

**ASESORIA EMPRESARIAL A TRES MICROEMPRESARIOS DEL ORIENTE DE
CALI DEL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA BAJO LA
METODOLOGIA DESARROLLADA POR LA FUNDACIÓN CARVAJAL**



VIVIANA OLAYA ORDOÑEZ

Código: 0748212

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA DE CONTADURIA PÚBLICA
CALI
2014

**ASESORIA EMPRESARIAL A TRES MICROEMPRESARIOS DEL ORIENTE DE
CALI DEL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA BAJO LA
METODOLOGIA DESARROLLADA POR LA FUNDACIÓN CARVAJAL**

VIVIANA OLAYA ORDOÑEZ

Código: 0748212

Trabajo de grado para optar al título de:

Contador Público

DOCENTE TUTOR

SANDRA ESMERALDA ESPAÑA BASTIDAS

Directora trabajo de grado

UNIVERSIDAD DEL VALLE

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE CONTADURIA PÚBLICA

CALI

2014

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Santiago de Cali, Diciembre de 2014

DEDICATORIA

A Dios y a mi familia, porque sin Dios no hay nada, y la familia lo es todo.

A mi esposo José Miguel por su amor, por su apoyo y paciente espera.

A mi amado hijo Juan Miguel, quien me prestó el tiempo que le pertenecía y me motivó siempre con sus sonrisas, con sus inocentes palabras, con sus besos y abrazos.

A las personas que más admiro: Mi madre Floralba Ordoñez y mi padre Tony Olaya Pulecio por su apoyo, consejo, compañía y buen ejemplo.

A mi hermano Jonathan Andrés Olaya que desde el cielo me acompaña y quien en vida expresó su respeto y admiración por mi lucha.

A mi querida hermana Ivonne Andrea Olaya por confiar en mí, por sus consejos y apoyo.

AGRADECIMIENTOS

A Dios y mi familia por su acompañamiento y fortaleza.

A la Universidad del Valle por haberme permitido ser parte de ella durante todos estos años y a todos los profesores que contribuyeron a mi formación como profesional.

A la Fundación Carvajal que me brindo las herramientas para desarrollar la práctica y la oportunidad de conocer personas maravillosas que dejaron una gran enseñanza en mi vida.

A la profesora Sandra España Bastidas, Directora de trabajo de grado, por su amabilidad, consejo, apoyo, motivación, confianza, respeto y orientación para desarrollar el trabajo de grado y quien fue fundamental en todo mi proceso.

A Carolina Manzano, asesora de la fundación Carvajal y tutora en la orientación del desarrollo de mi práctica.

A mis queridas microempresarias Gloria Jiménez, Francisca Asprilla y María Yuly Angulo que compartieron conmigo sus experiencias empresariales y me abrieron las puertas no solo de sus negocios sino también de sus vidas y dejaron grandes enseñanzas en mi ser.

A mis amigos y compañeros por los grandes momentos vividos que nunca olvidaré y por el conocimiento y experiencias compartidas.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN.....	18
INTRODUCCIÓN	19
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	21
1.1 DEFINICION DEL PROBLEMA	21
1.1.1 Antecedentes	21
1.1.2 Descripción del problema de investigación.	23
1.1.3 Formulación del problema de investigación.	25
1.2 OBJETIVOS.....	25
1.2.1 Objetivo general.	25
1.2.2 Objetivos específicos.....	25
1.3 JUSTIFICACIÓN	26
1.4 DISEÑO METODOLOGICO	27
1.4.1 Tipo de investigación.....	27
1.4.2 Método.	27
1.4.3 Técnicas de investigación	29
1.4.3.1 Fuentes primarias	29
1.4.3.2 Fuentes secundarias.....	30
2. MARCO REFERENCIAL	31
2.1 MARCO TEORICO	31
2.2 MARCO CONCEPTUAL.....	35
2.3 MARCO CONTEXTUAL	36
2.3.1 Localización.....	36
2.3.2 División Política.....	37
2.3.3 Demografía.....	38
2.3.4 Vivienda	38
2.3.5 Salud.....	39
2.3.6 Educación	40
2.3.7 Uso del suelo.....	41
2.3.8 Cultura.....	42

2.3.9	Economía	43
3.	RESULTADOS DE LA INTERVENCION.....	44
3.1	ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA MICROEMPRESA LAS DELICIAS A & Y	44
3.1.1	Datos Generales	44
3.1.2	Perfil del empresario	44
3.1.3	Reseña histórica.....	45
3.1.4	Área de Costos	46
3.1.5	Área contable y financiera	53
3.1.5.1	Balance General Inicial y Final:	53
3.1.5.2	Estado de Resultados.....	56
3.1.5.3	Razones e indicadores financieros	60
3.1.6	Área de mercadeo	61
3.1.7	Área legal, laboral y tributaria	79
3.1.8	Área administrativa.....	82
3.1.9	Área de Producción	86
3.2	ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE MICROEMPRESARIA GLORIA DOMINGA JIMENEZ	93
3.2.1	Datos Generales	93
3.2.2	Perfil del empresario	93
3.2.3	Reseña histórica.....	94
3.2.4	Área de Costos	94
3.2.5	Área contable y financiera	101
3.2.5.1	Balance General Inicial	102
3.2.5.2	Razones e indicadores financieros	105
3.2.6	Área de mercadeo	106
3.2.7	Área legal, laboral y tributaria	112
3.2.8	Área administrativa.....	117
3.2.9	Área de Producción	121
3.2.10	Apoyo social.....	129

3.3	ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE MICROEMPRESA SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA	132
3.3.1	Datos Generales	132
3.3.2	Perfil del empresario	133
3.3.3	Reseña histórica	133
3.3.4	Área de Costos	134
3.3.5	Área contable y financiera	141
3.3.5.1	Balance General Inicial y Final:	142
3.3.5.2	Estado de Resultados	152
3.3.5.3	Razones e indicadores financieros	155
3.3.6	Área de mercadeo	158
3.3.7	Área legal, laboral y tributaria	174
3.3.8	Área administrativa	179
3.3.9	Área de Producción	182
4	PLAN DE ACCIÓN Y PROPUESTAS DE MEJORAMIENTO	190
4.1	MICROEMPRESA LAS DELICIAS A & Y	190
4.1.1	Área de costos	190
4.1.2	Área contable y financiera	191
4.1.3	Área de mercadeo	192
4.1.4	Área de administración	193
4.1.5	Área de producción	194
4.1.6	Área legal, tributaria y laboral	195
4.2	GLORIA DOMINGA JIMENEZ SINISTERRA	196
4.2.1	Área de costos	196
4.2.2	Área contable y financiera	197
4.2.3	Área de mercadeo	198
4.2.4	Área de administración	199
4.2.5	Área de producción	200
4.2.6	Área legal, tributaria y laboral	201
4.3	SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA	202
4.3.1	Área de costos	202

4.3.2	Área contable y financiera	203
4.3.3	Área de mercadeo	205
4.3.4	Área de administración	207
4.3.5	Área de producción	208
4.3.6	Área legal, tributaria y laboral	209
5.	CONCLUSIONES	210
6.	RECOMENDACIONES	215
	BIBLIOGRAFIA.....	216
	ANEXOS.....	218

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Modelo de Atención integral.....	28
Cuadro 2. Matriz DOFA (David 1997).....	34
Cuadro 3. Barrios comuna 15.....	38
Cuadro 4. Distribución poblacional por edades comuna 15.....	38
Cuadro 5. Centros educativos comuna 15.....	40
Cuadro 6. Datos Generales de LAS DELICIAS A & Y	44
Cuadro 7. Fortalezas y debilidades en el área de Costos de la Microempresa Las Delicias A & Y.....	47
Cuadro 8. Debilidades y fortalezas en el área de contable de la Microempresa Las Delicias A & Y.....	53
Cuadro 9. Debilidades y fortalezas en el área de mercadeo de la Microempresa Las Delicias A & Y.....	62
Cuadro 10. Cotización Uniformes Dotaciones Industriales Margarita Giraldo.....	65
Cuadro 11. Proveedores actuales y posibles Las Delicias A & Y.	68
Cuadro 12. Análisis de la competencia Las Delicias A & Y.	69
Cuadro 13. Debilidades y fortalezas área legal, laboral y tributaria Las Delicias A & Y.....	79
Cuadro 14. Debilidades y fortalezas área administrativa Las Delicias A & Y.....	82
Cuadro 15. Debilidades y fortalezas área de producción Las Delicias A & Y....	86
Cuadro 16. Datos Generales Gloria Dominga Jiménez.....	93
Cuadro 17. Fortalezas y debilidades en el área de Costos de la Microempresa Gloria Dominga Jiménez.....	95
Cuadro 18. Debilidades y fortalezas en el área de contable de la Microempresa Gloria Dominga Jiménez.....	101
Cuadro 19. Debilidades y fortalezas en el área de mercadeo de Gloria Dominga Jiménez.....	106
Cuadro 20. Proveedores actuales Gloria Dominga Jiménez.....	110
Cuadro 21. Análisis de la competencia comparado con el negocio de Gloria Dominga Jiménez.....	111
Cuadro 22. Debilidades y fortalezas área legal, laboral Gloria Jiménez.....	112
Cuadro 23. Debilidades y fortalezas área administrativa Gloria Jiménez.....	117
Cuadro 24. Debilidades y fortalezas área de producción Gloria Jiménez.	121
Cuadro 25. Datos Generales de SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA....	132
Cuadro 26. Fortalezas y debilidades en el área de Costos de la Microempresa Sala de Manos y Pies Franshesca.....	134
Cuadro 27. Debilidades y fortalezas en el área de contable de la Microempresa Sala de Manos y Pies Franshesca.....	141
Cuadro 28. Informe de cartera por cliente Sala de Manos y Pies Franshesca..	148
Cuadro 29. Informe de cartera por cliente Sala de Manos y Pies Franshesca..	151

