno recaigan sobre ellos o simplemente porque muchos requieren de ayuda y apoyo en sus negocios, pero no suministran la información real que se necesita; este proceso requiere de mucha paciencia y de capacidad para saber cómo lograr romper ese hielo y responder a los cuestionamientos que se presenten.
- Los seguimientos realizados una vez terminada la implementación dan como resultado gran conformidad con el programa y un alto interés para la continuidad del mismo, adicionalmente recalcan que el beneficio que recibieron por ser asociados a Coomultrasan Multiactiva con ninguna otra entidad lo habían obtenido, aspecto que permite consolidar a la cooperativa aun mas en el mercado santandereano.

- El desarrollo de estos programas es una forma indirecta de publicidad utilizada por la cooperativa, debido a que crea nuevas expectativas en los habitantes de Santander, razón por la cual nuevas personas querrán establecer vinculo alguno con Coomlutrasan para recibir los beneficios de los que son acreedores como asociados.

RECOMENDACIONES

- Es importante la continuidad en el Programa de Asesoría, Capacitación y Desarrollo Empresarial, debido a que existen muchas unidades de negocio en busca de personas capacitadas que atiendan y orienten las necesidades de sus microempresas.
- Se le recomienda a la Fundación Coomultrasan Multiactiva, iniciar un continuo acompañamiento con las microempresas que ya participaron en el programa, pero que debido al límite de tiempo no pudieron abarcar el total de sus requerimientos o les surgen dudas acerca de las estrategias implementadas en la fase culminada.
- Continuar con los seminarios de capacitación ofrecidos por la cooperativa, pero involucrando a los empresarios asesorados, debido a que permite el fortalecimiento de sus capacidades.
- Se recomienda que Coomultrasan Multiactiva contrate un profesional capacitado en temas de Asesoría Empresarial para que realice una fase posterior a la ejecutada, en la cual se de profundidad a temas y requerimientos claves en las microempresas, para lograr de esta forma, que ellas generen un impacto positivo en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- ACOPI. BusinessCol.com, Negociemos con Colombia, 10 años. Sección PYMES. Disponible en <http://www.businesscol.com/empresarial/pymes/>
- CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. Febrero de 2009. Bucaramanga. Disponible en http://www.camaradirecta.com/index.php?id_seccion=2&id=1
- CARDENAS, Juan Manuel. Miércoles 17 de Junio de 2009. Santander, tierra de microempresas. Disponible en <http://www.vanguardia.com/economia/local/31044-santander-tierra-de-microempresas>.
- COOMULTRASAN MULTIACTIVA, Departamentote Mercadeo. Portafolio de Servicios. Bucaramanga.
- GIRALDO, Beatriz Elena, Coordinadora Proyecto OCM. Abril 2007. Corporación para el Desarrollo de las Microempresas., Observatorio Colombiano de las Microempresas OCM. Estadística De la Microempresa en Colombia, Análisis Comparativo 1990-2005. Bogota D.C. Disponible en <http://www.microempresas.com.co/portal/observatorio/ESTADISTICASMICROEMPRESA-Revisfinal.pdf>
- GUZMÁN, Orlando. Proyecto Desarrollo Empresarial. Bucaramanga. Junio de 2008
- Norma Internacional. ISO 9000:2005. Sistemas de Gestión de la Calidad, Conceptos y Vocabulario. Disponible en <http://es.calameo.com/read/000011833f4979ffde25>. Recuperado el 30 de Septiembre 2009.
- Organización Mundial de la Salud. OMS. Enfermedades Trasmittidas por alimentos. Diciembre de 2009. Disponible en http://www.who.int/foodsafety/publications/newsletter/ferg_special_sp.pdf

- PARRA, Jorge. Planeación Estratégica Territorial, Matriz Dofa. Bogota D.C. Disponible en http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2008868/lecciones/capitulo_2/cap2lecc2_3.htm
- REYES, Maritza Fernanda y Molina, Claudia Yamile. Desarrollo Empresarial. Trabajo de Grado Ingeniería Industrial. Bucaramanga. Febrero de 2009.