Cuadro 30. Debilidades y fortalezas en el área de mercadeo de la Microempresa Sala de Manos y Pies Franshesca.....	158
Cuadro 31. Cotizaciones Sala de manos y pies Franshesca	163
Cuadro 32. Proveedores actuales Sala de Manos y Pies Franshesca.....	164
Cuadro 33. Análisis de la competencia Sala de Manos y Pies Franshesca.....	165
Cuadro 34. Debilidades y fortalezas área legal, laboral y tributaria Sala de Manos y Pies Franshesca.....	175
Cuadro 35. Debilidades y fortalezas área administrativa Sala de Manos y Pies Franshesca.....	179
Cuadro 36. Debilidades y fortalezas área de producción Sala de Manos y Pies Franshesca.....	183
Cuadro 37. Plan de acción y logros área de costos las Delicias A & Y.....	190
Cuadro 38. Plan de acción y logros área contable y financiera las Delicias A & Y.....	191
Cuadro 39. Plan de acción y logros área de mercadeo Delicias A & Y.....	192
Cuadro 40. Plan de acción y logros área de administración las Delicias A & Y...	193
Cuadro 41. Plan de acción y logros área de producción las Delicias A & Y.....	194
Cuadro 42. Plan de acción y logros área legal, tributaria y laboral Las Delicias A&Y.....	195
Cuadro 43. Plan de acción y logros área de costos Gloria Jiménez.....	196
Cuadro 44. Plan de acción y logros área contable y financiera Gloria Jiménez..	197
Cuadro 45. Plan de acción y logros área de mercadeo Gloria Jiménez.....	198
Cuadro 46. Plan de acción y logros área de administración Gloria Jiménez.....	199
Cuadro 47. Plan de acción y logros área de producción Gloria Jiménez.....	200
Cuadro 48. Plan de acción y logros área legal, tributaria y laboral Gloria Jiménez.....	201
Cuadro 49. Plan de acción y logros área de costos Sala de manos y pies Franshesca.....	202
Cuadro 50. Plan de acción y logros área contable y financiera Sala de manos y pies Franshesca.....	203
Cuadro 51. Plan de acción y logros área de mercadeo Sala de manos y pies Franshesca.....	205
Cuadro 52. Plan de acción y logros área de administración Sala de manos y pies Franshesca.....	207
Cuadro 53. Plan de acción y logros área de producción Sala de manos y pies Franshesca.....	208
Cuadro 54. Plan de acción y logros área legal, tributaria y laboral Sala de manos y pies Franshesca.....	209
Cuadro 55. Cambios logrados con la intervención LAS DELICIAS A & Y.....	212
Cuadro 56. Cambios logrados con la intervención Gloria Jiménez sinisterra....	213
Cuadro 57. Cambios logrados con la intervención Sala de Manos y Pies Franshesca.....	214

LISTA DE ILUSTRACIONES

	Pág.
Ilustración 1. Mapa de la Comuna 15.....	37
Ilustración 2. Empresaria María Yuly Angulo.....	44
Ilustración 3. Punto de Venta Las Delicias A & Y.....	46
Ilustración 4. Cuaderno contable y carpeta Las Delicias A & Y.....	59
Ilustración 5. Ubicación Geográfica de los clientes Las Delicias A & Y.....	63
Ilustración 6. Productos Las Delicias A & Y.....	63
Ilustración 7. Diseño imagen corporativa Las Delicias A & Y.....	65
Ilustración 8. Diseño dotación de uniformes.....	66
Ilustración 9. Pantalla consulta homonimia Las Delicias A & Y.....	80
Ilustración 10. Proceso administrativo.....	83
Ilustración 11. Principales aspectos proceso productivo Las Delicias A & Y.....	87
Ilustración 12. Maquinaria y Equipo Las Delicias A & Y.....	88
Ilustración 13. Distribución de la planta de producción.....	89
Ilustración 14. Distribución de la planta y punto de venta barrio el Diamante.....	89
Ilustración 15. Distribución de la planta de producción 3D.....	90
Ilustración 16. Diagrama de Flujo Hojaldras.....	91
Ilustración 17. Diagrama de Flujo Buñuelos.....	92
Ilustración 18. Proceso elaboración Pandebono en el punto de venta.....	92
Ilustración 19. Empresaria Gloria Dominga Jiménez.....	93
Ilustración 20. Punto de venta Gloria Dominga Jiménez.....	94
Ilustración 21. Ubicación geográfica de los clientes Gloria Jiménez.....	107
Ilustración 22. Productos de Gloria Jiménez.....	108
Ilustración 23. Ubicación negocio Gloria Jiménez.....	109
Ilustración 24. Pantalla consulta RUE registro cámara de comercio Gloria Jiménez.....	113
Ilustración 25. Pantalla autoliquidación Cámara de Comercio Gloria Jiménez.....	114
Ilustración 26. Carné manipulación Gloria Dominga Jiménez.....	116
Ilustración 27. Proceso Administrativo Gloria Jiménez.....	118
Ilustración 28. Principales aspectos proceso productivo Gloria Jiménez.....	122
Ilustración 29. Planta producción Gloria Jiménez.....	123
Ilustración 30. Distribución de la planta de producción Gloria Jiménez.....	124
Ilustración 31. Distribución de la planta de producción y local en 3D.....	125
Ilustración 32. Maquinaria y Equipo Gloria Jiménez.....	126
Ilustración 33. Proceso producción masitas Gloria Jiménez.....	127
Ilustración 34. Proceso producción Hojaldras Gloria Jiménez.....	128
Ilustración 35. Diagrama de Flujo Masitas.....	128
Ilustración 36. Diagrama de Flujo Hojaldras.....	129
Ilustración 37. Empresaria Francisca Asprilla.....	133
Ilustración 38. Cuaderno contabilidad y carpeta Sala de Manos y pies Franshesca.....	144
Ilustración 39. Ubicación Geográfica de los clientes.....	159

Ilustración 40. Diseño imagen corporativa.....	160
Ilustración 41. Diseño tarjeta de presentación Sala de Manos y Pies Franshesca.....	161
Ilustración 42. Pantallazo consulta homonimia Sala de manos y pies Franshesca.....	176
Ilustración 43. Pantallazo asignación cita DIAN.....	178
Ilustración 44. Proceso Administrativo.....	180
Ilustración 45. Principales aspectos proceso productivo.....	184
Ilustración 46. Maquinaria y Equipo Sala de manos y pies Franshesca.....	185
Ilustración 47. Local Sala de manos y pies Franshesca.....	186
Ilustración 48. Distribución de la planta de producción.....	187
Ilustración 49. Diagrama de Flujo Manicure y Pedicure.....	188
Ilustración 50. Proceso servicio de manicure y pedicure.....	189

LISTA DE TABLAS

Pág.

Tabla 1. Estado de pérdidas y ganancias por costos Septiembre de 2014 de la Microempresa Las Delicias A & Y.....	47
Tabla 2. Margen de contribución Las Delicias A & Y.....	48
Tabla 3. Costos Fijos y Gastos Administrativos Las Delicias A & Y.....	49
Tabla 4. Sueldo empresario Las Delicias A & Y.....	50
Tabla 5. Costos Variables Las Delicias A & Y.....	51
Tabla 6. Ventas semanales Las Delicias A & Y.....	52
Tabla 7. Punto de equilibrio Las Delicias A & Y.....	52
Tabla 8. Balance General Inicial Las Delicias A & Y.....	54
Tabla 9. Balance General comparativo Las Delicias A & Y.....	56
Tabla 10. Estado de Ganancias o pérdidas Las Delicias A & Y.....	57
Tabla 11. Razones e indicadores financieros Las Delicias A & Y.....	60
Tabla 12. Margen de contribución por producto Las Delicias A & Y.....	67
Tabla 13. Estado de pérdidas y ganancias por costos en Septiembre de 2014 de la Microempresa Gloria Dominga Jiménez.....	96
Tabla 14. Margen de contribución Gloria Dominga Jiménez.....	96
Tabla 15. Costos Fijos y Gastos Administrativos Gloria Dominga Jiménez.....	97
Tabla 16. Sueldo empresario Gloria Dominga Jiménez.....	98
Tabla 17. Costos Variables Gloria Dominga Jiménez.....	99
Tabla 18. Ventas semanales Gloria Dominga Jiménez.....	100
Tabla 19. Punto de equilibrio Gloria Dominga Jiménez.....	101
Tabla 20. Balance General Inicial Gloria Dominga Jiménez.....	103
Tabla 21. Razones e indicadores financieros Gloria Dominga Jiménez.....	105
Tabla 22. Margen de contribución por producto Gloria Dominga Jiménez.....	110
Tabla 23. Estado de pérdidas y ganancias por costos en Septiembre de 2014 de la Sala de Manos y Pies Franshesca.....	135
Tabla 24. Margen de contribución Sala de Manos y Pies Franshesca.....	136
Tabla 25. Costos Fijos y Gastos Administrativos Sala Franshesca.....	137
Tabla 26. Sueldo empresario Sala de Manos y Pies Franshesca.....	138
Tabla 27. Costos Variables Sala de Manos y Pies Franshesca.....	139
Tabla 28. Ventas semanales Sala de Manos y Pies Franshesca.....	140
Tabla 29. Punto de equilibrio Sala de Manos y Pies Franshesca.....	141
Tabla 30. Balance General Inicial Sala de Manos y Pies Franshesca.....	143
Tabla 31. Balance General comparativo Sala de Manos y Pies Franshesca.....	146
Tabla 32. Estado de Ganancias Sala de Manos y Pies Franshesca.....	153
Tabla 33. Razones e indicadores financieros Sala de Manos y Pies Franshesca.....	156
Tabla 34. Margen de contribución por servicio Sala de Manos y Pies Franshesca.....	162
Tabla 35. Margen de contribución por producto Sala de Manos y Pies Franshesca.....	162

LISTA DE GRAFICOS

	Pág.
Gráfico 0. Síntesis Desarrollo del trabajo Fundación Carvajal.....	26
Gráfico 1. Genero.....	70
Gráfico 2. Edad.....	70
Gráfico 3. Ocupación.....	71
Grafico 4.Consumo de productos de queso y fritos.....	71
Gráfico 5. Frecuencia consumo de productos de queso y fritos.....	72
Grafico 6.Tiempo que lleva consumiendo los productos de Delicias A & Y.....	72
Grafico 7.Grado de importancia de varios aspectos de Las Delicias A & Y.....	73
Grafico 8.Grado de satisfacción de los productos de Delicias A & Y.....	74
Grafico 9.Recomendación de los productos de Las Delicias A & Y.....	74
Grafico 10.Satisfacción con los tiempos de despacho de los producto de Las Delicias A & Y.....	75
Grafico 11. Compraría de nuevo los productos de Las Delicias A & Y.....	75
Grafico 12. Se presentaron problemas a la hora de consumir los productos de Las Delicias A & Y.....	76
Grafico 13. Percepción sobre la atención al cliente de Las Delicias A & Y.....	76
Grafico 14.Productos que consume frecuentemente de Las Delicias A & Y.....	77
Grafico 15.Percepción de la presentación personal de los empresarios de Las Delicias A & Y.....	77
Grafico 16. Forma como se enteraron los clientes sobre la presencia de Las Delicias A & Y.....	78
Grafico 17. Opinión de los clientes sobre otras variedades de productos que le gustaría que ofreciera Las Delicias A & Y.....	78
Grafico 18. Distribución de cartera por División Sala de manos y Pies Franshesca.....	149
Grafico 19. Distribución de cartera por División Sala de manos y Pies Franshesca	
Grafico 20. Genero.....	166
Grafico 21. Edad.....	166
Grafico 22. Actividad.....	167
Grafico 23. Tiempo que lleva tomando los servicios de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA.....	167
Grafico 24. Frecuencia de toma del servicio de manicure y pedicure.....	168
Grafico 25. Grado de satisfacción de los servicios de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA.....	168
Grafico 26. Recomendación de los servicios de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA a otras personas.....	169
Gráfico 27. Satisfacción con los tiempos de servicio de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA.....	169
Gráfico 28. Tomaría los servicios de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA.....	170

Grafico 29. Se presentaron problemas a la hora de adquirir los servicios de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA.....	170
Grafico 30. Percepción sobre la atención al cliente de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA.....	171
Gráfico 31. Servicios que toma frecuentemente en la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA.....	171
Grafico 32. Percepción del servicio de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA.....	172
Grafico 33. Percepción sobre si la presentación personal de la empresaria es adecuada.....	172
Grafico 34. Forma como se enteraron los clientes sobre la presencia de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA.....	173
Grafico 35. Encuentra variedad en los tonos de esmalte.....	173
Grafico 36. Influencia de los precios a la hora de tomar los servicios de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA.....	174

LISTA DE ANEXOS

	Pág
Anexo A. RUT María Yuly Angulo.....	218
Anexo B. Encuesta de satisfacción María Yuly Angulo.....	219
Anexo C. Encuesta de satisfacción Gloria Jiménez.....	223
Anexo D. RUT Gloria Jiménez.....	227
Anexo E. Encuesta satisfacción al cliente Francisca Asprilla.....	228
Anexo F Punto de venta María Yuly Angulo “LAS DELICIAS A & Y”.....	231
Anexo G Punto de venta Gloria Jiménez.....	232
Anexo H Punto de venta Ana Francisca Asprilla.....	233

RESUMEN

En el presente trabajo se documenta la implementación del modelo de asesoría empresarial integral de la Fundación Carvajal aplicado a las empresas Sala de manos y pies Franshesca, Las Delicias A & Y y Gloria Jiménez, ubicadas en la comuna 15 de la ciudad de Santiago de Cali. Este trabajo se desarrolló con el acompañamiento a los microempresarios por un semestre comprendido en el periodo Agosto – Diciembre de 2014, como estudiante de pregrado del programa de Contaduría Pública de la Universidad del Valle aplicando la metodología de la Fundación Carvajal.

En el desarrollo de este acompañamiento a través del diagnóstico de las áreas funcionales de costos, contabilidad, mercadeo, administración, producción y legal, de cada microempresa, se busca desarrollar y aplicar un plan de acción a cada área y obtener mejoras en todos los aspectos. La metodología de la Fundación Carvajal enfoca la asesoría para que el microempresario obtenga los conocimientos básicos para evaluar cada una de las áreas funcionales de la microempresa, tome las mejores decisiones basadas en dicha información y las siga implementando en su negocio.

INTRODUCCIÓN

La práctica empresarial se realiza gracias al convenio existente entre la Fundación Carvajal y la Universidad del Valle, para optar por el título de Contador Público. En el desarrollo del trabajo se aplica la metodología de Asesoría Empresarial de la Fundación Carvajal a tres microempresas de la ciudad de Cali ubicadas en la comuna 15 del Distrito de Aguablanca.

La metodología de la Fundación Carvajal brinda una asesoría integral en las diferentes áreas de la empresa como son: área de costos, contable y financiera, mercadeo, administrativa, producción y legal, a través de un acompañamiento constante al microempresario por parte del estudiante y del asesor empresarial de la Fundación Carvajal, para que las microempresas puedan ser sostenibles y generar ingresos para sus inversionistas. A su vez el microempresario cuenta con un acompañamiento social, lo que hace que la metodología de la Fundación Carvajal sea integral, vaya más allá del aspecto microempresarial, se ocupe de la persona y su entorno familiar.

Las microempresas y pequeñas empresas cuentan con un protagonismo destacado en el contexto nacional, debido a que participan en el sector empresarial fuertemente y son la principal fuente de generación de empleo en Colombia. Las microempresas inician con una inversión mucho menor en comparación a las grandes empresas. Este desarrollo microempresarial quizás se pueda dar por la sensibilización por parte del Estado y del sector privado en la cual se ha desarrollado una cultura del emprendimiento y de que las personas a través de las microempresas apoyen el desarrollo del país.

La Fundación Carvajal desde sus inicios se ha preocupado por aportar con el fortalecimiento de las comunidades más vulnerables a través de sus cuatro líneas de acción tales como Generación de Ingresos, Educación y Cultura, Vivienda y Medio Ambiente y Desarrollo Social y Comunitario. Dichas comunidades a pesar que tienen limitaciones y se encuentran estigmatizadas por la sociedad, son un ejemplo de superación, esfuerzo y desarrollo y su visión es salir adelante, con mucho empeño y emprendimiento.

Toda la experiencia que ha tenido la Fundación Carvajal a través de los años y debido al proceso de acompañamiento a diferentes microempresas que se ocupan de distintas actividades económicas, lo ha llevado a una comprensión más clara de la situación del microempresario, puesto que el desconocimiento en los procesos administrativos, la falta de organización, la cultura y el nivel de educación por parte de los microempresarios son la principal barrera para sus negocios puedan crecer y sean sostenibles en el tiempo.

Es por esta razón que la Fundación Carvajal en convenio con la Universidad del Valle y otras universidades como la Javeriana, San Buenaventura y Autónoma de

Occidente trabajan en conjunto en la capacitación de asesores empresariales, formando estudiantes en trabajo de grado, a través de un diplomado dictado por la Fundación Carvajal y luego de su formación son presentados ante los microempresarios y aplican el conocimiento adquirido en la universidad y en el diplomado en las microempresas asignadas.