ANEXOS

ANEXO A. FOLLETO BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA

Buenas Prácticas de Manufactura

El propósito de esta guía es transmitirle una serie de herramientas y recomendaciones que, una vez incorporadas a las actividades diarias de su negocio, pueden generar mejoras en la calidad de sus productos y en la forma en que se llevan a cabo las tareas.

Las características de este oficio requieren que sea atento y consciente de las responsabilidades que le corresponden: está fabricando un producto alimenticio tan importante como el pan y sus derivados. Las consecuencias de deficiencias en la elaboración, aunque a veces desconocidas, pueden ser de gravedad para la salud de sus clientes.



Material de Divulgación Gratuita y Absolutamente Educativo



Fundación Coomutrasan Multiactiva

Buenas Prácticas de Manufactura

BPM

Coomutrasan Multiactiva

Cll. 56 # 23 — 04 Piso 2

TELÉFONO: 6578565 - 3174013605



Buenas Prácticas de Manufactura

BPM



Fundación Coomutrasan Multiactiva

APOYA EL DESARROLLO EMPRESARIAL

Tel.: (555) 555 55 55



Recomendaciones de BPM

Las recomendaciones que aparecen a continuación son las básicas para cumplir con las BPM, y le darán la posibilidad de tener el lugar de trabajo en condiciones que posibiliten la elaboración de productos de calidad:

MATERIALES

- La tendencia indica que el acero inoxidable es el más conveniente. Asimismo debe evitarse, en todos los casos que sea posible, que la madera entre en contacto directo con los productos o materias primas.
- El motivo por el cual no se recomienda el uso de madera, es que ésta tiene grietas que pueden albergar un foco de contaminación y que no permite la realización de una adecuada limpieza y desinfección.

DISEÑO DEL LOCAL

- El lugar de trabajo debe estar diseñado de manera tal que asegure un espacio suficiente para colocar todos los equipos necesarios, el almacenamiento de los materiales, la circulación de la gente que está trabajando, y la posibilidad de realizar la limpieza y desinfección.

SUPERFICIES

Con este término nos referimos a pisos, paredes, techos o cielorrasos, mesadas, estructuras y accesorios elevados. Las superficies deben:

- Ser construidas con materiales impermeables, lavables, no absorbente, resistentes, antideslizantes, fáciles de limpiar y desinfectar.
- Estar libres de grietas, rajaduras y pintura descascarada.
- Estar pintadas de colores claros.
- Tener ángulos redondeados entre las paredes y los pisos y entre paredes y techos o cielorrasos, para facilitar las tareas de limpieza y desinfección. Deben evitarse las paredes revestidas con madera o ladrillo a la vista y los techos de chapa sin cielorraso ya que no son fáciles de limpiar.
- En el caso que haya escaleras, las mismas deben contar con alzadas y barandas ciegas que aseguren que no caiga polvo sobre los productos que se están elaborando.

La idea de todas estas recomendaciones es reducir al mínimo la acumulación de suciedad, la existencia de plagas y el desarrollo de microorganismos.

ILUMINACION

- La luz puede ser natural y/o artificial, pero debe permitir la realización de las tareas y no alterar la visión de los colores para que no comprometa la higiene de los productos.
- Los aparatos de iluminación más recomendados son los tubos fluorescentes por su bajo consumo, generan menos calor en el ambiente y poseen un mayor rendimiento luminoso.
- Las fuentes de luz artificial colgadas en el techo o adosadas a la pared en los lugares donde se manipulan los productos, tienen que garantizar inocuidad (que no caiga suciedad acumulada a los productos) y estar protegidas contra roturas (las protecciones pueden ser plásticas o mallas de metal).
- No se tienen que presentar cables colgando sobre la zona de elaboración. La instalación eléctrica puede ser externa o interna. En el caso que sea exterior a las paredes tienen que estar incluidas en caños aislantes, deben ser a prueba de agua y estar bien adosadas a paredes y techos.

VENTILACION

- En el lugar de trabajo el clima tiene que ser agradable, y en la medida de lo posible evitar acumulaciones de calor, condensaciones de vapor, y la acumulación de polvo. Todo esto se logra con una correcta ventilación.
- La dirección de la corriente de aire tiene que desplazarse de la zona limpia a la sucia.