El desarrollo de este acompañamiento a los microempresarios es por un semestre y por medio de la planeación estratégica intervienen las diferentes áreas funcionales de la empresa con el fin de desarrollar y aplicar un plan de acción a cada área y obtener mejoras en todos los aspectos.

Para iniciar con el acompañamiento de las microempresas asignadas se realiza un análisis del contexto en el que se encuentran, identificando las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, luego se lleva a cabo el seguimiento y la intervención de las diferentes áreas funcionales con el fin de fortalecerlas; Se inicia con un diagnostico, en el que se identifican las debilidades y fortalezas de cada área, luego se elabora un plan de acción, con el fin de aplicar unas estrategias, que permitan el aprovechamiento de las fortalezas y las oportunidades, para contrarrestar las debilidades y amenazas.

Una vez se concluye el diagnostico, se dejan las recomendaciones al empresario, con el fin de que lo aplique en su negocio indefinidamente. Al final del proceso de acompañamiento, los informes se socializan con la Universidad del Valle, la Fundación Carvajal y con el empresario.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 DEFINICION DEL PROBLEMA

1.1.1 Antecedentes.

Una de las principales metas de la Fundación Carvajal, desde el momento de su creación, ha sido la de contribuir con el desarrollo de la región a la que pertenece, ya que según palabras de uno de sus fundadores Jaime Carvajal Sinisterra: “La pobreza absoluta es no tener trabajo”.

La Fundación Carvajal se ubica por zonas de prioridad social y trata de elevar las cualidades y destrezas de las personas pertenecientes a cada una de ellas.

La Fundación Carvajal opera a través de las siguientes líneas de acción:

1. Generación de Ingresos
2. Educación y Cultura
3. Vivienda y Medio Ambiente
4. Desarrollo Social y Comunitario.

Dentro de la línea de generación de ingresos encontramos las herramientas de empleabilidad, fortalecimiento y emprendimiento. Esta línea se encarga del acompañamiento y la capacitación a los microempresarios con el fin de fortalecer sus negocios.

Debido a la necesidad de encontrar gestores que apoyaran los programas de la Fundación, se establece los convenios con las universidades, en las cuáles se ofrece la práctica empresarial a través del convenio de Fundación Carvajal como una modalidad para optar por el título de grado.

Del fruto de la experiencia adquirida y durante el proceso de acompañamiento a las comunidades vulnerables, la Fundación Carvajal comprende que el desconocimiento en los procesos administrativos, la desorganización, la cultura y los bajos niveles de escolaridad por parte de los microempresarios son el principal obstáculo para el desarrollo de las empresas. Y es aquí donde la razón de ser de la línea de generación de ingresos se enfoca en la capacitación de los empresarios, para que desarrollen habilidades y competencias y cuenten con el acompañamiento de un estudiante para que se realice un diagnóstico, se desarrolle un plan de acción y se aplique en todas las áreas de la empresa. Con este acompañamiento se dejan unas herramientas básicas para que el empresario las siga aplicando en su negocio.

El fortalecimiento empresarial es una de las herramientas con las que cuenta la línea de generación de ingresos la cual es apoyada, gracias al convenio de la

Fundación Carvajal con algunas universidades de la región, tales como: la Universidad del Valle, la Universidad San Buenaventura, la Pontificia Universidad Javeriana y la Universidad Autónoma de Occidente; por estudiantes en trabajo de grado, que no solamente tienen la oportunidad de poder aplicar todos sus conocimientos, sino que además, realizan un curso de formación como asesores empresariales.

Dentro de este proceso de asesoría empresarial los estudiantes en trabajo de grado reciben un diplomado por parte de la Fundación Carvajal, para la formación de asesores; en el cual se enseña la metodología utilizada por la Fundación Carvajal para el acompañamiento a los empresarios, el cual se lleva a cabo en la sede San Fernando de la Fundación Carvajal por medio de clases magistrales, casos y ejercicios prácticos y cuenta con la participación de los estudiantes.

Se encontraron tres trabajos desarrollados por estudiantes de la Universidad del Valle y la Universidad Autónoma en la Comuna 15 de la ciudad de Cali, correspondiente a diversos sectores productivos; así podemos encontrar el de la compañera Leidi Dayely Ruano Arcos, estudiante de la Universidad del Valle, que llevó a cabo la aplicación del modelo de la Fundación Carvajal a tres microempresas ubicadas en las comunas 3, 11 y 15 de la ciudad de Cali, llamadas Repostería Suspiros dedicada a la elaboración productos de panadería y decoración de tortas, Panadería Clavelinas dedicada a la elaboración de productos integrales y Frutitropic dedicada a la fabricación y venta de pulpas de frutas y jugos de frutas. El resultado en la empresa Frutitropic fue que se logró sistematizar la contabilidad, identificar los costos, se organizó el local para que la producción fuera más eficiente, estandarizar las formulas, se identificó la empresa con un logo y se consiguió negociación con un nuevo cliente. En la Repostería Suspiros se logró sistematizar la contabilidad, se realizaron tarjetas de presentación, se mejoró aviso exterior, se abrió cuenta en facebook, se abrió nueva línea de galletas, obtuvo el carnet de manipulación de alimentos. Por último en la Panadería Clavelinas se logró llevar la contabilidad manualmente, mejorar la fórmula de los productos, se obtuvo el RUT y se elaboraron tarjetas de presentación.

Por otro lado el trabajo desarrollado por el estudiante Juan Sebastián González Mejía, estudiante de la Universidad Autónoma de Occidente, quien llevó a cabo la aplicación del modelo de Fundación Carvajal en cuatro tiendas ubicadas en el Distrito de Aguablanca, llamadas Tienda Pipe, Tienda Jenelly, Tienda Variedades Libia y Tienda Variedades Naty. En general lo que logró en dichos establecimientos fue el rediseño de los letreros, que los tenderos llevaran la contabilidad simple buscando controlar el saldo en caja, mejorar la exhibición de los productos, crear la misión, visión y ofertar algunos productos que no rotaban.

Finalmente se destaca el trabajo desarrollado por el estudiante Andrés Felipe Herrera, estudiante de la Universidad Autónoma de Occidente, que llevó a cabo el asesoramiento y acompañamiento empresarial a tres microempresarios, en el

proyecto generación de ingresos de la Fundación Carvajal en Santiago de Cali, a las microempresas Calzado Cards dedicada a la fabricación y reparación de calzado, Distri Mally dedicada a la producción y comercialización de productos de aseo para el hogar y las Delicias de Paty que es una idea de un restaurante y por lo tanto se llevó a cabo un plan de negocios, pues la emprendedora estaba vinculada laboralmente. Los logros obtenidos en Calzado Cards fueron el aprendizaje y aplicación en costos, diseño e implementación del flujo de procesos, adquirió y reforzó conocimientos en cuanto al calzado por medio de un curso dictado por la Fundación Carvajal, mayor organización y estandarización de procesos. En cuanto a Distri Mally se diseñó la imagen corporativa, las tarjetas de presentación y la etiqueta, se llevan cuentas de manera ordenada en un cuaderno. Por último en las Delicias de Paty se logró adelantar permisos de legalización del negocio y capacitar en las diferentes áreas para que en el momento que decidiera abrir su local estuviera preparado.

1.1.2 Descripción del problema de investigación.

De acuerdo al contexto nacional según el último estudio realizado por el DANE el 96.65% de las empresas en Colombia la componen las microempresas, el 3.65% las pyme y el 0.7% grandes empresas (Dane, 2005) la economía colombiana depende de las pequeñas y micro empresas, de las cuales se observa que han empezado como proyectos familiares y han logrado posicionarse en los diferentes mercados; han surgido mediante la adaptación de ideas heredadas del pasado, por transferencia de conocimientos que pasaron de generación en generación, en algunos casos, y en otros de una concepción diferente de mejorar los procesos, de innovar y abordar nuevas ideas propia de los nuevos emprendedores.

La mayor parte de estas ideas han sido perfeccionadas por medio de la práctica, y de manera empírica los emprendedores lograron, salir adelante en mercados cada día más difíciles y competitivos.

Los microempresarios colombianos cuentan con los conocimientos empíricos y con la transferencia de conocimientos que han heredado de sus antecesores y que han logrado perfeccionar por medio de la práctica (Fundación Carvajal, 2014). En la mayoría de los casos no cuentan con formación académica; razón por la cual presentan dificultades para la realización de algunas tareas administrativas y para el manejo adecuado de sus gastos, es decir los gastos del negocio y los gastos personales y/o familiares salen de sus microempresas, arriesgando el capital de su negocio y llevándolo a un posible fracaso.

Lo relacionado con la implementación de planes que contribuyan al desarrollo de las comunidades en general, ha sido bandera de los políticos cuando quieren ganar simpatizantes para su campaña, pero aparecen como temas para los gobernantes de turno y es aquí cuando muchas entidades, reemplazan de cierto

modo, algunas de las funciones que el Estado Colombiano debería implementar (Fundación Carvajal, 2014).

Es aquí donde nace la Fundación Carvajal, como una respuesta a este llamado de las comunidades, con su línea de acción de generación de ingresos, en el cual, por medio de la estrategia del fortalecimiento empresarial, le aporta las herramientas y bases necesarias a los microempresarios que se ocupan en las distintas actividades empresariales, con el fin de que estos potencialicen sus habilidades, que les permitan aplicar en sus empresas y lo desarrollen constantemente a futuro.

Para la estrategia del fortalecimiento empresarial se lleva a cabo una asesoría empresarial donde el microempresario es acompañado constantemente, no solo por los asesores de la Fundación Carvajal, sino que además, le asignan un estudiante universitario en trabajo de grado, el cual realiza junto con el empresario un conjunto de tareas, que el permitirán a este último fortalecer las diferentes áreas que componen su empresa; tales como son: el área de costos, contabilidad y finanzas, mercadeo, administración y lo relacionado con el área legal, laboral y tributaria (Fundación Carvajal, 2014).

Las principales debilidades que se identifican en los microempresarios en las distintas áreas son las siguientes: En el área de costos, no discriminan bien los costos fijos y variables, no tienen asignado un sueldo fijo, el empresario no sabe determinar las unidades que vende mensualmente, confunde el margen de contribución con la utilidad, el margen de contribución de algunos productos es muy bajo porque su precio de venta lo es también o porque su precio de compra es demasiado alto o establecen su precio al de la competencia y escogen perder el margen por vender en cantidad (Fundación Carvajal, 2014).

En el área contable, manejan pocos controles en las cuentas por cobrar llevan sus cuentas mentalmente o en un cuaderno de una forma muy básica, sus inventarios y activos fijos son excesivos, tienen deudas muy altas, su capital de trabajo es insuficiente (Fundación Carvajal, 2014).

En el área de mercadeo, su mercado es muy reducido, los periodos de ventas bajos no sobrepasan el punto de equilibrio, sus productos o servicios no son de buena calidad, no tienen empaque, nombre, ni una marca que los identifique. No aplican estrategias de venta y no conocen las técnicas para atraer nuevos consumidores, desconocen a su competencia (Fundación Carvajal, 2014).

En cuanto a la parte administrativa, el personal no tiene definidas unas funciones específicas, no hay claridad para seleccionarlo, la rotación de éste es alta por la poca calificación del mismo y por los bajos salarios, los empleados incumplen el horario (Fundación Carvajal, 2014).

Finalmente en el área legal y tributaria, las empresas no están legalizadas, no están registradas en cámara de comercio y desconocen en general los aspectos tributarios (Fundación Carvajal, 2014).

1.1.3 Formulación del problema de investigación.

¿Cómo aplicar la metodología de asesoría desarrollada por la Fundación Carvajal, a los microempresarios: Gloria Jiménez, Ana Francisca Asprilla y María Yuly Angulo, ubicados en la Comuna 15 del municipio de Cali en el Valle del Cauca, durante el periodo Agosto-Diciembre de 2014?

1.2 OBJETIVOS

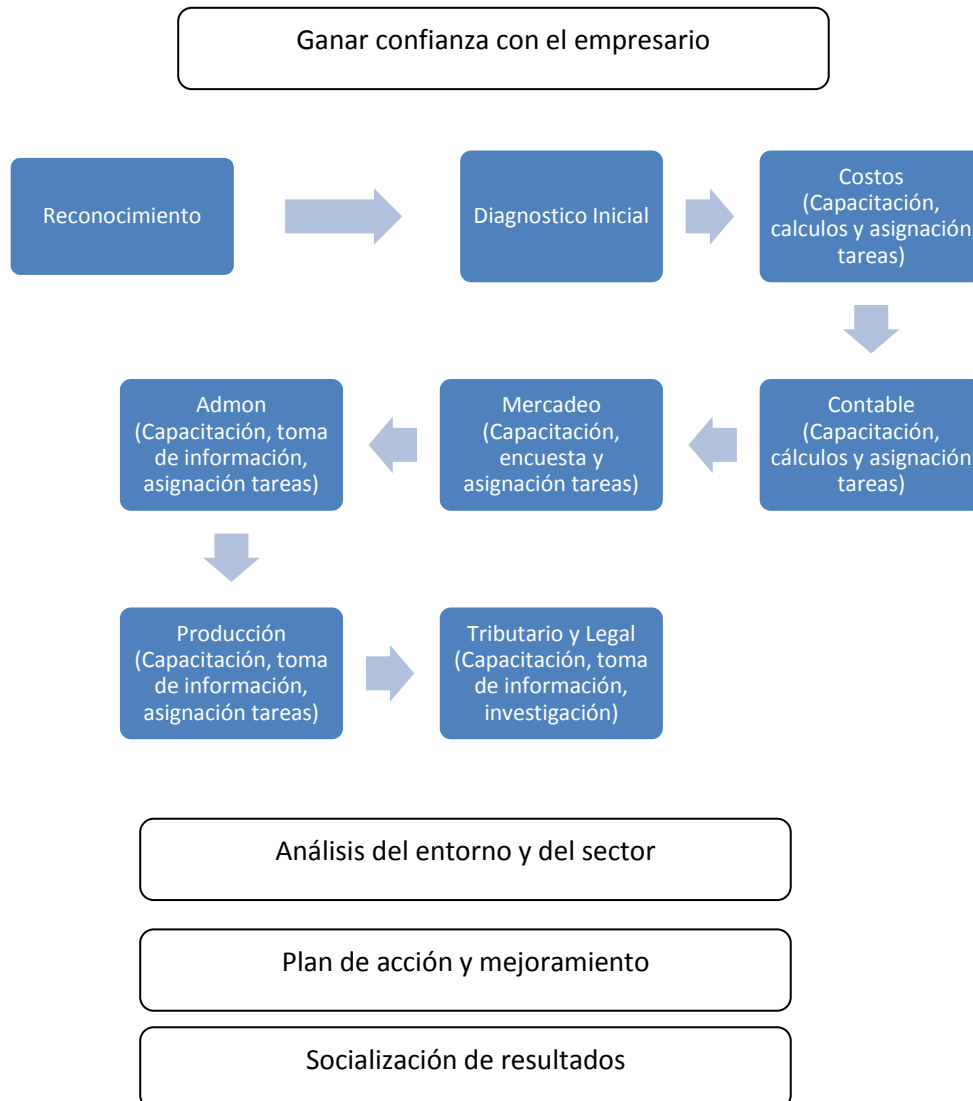
1.2.1 Objetivo general.

Aplicar la metodología de asesoría desarrollada por la Fundación Carvajal, a los microempresarios: Gloria Jiménez, Ana Francisca Asprilla y María Yuly Angulo, ubicados en la Comuna 15 del municipio de Cali en el Valle del Cauca, durante el periodo Agosto-Diciembre de 2014.

1.2.2 Objetivos específicos.

- Llevar a cabo un diagnóstico de las áreas funcionales de las tres empresas asignadas, con el fin de identificar sus fortalezas y debilidades.
- Analizar el entorno de tres microempresas asignadas, con el fin de identificar las oportunidades y amenazas.
- Realizar la matriz DOFA en cada una de las empresas, con el fin de determinar las estrategias para cada área.
- Elaborar un plan de acción y de mejoramiento para cada una de las empresas de acuerdo a sus necesidades y requerimientos.
- Socializar los resultados obtenidos ante el empresario, la Fundación Carvajal y la Universidad del Valle.

Gráfico 0. Síntesis Desarrollo del trabajo Fundación Carvajal



Fuente: Elaboración propia basado en el material de apoyo Diplomado Fundación Carvajal, Agosto 2014

1.3 JUSTIFICACIÓN

Es de gran importancia llevar a cabo una práctica empresarial con enfoque social, porque todos somos parte de la misma sociedad y es responsabilidad nuestra retribuir de alguna manera a la comunidad y más aún si son comunidades vulnerables.

Al interior de estas comunidades encontramos grandes historias de vida y de emprendimiento, personas con ideas brillantes e innovadoras, cuyas aspiraciones empresariales se han visto de alguna manera limitadas por el entorno en el que

se han venido desarrollando y sumado a esto la falta de conocimientos para aplicar modelos empresariales, los limitantes en la educación, la cultura y la desorganización que presentan para el manejo del dinero, convirtiendo el fruto de su trabajo en “plata de bolsillo”.

Si con el apoyo de la comunidad, las falencias y dificultades pudieran ser aminoradas y los proyectos de los emprendedores lograran tomar fuerza, se estaría contribuyendo, no solamente con el desarrollo del empresario y su familia, si no con el crecimiento de su comunidad, de su región y del pueblo colombiano en general; ya que son las microempresas que en conjunto con las pequeñas, generan la mayor parte del empleo y desarrollo del país (Dane, 2005).

En el contexto nacional Colombiano, las microempresas son una fuerza importante, ya que en conjunto con las pequeñas empresas son un ramo esencial en la economía colombiana, pues son la fuente de mayor generación de empleo y riqueza, y según cifras de la Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF) con base en el Registro Único Empresarial y Social- Cámaras de Comercio “representan aproximadamente el 96.4% de las empresas del país”¹.