ELIMINACION DE DESECHOS

En el local donde elabora sus productos se producen muchos desechos entre los que se encuentran: restos de materias primas, envases vacíos, cáscaras de huevos, recortes de masa, productos que no se cocinaron bien y todo aquello que queda como resabio del proceso y que no puede ser reutilizado. Para ello se deben seguir las siguientes recomendaciones:

- Los desechos deben eliminarse de la zona de manipulación y elaboración para que no se conviertan en focos de contaminación.
- Los recipientes que se usen para el almacenamiento de los desechos y los equipos o superficies que entraron en contacto con los mismos tienen que limpiarse y desinfectarse.

Es importante que haya suficiente cantidad de recipientes para desechos, que se usen sólo con ese fin y que estén debidamente identificados para evitar confusiones.

- El lugar donde se almacenen antes de ser sacados del local en el horario correspondiente, tiene que estar limpio, desinfectado y separado de la zona de elaboración.

HIGIENE Y DESINFECCION

La buena higiene implica limpiar bien y frecuentemente el local, los equipos (batidoras, amasadoras, etc) y utensilios (recipientes, bandejas, espátulas, palas, etc) para eliminar suciedad y restos de masa o producto que pueden servir como medio para que se desarrollen microorganismos.

- Después de limpiar se debe desinfectar.
- Para estar seguros de que se utilizan correctamente los productos de limpieza, hay que seguir las instrucciones que aparecen en las etiquetas.
- Todos los productos destinados a la limpieza y desinfección tienen que tener sanas las etiquetas para que todos sepan qué es, y deben ser guardados en un lugar adecuado, fuera de las zonas de almacenamiento de productos y materias primas o de la zona de elaboración.

PERSONAL

- Además de saber cómo elaborar los productos es necesario tener conocimientos de cómo hacer para minimizar los riesgos de contaminación por manipulación.
- Los guantes tienen que ser cambiados cuando se rompan y durante su uso deben ser mantenidos siempre limpios y desinfectados..
- Antes de comenzar el trabajo en la panadería, todo el personal tiene que dejar la ropa y los zapatos de calle en los vestuarios, así también sus accesorios personales para evitar el contacto con el producto o los equipos. Posteriormente deben colocarse su ropa de trabajo, la cual debe ser blanca o de colores claros y mantenerse en perfectas condiciones de higiene.
- El cabello largo tiene que ser recogido y estar dentro del gorro, las uñas tienen que estar cortas, limpias y sin esmalte.
- No se debe comer, beber, fumar y/o salivar en la zona de trabajo. Ni toser y/o estornudar sobre los productos.

ANEXO B. PANORAMA DE FACTORES DE RIESGO

PANORAMA DE FACTORES DE RIESGOS

Empresa: Ebanistería Martín Velazco
Dirección: Cll. 54 # 18 – 70
Teléfono: 6421913

Ubicación del Riesgo	Factor de Riesgo	Riesgo	Fuente	N° de Expuestos	T.E (Horas/Días)	Efectos para la Salud	Métodos de Control			GP	Int.1	GR	Int. 2	Observaciones
							Fuente	Medio	Individuo					
Taller de producción	Factores de Riesgo Mecánicos	amputaciones de	maquinas y/o	3	10	del cuerpo, problemas de	x		x	600	Medio	3000	Medio	
Taller de producción	Condiciones de Higiene: *Factores de Riesgo Químico. Aerosoles.	Sólidos	Residuos de madera. Aserrín. Proyección o desprendimiento de virutas	3	10	Alergias respiratorias, tos, disfonía, irritación de ojos y fosas nasales, asma, bronquitis crónica, rinitis, sinusitis, Cáncer nasal.		x	x					Alto
Taller de producción	Condiciones de Seguridad *Factores de riesgo locativos	Caidas al mismo nivel	Falta de orden y Aseo. Distribución del área de trabajo	3	10	Golpes severos, fracturas, torceduras, ematomas, esguinces, dislocaciones		x		70	Bajo	350	Bajo	
Taller de producción	Condiciones de Seguridad *Factores de riesgo Electricos	Alta Tension	Conexiones electricas. Maquinaria defectuosa.	3	10	Quemaduras por arco eléctrico, proyecciones de partículas, etc. Lesiones oftalmológicas (conjuntivitis, ceguera)	x	x		144	Bajo	720	Bajo	
Taller de producción	Condiciones de Higiene: *Factores de riesgo físico -Energía mecánica	Ruido	Taladro, maquinas de corte, sierra eléctrica, esmeril, etc	3	10	Estres, dolor de cabeza, Sordera, perdida progresiva de la audicion, dolor de oido	x							Medio
Taller de producción	Condiciones de Higiene: *Factores de riesgo químico	Gases y vapores	Pinturas, lacas, tinner, alcohol, barnices etc.	3	10	Dolor de Cabeza, rinitis, mareos, nauseas			x					Medio
Taller de producción	Condiciones de Seguridad: *Factores de riesgo físico	Incendio – Explosiones	Gasolina, envasado y mezcla de pinturas, etc	3	10	Muerte, deformaciones corporales, cicatrices, quemaduras, lesiones cutaneas, etc		x		140	Bajo	700	Bajo	
Taller de producción	Condiciones ergonómicas *Factores de riesgo por carga física Carga Dinámica	Esfuerzos	Tamaño y peso de objetos. Traslado y entrega de mercancía. Peso y cantidad de la materia prima.	3	10	Hernias, estasis venosas, esguinces, fracturas y desviaciones de columna			x					Alto
Taller de producción	Condiciones sicolaborales *Factores de riesgo sicolaborales	Organización del tiempo de trabajo	Realización de turnos extras sin remuneración	3	10	Estrés, cansancio y baja productividad		x						Medio

ANEXO C. FOLLETO LEGISLACIÓN Y CONSTITUCIÓN EMPRESARIAL – PERSONA NATURAL

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 Coomulturas Multiactiva
APOYA EL DESARROLLO EMPRESARIAL

Piedecuesta
Construye su
Futuro



CAMARA
DEL COMERCIO DE CUSAMAQUA



LEGALIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN EMPRESARIAL

PERSONA NATURAL



CAMARA
DEL COMERCIO DE CUSAMAQUA

centro de
atención
empresarial



Fundación Coomulturas 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 PIEDIECUESTA

ANEXO D. FOLLETO LEGISLACIÓN Y CONSTITUCIÓN EMPRESARIAL – PERSONA JURÍDICA

¿COMO SE EFECTÚA LA MATRÍCULA DE LA EMPRESA UNIPERSONAL?

1. Acceder a la página www.sintramites.com y realizar la consulta de nombre comercial con el que piensa identificar la empresa, con el fin de verificar que no se encuentre inscrito un nombre igual al elegido.
2. Diligenciar el formulario de Registro Único Empresarial (uno por cada establecimiento que pretenda matricular) y el anexo DIAN.
3. Diligenciar la inscripción del RUT ante la DIAN.
4. Los formularios antes mencionados, deben estar firmados por el Representante Legal.
5. Presentar en la ventanilla, formularios, copia del documento de constitución (si el documento es privado debe estar reconocido por el empresario ante juez o notario o presentado personalmente ante la Cámara de Comercio. Si para la constitución se aportan bienes, inmuebles, la constitución de la empresa debe hacerse por escritura pública para la tradición del bien e inscribirse primero en la oficina de registro de instrumentos públicos), recibo de pago de impuestos de registro.
6. Carta de aceptación de(l) administrador(es) indicando documento de identidad, si no consta en el documento de constitución.

NOTA: Una vez la empresa haya obtenido la matrícula mercantil debe solicitar el registro de los libros para su funcionamiento y contabilidad (mayor y balances, diario, inventarios)

Material de Divulgación Gratis y Absolutamente Educativo



LEGALIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN EMPRESARIAL

PERSONA JURÍDICA



Cámara de Comercio de Piedecuesta
Calle 9 No 6 - 63 Tel: (7) 6556105 - 6542000



centro de atención empresarial



Teléfono: 6578565 - 6434204 ext. 1104

PERSONA JURÍDICA

DEFINICIÓN

Persona Jurídica es una empresa que ejerce derechos y cumple obligaciones a nombre de ésta.

Al constituir una empresa como Persona Jurídica, es la empresa (y no el dueño) quien asume todos los derechos y las obligaciones de la empresa.