1.4 DISEÑO METODOLOGICO

1.4.1 Tipo de investigación.

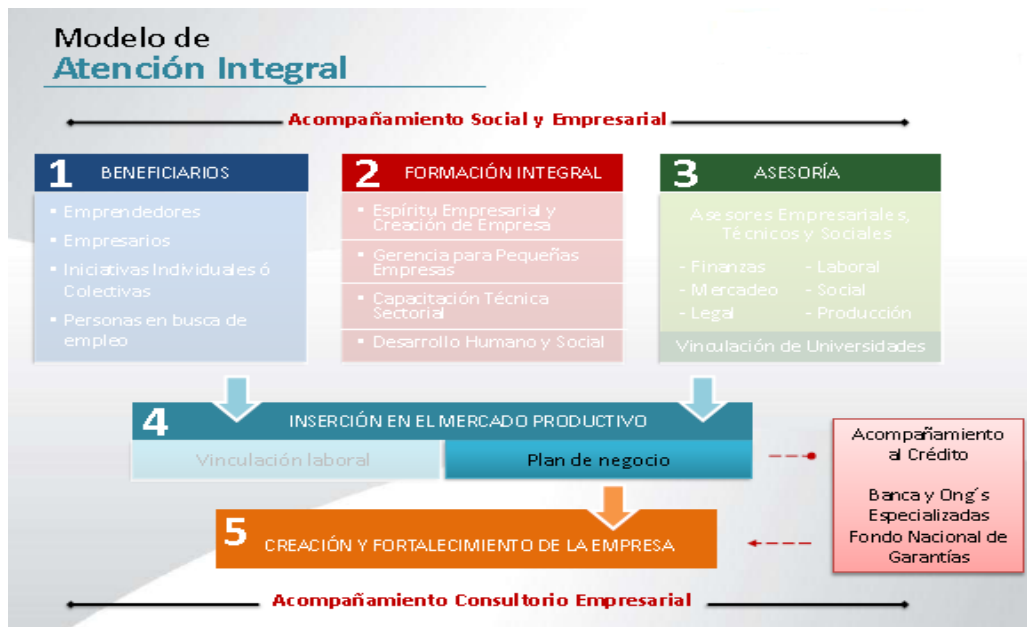
El trabajo se llevara a cabo a través de una investigación descriptiva. Por medio de un trabajo de campo se identificarán los elementos y cualidades más destacadas de los empresarios y su entorno, tales como: comportamientos sociales, actitudes, creencias, formas de pensar y actuar, y en especial las formas de administrar el negocio, con el fin de realizar una caracterización que permita la elaboración de un diagnóstico, que proporcione la base para la elaboración y posterior implementación de un plan de acción.

1.4.2 Método.

La metodología utilizada será la que aplica la Fundación Carvajal para el fortalecimiento de los empresarios en el manejo de sus negocios. El método de investigación es el inductivo, en donde el proceso de generación de conocimiento inicia por medio de la observación.

¹ Cálculos Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF) con base en el Registro Único Empresarial y Social- Cámaras de Comercio (2013), material de apoyo entregado por la Fundación Carvajal, Área de Investigación de mercados (citado en Agosto de 2014)

Cuadro 1. Modelo de Atención integral



Fuente: Fundación Carvajal-Material de Apoyo Diplomado Agosto 2014

El modelo de atención integral, aplicado por la Fundación Carvajal en la línea de acompañamiento social y empresarial, tiene como objetivo principal, capacitar de manera integral a emprendedores, empresarios, desempleados y personas que presenten sus iniciativas de forma individual o grupal, en aspectos tales como: desarrollo humano y social, capacitación técnica y todo lo necesario para la creación y el manejo adecuado de pequeñas empresas.

Para la creación y manejo adecuado de las pequeñas empresas cuenta con el apoyo de cuatro universidades como son la Universidad del Valle, la Universidad Autónoma de Occidente, la Pontificia Universidad Javeriana y la Universidad de San Buenaventura donde sus estudiantes que cursan último semestre, bajo la modalidad de grado de práctica empresarial, son capacitados por parte de la Fundación Carvajal mediante un diplomado donde se instruye a los estudiantes sobre la metodología desarrollada por Fundación Carvajal.

Cuando se concluye el diplomado, los asesores de la fundación Carvajal realizan un recorrido con los estudiantes en una zona donde desarrollan su trabajo y luego son llevados a las instalaciones de Fundación Carvajal, donde se les da la bienvenida y luego se realiza un sorteo donde los estudiantes son asignados a una de las zonas donde hace presencia la Fundación Carvajal o a un proyecto productivo, y bajo la tutoría y guía de un funcionario de la misma y un docente de la universidad correspondiente, se inicia el proceso de asesoría de cuatro microempresarios, que pueden ser: pequeños productores o comercializadores de diferentes productos o servicios.

Los estudiantes acompañan a los empresarios en un proceso de asesoría; dirigido a las áreas de costos, producción, mercadeo, finanzas, laboral, legal y tributaria. Una vez que se esté ejecutando esta labor, los planes de negocio que sean viables, se presentarán para la obtención de créditos, ya sea por medio de la Banca comercial, Fundación Carvajal o por Ong's especializadas, con el fin de que puedan emprender su empresa o fortalecerla en caso que la tenga.

Cuando se inicia el proceso de asesoría, el asesor estudiante debe realizar un análisis del entorno interno y externo de donde hacen parte los microempresarios. Con esta información previa, se realiza una primera visita de reconocimiento de la empresa, donde analiza aspectos generales; tanto del empresario como del negocio, creando un perfil del mismo, con el cual se guía para realizar el plan de acción.

En la etapa de reconocimiento, el asesor estudiante debe realizar un diagnóstico de las distintas áreas que componen la empresa, tales como: área de costos, contable financiera, mercadeo, administrativa y legal; en las cuales debe identificar, por medio de un análisis externo e interno, las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades para poder saber cuál es la situación en la que se encuentra la empresa y poder desarrollar un plan de acción.

Una vez se concluye la etapa de reconocimiento y con una idea general de la empresa se lleva a cabo una asesoría por cada una de las áreas en los tiempos establecidos en el cronograma de la Fundación Carvajal, empezando con el área costos y terminando con el área legal, laboral y tributaria. Durante este proceso se lleva a cabo el plan de acción desarrollado en la parte inicial, y se establecen unos compromisos con el empresario para que refresque lo aprendido y continúe aplicándolo diariamente.

1.4.3 Técnicas de investigación

De acuerdo con la metodología establecida por la Fundación Carvajal el trabajo requerirá de fuentes primarias y fuentes secundarias.

1.4.3.1 Fuentes primarias

Se obtienen de los empresarios y su entorno, donde por medio de un trabajo de campo se llevara a cabo la observación de algunas de las situaciones que se presentan en el entorno de la empresa; además, se realizarán entrevistas a los empresarios y encuestas a algunos de sus clientes con el propósito de obtener información directa sobre cómo funciona la empresa y como se relaciona con el entorno.

1.4.3.2 Fuentes secundarias.

Se recopilara el material bibliográfico elaborado por otros autores y que se relacione con el tema de investigación, entre estos tenemos, el proporcionado por la Fundación Carvajal en el diplomado empresarial, algunos documentos que puedan proporcionar los empresarios; además de libros, revistas, periódicos, trabajos de grado, videos, normas jurídicas y técnicas, etc. tanto en físico como en material digital.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

Para tener éxito en la dirección adecuada de todas las organizaciones ha sido necesaria una eficaz administración, la cual se dedique del manejo óptimo de todos los recursos, tales como: Recursos humanos, financieros, físicos, tecnológicos entre otros. Para llevar a cabo esta tarea es necesario según Frederick Winslow Taylor, calificado como el “padre del movimiento científico”² cumplir con los siguientes principios:

1. Principio de planeación: sustituir el criterio individual, la improvisación y la actuación empírico-práctica del operario en el trabajo por los métodos basados en procedimientos científicos. Cambiar la improvisación por la ciencia mediante la planeación del método de trabajo.
2. Principio de preparación: seleccionar científicamente los trabajadores de acuerdo con sus aptitudes y prepararlos y entrenarlos para producir más y mejor, en concordancia con el método planeado. Disponer y distribuir racionalmente las maquinas y los equipos de producción.
3. Principio de control: controlar el trabajo para cerciorarse de que está ejecutándose de acuerdo con las normas establecidas y según el plan previsto. La gerencia debe cooperar con los empleados para que la ejecución sea la mejor posible.
4. “Principio de ejecución: asignar atribuciones y responsabilidades para que el trabajo se realice con disciplina”³.

Henri Fayol otro destacado teórico, considerado el “padre del proceso administrativo y creador de la división de las áreas funcionales para las empresas”⁴ (técnica, comercial, financiera, contable y personal). Encaminó su investigación en la existencia de una dirección general que controlara y dispusiera todas las tareas a realizar; por medio de la planificación, que radica en evaluar el futuro y diseñar un plan de acción; la organización, que se dedica en suministrar los elementos básicos para el funcionamiento de la organización, pudiendo ser sociales o materiales; la dirección, que es la puesta en marcha de la organización, donde se dirige y se orienta al personal para que alcance su máximo rendimiento y obtenga el beneficio; la coordinación, que ajusta las actividades de la

²HERNANDEZ, Sergio. Administración: Teoría, Proceso, Áreas funcionales y Estratégicas para la competitividad. 2da edición. México. Pág. 35

³CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la Teoría General de la Administración. México. Pág. 56

⁴HERNANDEZ, Op. Cit., Pág. 39 y 40

organización para facilitar el trabajo y los resultados; y el control, como última instancia para comprobar que todo salga de acuerdo a lo planificado.

Revisando hasta aquí, las teorías administrativas hacían énfasis en la parte interna de las empresas, las cuales se les consideraba solas y únicas en el infinito, y como totalmente autónomas y ajenas de los entornos externos como el social, económico, legal y político.

Es cuando a través de los sicólogos norteamericanos Daniel Katz y Robert Kahn, quienes orientan la teoría de sistemas a las organizaciones; teoría que había tenido sus comienzos en la década de los años 30 por medio de las contribuciones del biólogo Ludwig Von Bertalanffy, para quien “el sistema es un complejo de elementos que actúan recíprocamente”⁵; que la organización comienza a ser considerada como un sistema abierto y no cerrado como se venía manejando.

“La empresa considerada como un sistema abierto que dependía de otro sistema más grande es decir, su entorno, con el cual intercambiaba insumos constantemente (información, gente, energía y materiales)”⁶; que a su vez era compuesto por subsistemas organizacionales más pequeños, tales como: “subsistemas técnicos de producción, subsistemas de apoyo, subsistemas de mantenimiento, subsistemas de adaptación y subsistemas gerenciales y directivos”⁷.

Al revisar estas teorías, todas enfatizan en que para lograr una apropiada administración de los recursos de una organización, es necesario realizar una planeación. Y esta planeación debe ir acompañada de estrategias y es lo que conocemos como planeación estratégica.

Por medio de la herramienta de planeación estratégica los empresarios han logrado aplicar en sus empresas, diversos procesos para lograr una ventaja competitiva sobre sus “rivales” es decir sus competidores, mediante la escogencia de las diversas opciones que brinda su entorno, y que pueden ser estas oportunidades aprovechadas de acuerdo a las virtudes que se posean. “La herramienta de planeación estratégica es un proceso que extrae y examina la información para responder a los siguientes interrogantes: ¿Dónde estamos?, ¿a dónde vamos?, ¿A dónde debemos ir y cómo?”⁸

⁵ DAVILA, Carlos. Teorías organizacionales y administración. Enfoque crítico. México. Pág. 236.

⁶ Ibid., Pág. 247.

⁷ Ibid., Pág. 248.

⁸ ORTEGA CASTRO, Alfonso. Planeación Estratégica. México. Pág. 26.

La aplicación de esta herramienta, genera un cambio positivo para la empresa y su empresario, pero debe ser planteado por alguien que haga parte directamente de ella.

La aplicación de la planeación estratégica debe ser constante, repetitiva, cíclica, pues así como el entorno y las condiciones externas no se detienen y son cambiantes, así debe ser su aplicación al interior de la organización. El ciclo debe tener unas etapas y cuando éstas acaben se debe empezar con uno nuevo.

Mariño, Cortés y Garzón sintetizan todo lo anterior cuando nos explican que la planeación estratégica, “involucra un conjunto de componentes (decisiones y acciones) que le dan una orientación general a una organización, en busca de una ventaja competitiva y de una preparación frente a los cambios del entorno”⁹.

Dichas acciones servirán además, para manejar la empresa de manera ordenada y encaminarla hacia la obtención de los objetivos, los cuales se han definido mediante la identificación de una misión y una visión; por medio de la aplicación de unas estrategias, que son el resultado de un diagnóstico previo; que se ejecutaran mediante la asignación de tareas a unos responsables, con unas actividades específicas y determinando unos tiempos, donde se involucre personal.

A través del diagnóstico se realizará un análisis externo, donde se reconocen las oportunidades, que el medio externo ofrece a la empresa, adicionalmente se identifica las amenazas del entorno externo; a su vez se realiza un análisis interno, donde se detallan las fortalezas de la empresa, además de las debilidades que se identifican en su desarrollo.

Cuando todo lo anterior es identificado, se organizan las estrategias; las cuales permiten contrarrestar las amenazas y las debilidades, por medio del aprovechamiento, de las oportunidades y fortalezas identificadas en el diagnóstico previo que se ha realizado en las diferentes áreas funcionales de la empresa, como: área de producción, contable financiera, administrativa, área de mercadeo y legal.

Dichas estrategias se exponen mediante el uso de un instrumento muy práctico para la toma de decisiones, como lo es la matriz DOFA, que facilita la clasificación y el cruce de la información, tal como se muestra en la siguiente figura.

⁹ MARIÑO, Amparo; CORTÉS Félix; GARZÓN, Luis Alejandro. Herramienta de software para la enseñanza y entrenamiento en la construcción de la matriz DOFA, REVISTA INGENIERÍA E INVESTIGACIÓN VOL. 28 No. 3, DICIEMBRE DE 2008

Cuadro 2. Matriz DOFA (David 1997)¹⁰

	FORTALEZAS (F) Lista de Fortalezas	DEBILIDADES (D) Lista de debilidades
OPORTUNIDADES (O) Lista de oportunidades	Estrategias F-O Usar las fortalezas para aprovechar las oportunidades.	Estrategias D-O Superar las debilidades aprovechando las oportunidades.
AMENAZAS (A) Lista de amenazas	Estrategias F-A Usar las fortalezas para evitar las amenazas.	Estrategias D-A Reducir las debilidades y evitar las amenazas

Una vez definidas las estrategias que se quiere llevar a cabo, se procede a su implementación, por medio de la asignación de actividades a unos responsables, los cuales deben ejecutar su cumplimiento, dentro de unas fechas determinadas, que serán evaluados más adelante para medir el impacto dentro de la empresa y así se culmina un ciclo para luego empezar con otro.

Como lo hemos mencionado dentro de las áreas que conforman la empresa, “tenemos el área de mercadeo”¹¹, que es la encargada de establecer unas actividades para dirigir el flujo de bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor; algunas de sus principales funciones son: investigación de mercado, definir diseños para la presentación de los productos, determinar productos y realizar la promoción y la publicidad.

“También encontramos el área de producción”¹², que es la encargada de la transformación de las materias primas en productos terminados, mediante la utilización de personas, maquinas e insumos; algunas de sus principales funciones son: seleccionar las maquinas y los equipos adecuados para la producción, el

¹⁰DAVID, F. Conceptos de Administración Estratégica. México. 1997. Citado por: MARIÑO, Amparo; CORTÉS Félix; GARZÓN, Luis Alejandro. Herramienta de software para la enseñanza y entrenamiento en la construcción de la matriz DOFA.

¹¹SOLIS, Eddy. ESCOBAR, Rafael. Manual de capacitación de pequeñas centrales hidráulicas. Perú. 2008. Pág. 29.

¹²SOLIS, Eddy. ESCOBAR, Rafael. Manual de capacitación de pequeñas centrales hidráulicas. Perú. 2008. Pág. 29.

abastecimiento de las materias primas, la organización del espacio físico destinado a la producción, el almacenamiento de las materias primas, insumos, productos en proceso y productos terminados, y el control de la calidad.

Por otro lado “tenemos el área de costos”¹³ que se encarga del sistema de costeo, basado en la información que entra y sale de ella, “se valora el consumo de los inventarios según el método de valuación definido por el área contable financiera”¹⁴; que es la encargada de la consecución y el control de los recursos, de realizar los presupuestos, analizar los costos, realizar los registros contables y analizar los estados financieros.

Por último tenemos el área administrativa que “es el eje a través del cual se maneja la empresa. Tiene que ver con todas las demás áreas, ya que coordina, centraliza y distribuye las acciones, funciones y recursos que comprenden éstas, así como todos los puestos que existen, y por ende, todas las personas que laboran en la empresa”¹⁵.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Planeación estratégica: “Es un proceso que mantiene unido al equipo directivo para traducir la misión, visión y estrategia en resultados tangibles; asimismo, reduce los conflictos y fomenta la participación y el compromiso en todos los niveles de la organización con los esfuerzos requeridos para hacer realidad el futuro que se desea”¹⁶.

Microempresas: Según el artículo 2 de la ley 590 del 2000, modificado por la ley 905 de 2004 “Para todos los efectos, se entiende por micro incluidas las Famiempresas pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana”¹⁷, en este caso para diferenciarse de los otros tipos empresa, la micro empresa debe tener, según esta misma ley: “Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores

¹³ AGUIRRE, José Gabriel. Sistema de Costeo: La asignación del costo total a productos y servicios. Bogotá 2004. Pág. 40.

¹⁴ Diapositivas. Diplomado – Formación de asesores empresariales. Fundación Carvajal. 2014

¹⁵ Montalván, César. Los recursos humanos para la pequeña y mediana empresa. México 1999. Pág. 22.

¹⁶ ORTEGA CASTRO, Alfonso. Planeación Estratégica. México. Pág. 27.

¹⁷ Ley 905 de 2004. Congreso de Colombia. Agosto 2 de 2004.

y Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes”¹⁸

Áreas funcionales: son las actividades más importantes en la empresa, por medio de las cuales se alcanzan las metas y objetivos.