Lo que implica que las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa, están garantizadas y se limitan sólo a los bienes que pueda tener la empresa a su nombre (tanto capital como patrimonio).



VENTAJAS

- Tiene responsabilidad limitada, es decir, el dueño o los dueños de la empresa, asumen sólo de forma limitada la responsabilidad por las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa, las cuales solo se garantizan con los bienes, capital o patrimonio que pueda tener la empresa.
- Mayor disponibilidad de capital, ya que este puede ser aportado por varios socios.
- Mayores posibilidades de poder acceder a créditos financieros, los bancos o entidades financieras se muestran más dispuestos a conceder préstamos a Persona Jurídicas antes que a Persona Naturales.

DESVENTAJAS

- Mayor dificultad al momento de constituirla, presenta una mayor cantidad de trámites y requisitos.

- Requiere de una mayor inversión para su constitución.
- Se les exige llevar y presentar una mayor cantidad de documentos contables.
- La propiedad, el control y la administración pueden recaer en varias personas (socios).
- Presenta una mayor cantidad de restricciones al momento de querer ampliar o reducir el patrimonio de la empresa.
- Presenta una mayor dificultad para liquidarse o disolverse.

EMPRESA UNIPERSONAL

Una empresa unipersonal es una persona jurídica independiente del constituyente o empresario, que surge con la inscripción en la Cámara de Comercio, mediante la cual, una persona natural o jurídica que reúne las cualidades requeridas para ejercer el comercio podrá destinar parte de sus activos para la realización de una o varias actividades de carácter mercantil a través de ella.

CONSTITUCIÓN

La empresa unipersonal podrá constituirse mediante documento privado o escritura pública, de conformidad con el artículo 72 de la ley 222 de 1995, el cual deberá contener como mínimo:

1. Nombre, identificación, domicilio y dirección del empresario.
2. Denominación o razón social de la empresa, seguida de la expresión "Empresa Unipersonal" o de su sigla E.U., en caso de faltar esta expresión el empresario responderá ilimitadamente.
3. El domicilio de la empresa.
4. El término de duración, si este no fuere indefinido.
5. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que el empresario indique que la empresa podrá realizar cualquier acto lícito de comercio.

dades principales, a menos que el empresario indique que la empresa podrá realizar cualquier acto lícito de comercio.



6. El monto del capital, haciendo una descripción pormenorizada de los bienes aportados en especie con la estimación de su valor.
7. El número de cuotas de igual valor nominal que está dividido el capital de la empresa.
8. La forma de administración y facultades de sus administradores, nombre y documento de identidad de los administradores, el empresario puede ser el mismo administrador.
9. Cuando sea el caso se debe dejar la constancia de delegación de la administración, indicando el cargo en el cual se le delegó, el nombre y documento de identidad de la(s) persona(s) en que se delegó y la constancia de aceptación del cargo. Mientras se mantenga dicha delegación, el empresario no podrá realizar actos o contratos a nombre de la empresa.



Fundación Coomultrasan Multiactiva

APOYA EL DESARROLLO EMPRESARIAL

ANEXO E. FORMATO DE CONTABILIDAD DE CAJA – CREATIVE ADVENTURE ([Ver Formato Excel](#))

 			FORMATO DE CONTABILIDAD DE CAJA		
FECHA	CONCEPTO	CATEGORIA (Ingreso / Egreso)	INGRESOS	EGRESOS	SALDO
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -

ANEXO F. ESTADO DE CARTERA - [\(Ver Formato Excel\)](#)

ESTADO DE CARTERA

CORTE

31 de oct de 09

NOMBRE DEL CLIENTE	FACTURA	FECHA	VALOR	ABONOS	SALDO	DIAS EN MORA	1 A 30 DIAS	31 A 60 DIAS	61 A 90 DIAS	91 A 180 DIAS	181 A 360 DIAS	MAS DE 360 DIAS		
				\$	-	40.117	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
				\$	-	40.117	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
				\$	-	40.117	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
				\$	-	40.117	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
				\$	-	40.117	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
				\$	-	40.117	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
				\$	-	40.117	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
				\$	-	40.117	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
				\$	-	40.117	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
				\$	-	40.117	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
				\$	-	40.117	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
				\$	-	40.117	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
				\$	-	40.117	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
				\$	-	40.117	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
				\$	-	40.117	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
				\$	-	40.117	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
				\$	-	40.117	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
				\$	-	40.117	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
				\$	-	40.117	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
				\$	-	40.117	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
				\$	-	40.117	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
				\$	-	40.117	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
				\$	-	40.117	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
TOTALES			\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
TOTAL CARTERA														
PROVISION DE CARTERA 90 DIAS 5%		5%					\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
PROVISION DE CARTERA 180 DIAS 10%		10%								\$	-			
PROVISION DE CARTERA 360 DIAS 15%		15%									\$	-		
PROVISION DE CARTERA +360 DIAS 15%		15%										\$	-	
TOTAL PROVISION									\$					-

ANEXO G. FOLLETO ENFERMEDADES TRANSMITIDAS POR ALIMENTOS

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 macarrón; 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 misma, son aquellos involucrados en el envenenamiento de este tipo.



Material de Divulgación Gratís y Absolutamente Educativo



ENFERMEDADES TRANSMITIDAS POR ALIMENTOS

ETAS



Fundación Coomultrasan Multiactiva

Programa de Asesoría Capacitación
y Desarrollo Empresarial

Diseñado: Mónica Flatinrnsky Cárdenas
María Isabel Linares Perales

Coomultrasan Multiactiva

Cil. 56 # 23 - 04 Piso 2

TELEFONO: 6578565 - 3174013605



Fundación Coomultrasan Multiactiva

APOYA EL DESARROLLO EMPRESARIAL.

Tel: 6578565—317 4013605



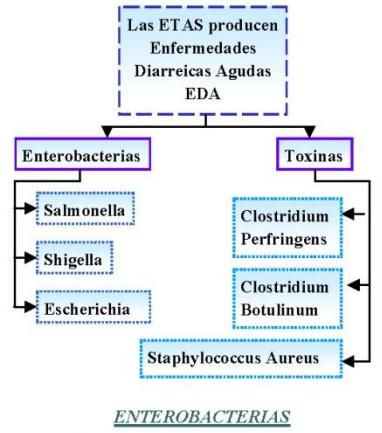
¿ QUE SON LAS ETAS ?

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 si mismo daño.
- Intoxicaciones:** son producidas por la ingestión de toxinas.



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 H. FOLLETO ¿Cómo prevenir las ETAS?

ALIMENTACION SANA

Es importante que el higiene en los alimentos suja 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 saludables, 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.



¿Cómo Prevenir las ETAS?

“PREVENIR ES MUY FACIL”



Fundación Coomultrasan Multisectorial

Programa de Asesoría Capacitación y Desarrollo Empresarial

Ubicada: Mónica Flores y Catalina María La Ballena Perak

PREVENIR ES MUY FACIL

COOMULTRASAN MULTISectorial
Cil 56 # 23 - 04 Piso 2

TELEFONO: 6578565 - 3174013605

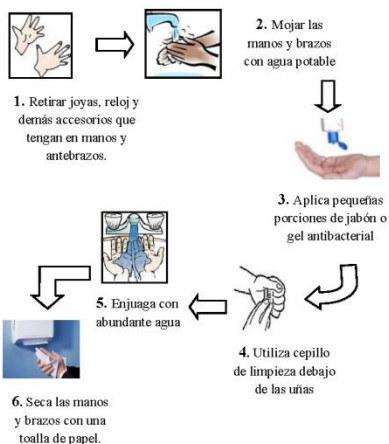


Fundación Coomultrasan Multisectorial

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 escorra 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 si entran a correr los mismo 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 periodo 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 no podrán estar las tortillas o las comidas con salsas a base de huevo.



ANEXO I. FOLLETO LA DIVERSIFICACIÓN Y SU IMPORTANCIA

¿QUE ES DIVERSIFICAR?

Diversificar es desarrollar nuevos productos para nuevos mercados de forma complementaria. Estos productos pueden estar relacionados o no con los existentes.

Otra definición de Diversificación consiste en el proceso por el cual una empresa pasa a ofertar nuevos productos y entra en nuevos mercados, por la vía de las adquisiciones corporativas o invirtiendo directamente en nuevos negocios.

Diversificar → **Desarrollo empresarial**
↓
Presencia empresarial en diversas actividades.

** La empresa diversificada es aquella que actúa en más de un negocio o actividad*.*



La Diversificación y su Importancia

CALZADO DAYARI



Fundación Coomultrasan Multiactiva

CALZADO DAYARI

Cl. 8 Norte No. 4 — 50
Piedecuesta, Santander
Teléfono: 6 550525



Fundación Coomultrasan Multiactiva
APOYA EL DESARROLLO EMPRESARIAL.

Tel: 6578565—317 4013605

RAZONES PARA DIVERSIFICAR

- Desarrollar una mejor posición competitiva mediante la expansión hacia nuevos mercados con nuevos productos.
- Mejorar la rentabilidad y recuperar la inversión mediante una mayor utilización de la maquinaria adquirida.
- Reducir la dependencia de mercados, productos y compradores.
- Atender nuevas necesidades, lo que genera mayores clientes e incremento en las ventas.
- Disminución del riesgo global de la empresa.
- Clientes propios.
- Mayor destreza y experiencia gerencial.
- Sistema de distribución propio, sin intermediarios.
- Las diferentes líneas de producción pueden estabilizar los beneficios a largo plazo.
- Incremento de la capacidad para resistir las dificultades mientras se consolidan las nuevas líneas de producción.



TIPOS DE DIVERSIFICACION

DIVERSIFICACION RELACIONADA

Es la relación que existe entre las antiguas y nuevas actividades de la empresa.

Esta relación puede ser por medio de los recursos comunes utilizados en las actividades productivas, por los canales de distribución similares, por los mercados de igual enfoque o por la maquinaria y la mano de obra compartida.

- **Diversificación Vertical:** colocar los productos que tengan relación con el sector base de la empresa y con su actividad económica, es decir, en este caso la empresa se convierte en su propio proveedor o cliente realizando actividades que antes eran hechas con operaciones de mercado.
- **Diversificación Horizontal:** Venta de nuevos productos en mercados similares a los tradicionales de la empresa.
- **Diversificación Concéntrica:** Cuando la empresa produce nuevos productos, relacionados o no tecnológicamente con los anteriores, y los vende en nuevos mercados similares o diferentes de los tradicionales.

“ Los nuevos productos a producir deben mantener una relación con la situación actual de la empresa, aprovechando los conocimientos, las habilidades y los recursos disponibles en ella ”



DIVERSIFICACION NO RELACIONADA

Cuando una empresa incluye actividades productivas sin relación alguna entre ellas, es decir, no se mantiene una

relación con la situación actual de la empresa porque los nuevos productos y/o mercados no mantienen ninguna relación con los tradicionales; adicional, las actividades logísticas de producción o comercialización no se pueden realizar de forma compartida, pues el énfasis de este tipo de diversificación es el Financiero, ya que se confía en unas competencias que no son específicas de los factores de éxito de un mercado ya establecido.

Desarrollo de productos, cuando la empresa desarrolla nuevos productos para ampliar su nivel de segmentación, que pueden ser sustitutivos, complementarios, racionalizaciones o modificaciones de los existentes. Esta estrategia es muy habitual en el mundo de la moda.

Que sucede en Colombia...

Es importante incluir que en Colombia se está brindando mucho apoyo, en especial a las Mipymes, con el fin de incentivar a que exporten a diferentes países y poder así, fortalecer la estrategia exportadora del país, la cual abarca 3 partes: agilizar las negociaciones de acuerdos comerciales; realizar antes de finalizar el año, 31 eventos de promoción por parte de Proexport la cual está enfocada al apoyo de las Mipyme y de aquellas empresas que necesitan fortalecer su proceso de diversificación de mercados; y la puesta en marcha de nuevos cupos especiales de crédito de Bancoldex por 1,5 billones de pesos, para apoyar la diversificación de mercados y respaldar a las firmas exportadoras y no exportadoras.

CALZADO DAYARI

Cl. 8 Norte No. 4 — 50
Piedecuesta, Santander

Teléfono: 6 550525



ANEXO J. FOLLETO ESTÁNDARES DE CALIDAD

NUESTRA TIERRA...

Santander es un departamento que cuenta con los recursos básicos para desarrollar una producción de calzado que permita incursionar competitivamente en el segmento de calidad media y alta; basada en la disponibilidad de cueros de diferentes gamas, en la capacidad y experiencia de nuestras costumbres, en la buena calificación y especialización de la mano de obra, todo esto, sumado a la rica tradición artesanal y diseño local, es lo que ha permitido posicionar al departamento como un gran productor en el sector de calzado.



CALZADO DAYARI

Cl 8 Norte No. 4 — 50

Teléfono: 6 550525



ESTANDARES DE CALIDAD

CALZADO DAYARI



Tel: 6 578565—317 4013605

¿Porque un buen Calzado?

La imagen proyectada de los zapatos siempre supone una garantía de buena calidad. Un producto mal elaborado y sin el cumplimiento de los estándares mínimos, sólo se puede vender a un cliente una sola vez, por esta razón, las buenas marcas de zapatos llevan aproximadamente veinte años en el mercado y han logrado un posicionamiento y fidelidad entre sus clientes.

La fabricación de calzado empleando material con deficiencias y sin cumplir con las especificaciones técnicas, como, la calidad en el cuero, grosor de la suela o la resistencia a la fricción con el pavimento, pueden acarrear serias complicaciones para la salud de los clientes y para la rentabilidad y prestigio de la empresa. Por esta razón, es muy importante conocer el tipo de cuero que se utilizará para mejorar sus características y controlar objetivamente la producción. Lo esencial de esto, es promover unas especificaciones de calidad que satisfagan las exigencias de uso de cada cliente, sin perder el valor estético del producto.

ALGUNAS DEFINICIONES

CALIDAD:

Conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer unas necesidades expresas o implícitas.

CONTROL DE CALIDAD:

Técnicas y actividades de carácter operativo utilizadas para satisfacer los requisitos relativos a la calidad.



CALIDAD EN EL DISEÑO

La calidad en el diseño es básica porque los defectos que se presenten, no se podrán eliminar en la etapa de producción.



CONTROL DE LAS COMPRAS

Es indispensable realizar permanente evaluación y selección de los proveedores de materias primas, manteniendo registros de la calidad de sus productos y servicio prestado. Las compras al proveedor aceptado deben estar acompañadas de documentación que describa el producto y aporte datos sobre el tipo, las especificaciones y las instrucciones de uso del mismo.

IDENTIFICACION Y TRAZABILIDAD DEL PRODUCTO

Es importante identificar de manera única todos los lotes del producto fabricado y los de materia prima o partes empleadas en la fabricación.

Es importante que se reconozca un producto defectuoso, con el fin de que se pueda identificar la causa que ha originado el problema, ya sea en la materia prima o en la mano de obra.

CONTROL DE LOS PROCESOS

Se debe contar con procedimientos escritos que definan la forma de producir, de cómo manejar las máquinas y los criterios para la ejecución de las tareas de cada empleado. Igualmente es necesario disponer de los equipos de producción adecuados y procedi-

mientos de mantenimiento para asegurar la continuidad de la capacidad del proceso.

INSPECCION Y ENSAYOS

Se deben establecer y mantener procedimientos por escritos sobre la manera de analizar y ensayar las materias primas provenientes de los proveedores, los productos intermedios que se elaboran y los productos finales del proceso de fabricación.

ESTADO DE LOS PRODUCTOS

Se debe identificar adecuadamente el estado de los productos, asegurando que solo los que estén aprobados y aptos puedan ser despachados al cliente.

ACCIONES CORRECTIVAS Y PREVENTIVAS

Las Acciones Correctivas son aquellas que se implementan cuando se descubre un producto defectuoso o se presenta una queja por parte de un cliente. Las Acciones Preventivas se deben realizar cuando se descubren causas de posibles imperfecciones en los productos.

EMPAQUE Y ENTREGA

Se deben establecer procedimientos por escrito sobre la forma de manejar los productos en el momento de ser empacados, con el fin de que no pierdan su estructura y diseño. De igual forma se debe establecer la forma de cómo se entregarán los productos terminados al cliente, para que el proceso de entrega no se deterioren, rompan o arruguen las cajas de empaque donde se encuentran los productos.

CALZADO DAYARI

Cl. 8 Norte No. 4 — 50