Asesoría empresarial¹⁹: Es el proceso de transferencia e intercambio de información, con el propósito de orientar al empresario en la identificación de problemas o núcleos problemáticos de la gestión de su empresa. Busca crear alternativas de solución a problemas específicos que faciliten la toma de decisiones del empresario, con mayores niveles de eficiencia y obtención de resultados.

2.3 MARCO CONTEXTUAL

Los microempresarios asesorados se encuentran ubicados en la comuna 15 en el oriente de Cali en el Distrito de Aguablanca.

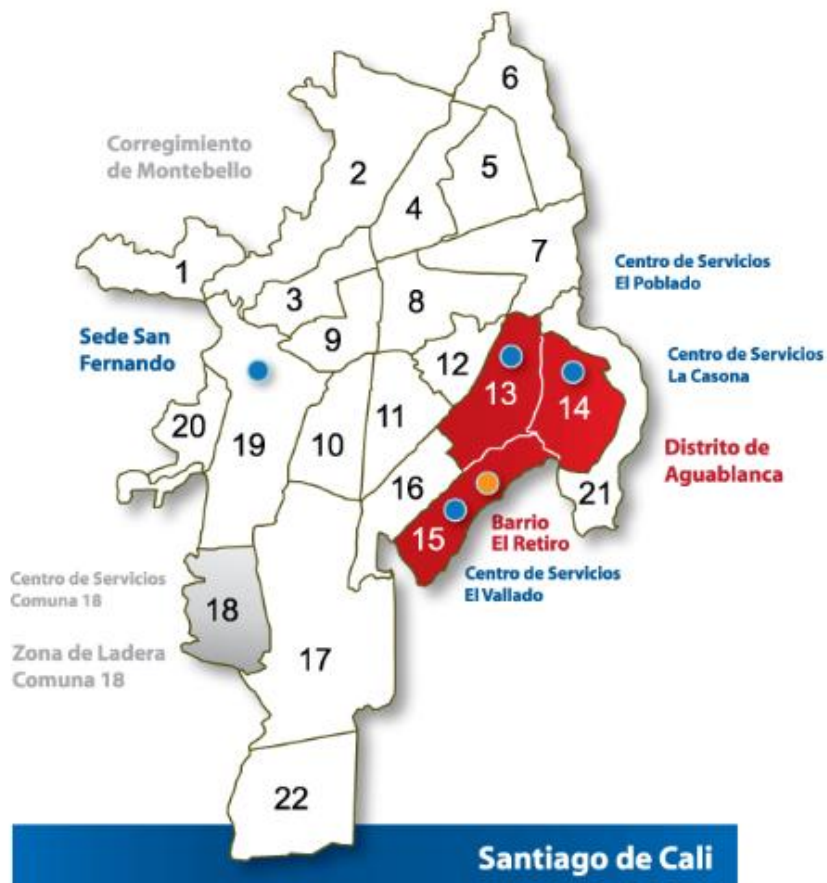
2.3.1 Localización

La comuna 15 se encuentra ubicada en el suroriente de la ciudad. Limita al norte con las comunas 13 y 14, al sur y oriente con el corregimiento de Navarro y al occidente con las comunas 13 y 16 (Dagma, 2005).

¹⁸ IBID.

¹⁹ Diapositivas. Diplomado – Formación de asesores empresariales. Fundación Carvajal. 2014

Ilustración 1. Mapa de la Comuna 15



Fuente:

http://www.fundacioncarvajal.org.co/sitio/index.php?option=com_k2&view=item&id=47:distrito-de-aguablanca&Itemid=4&lang=es

2.3.2 División Política

La comuna 15 está compuesta por cuatro barrios (El Retiro, Los Comuneros I Etapa, Laureano Gómez, Vallado), tres urbanizaciones (Ciudad Córdoba, Mojica, El Morichal) y sectores, solo el 1,6% de los barrios de la ciudad se encuentra en esta comuna. Por otra parte, las urbanizaciones y sectores de esta comuna corresponden al 3,4% del total. Esta comuna posee 948 manzanas, es decir, el 6,8% del total de toda la ciudad (Dagma, 2005).

La comuna 15 está conformada por los siguientes barrios:

Cuadro 3. Barrios comuna 15

BARRIO	ESTRATO
El Retiro	1
Los Comuneros I etapa	2
Laureano Gómez	1
El Vallado	3
Ciudad Córdoba	2
Mojica	1
Bajos Ciudad Córdoba	2 y 3
Morichal de Comfandi	

Fuente: Dagma. Macroproceso de Gestión Ambiental Comunitaria 2005

Estos sectores están legalmente constituidos y tienen junta de acción comunal.

2.3.3 Demografía

La Comuna 15 cuenta con un población total de 147.457 habitantes (Datos año 2.005), de los cuales el 47.4% son hombres y el 52.6% son mujeres, la distribución poblacional por edades se presenta en el siguiente cuadro (Dagma, 2005).

Cuadro 4. Distribución poblacional por edades comuna 15

Rango de edad	Población total	Porcentaje
1 - 9 Años	39.303	31.5 %
10 - 19 Años	26.349	21.1 %
20 - 29 Años	23.608	19.0 %
30 - 54 Años	30.357	24.4 %
> 55 Años	5.028	4.0 %

Fuente: Dagma. Macroproceso de Gestión Ambiental Comunitaria 2005

2.3.4 Vivienda

En la comuna 15 presenta un mayor número de hogares con déficit de vivienda. El 28% de los hogares vive en casa arrendada, mientras el 62% vive en casa propia. El restante 10% vive en otras condiciones, la comuna 15 exhibe como característica principal el desarrollo de viviendas de interés social, debido a su localización en una zona de elevada demanda de vivienda especialmente en las

áreas libres y en las de densificación y consolidación de zonas medianamente desarrolladas (Dagma, 2005).

El desarrollo urbanístico de la zona se ha consolidado a partir de asentamientos subnormales mejorados en algunos casos por la intervención estatal y por otro lado está el agenciado por programas oficiales de vivienda (Dagma, 2005).

Hay actualmente 11 asentamientos de desarrollo incompleto, los cuales corresponden a familias que han invadido diversos sitios. De acuerdo al POT en estos asentamientos hay aproximadamente 2300 viviendas en las cuales habitan más de 2150 familias; la invasión más numerosa es la de Brisas de Comuneros en la cual habitan más de 1200 familias, en su gran mayoría pertenecientes a la costa pacífica, otro tanto al departamento del Cauca y otros al resto del país. Los servicios públicos son obtenidos fraudulentamente, sus viviendas aun son en láminas de cartón o esterillas, aunque hay muchas viviendas levantadas en material. Otra invasión de gran numero es la colonia nariñense en ella habitan más de 450 familias, la mayoría provenientes del sur del país, tienen sus viviendas construidas en material, los servicios públicos son tomados en forma ilegal, las construcciones no poseen un ordenamiento de planificación; el resto de invasiones son denominadas así: Brisas del Valladolid; sus habitantes son de la costa el Cauca y del interior del país; Brisas de las Palmas, El Encanto Capri, Cinta Comuneros, las Gorditas, África, el valladito, estas últimas son las que forman las invasiones ubicadas en la comuna 15 (Dagma, 2005).

2.3.5 Salud

En materia de salud, las tendencias son preocupantes; las esperanzas de vida al nacer ha disminuido desde el año 1985, es de 70.5 años en el 2003, y es menor en los estratos más bajos de la población, debido a los diferentes conflictos que existen entre sus habitantes en especial el problema de la violencia (Dagma, 2005).

Las enfermedades más comunes que afectan a la población son las infecciones respiratorias agudas IRA, la diarrea, enfermedades Cardio-Cerebro vasculares y las enfermedades de transmisión sexual, en un segundo nivel las causas de consulta más frecuente son las enfermedades bacterianas y parasitarias, generadas por las precarias condiciones ambientales en algunos sectores de la Comuna, la hipertensión y enfermedades del aparato urinario, en un menor grado aparecen las enfermedades dermatológicas y heridas. La tasa de mortalidad materna ha disminuido en los últimos años; sin embargo el 465 de las mujeres que murieron hacían parte del proceso prenatal, lo cual estaría asociado con las deficiencias en la prestación de este servicio de salud y con el ingreso tardío de las mujeres a dicho control. La primera causa de mortalidad en la población corresponde a homicidios y lesiones personales, que representan el 81% de la totalidad de las muertes ocurridas (Dagma, 2005).

Otro factor preocupante en el tema de la salud tiene que ver con el porcentaje de nacimientos, siendo las cifras más altas las que se presentan entre mujeres entre los 15 a 19 años, siendo estas jóvenes casi adolescentes, aspecto que sumado a las difíciles condiciones socioeconómicas aumentan los círculos de pobreza en el sector (Dagma, 2005).

2.3.6 Educación

En la comuna 15 hay 182 centros educativos, la mayoría de ellos son privados y van desde hogares infantiles hasta grado de secundaria, el total de colegios oficiales es de nueve establecimientos, los cuales se encuentran divididos en toda la comuna (Dagma, 2005).

Es decir, que en la comuna 15 existen diferentes tipos de instituciones oficiales, privadas y comunitarias, la infraestructura que presentan los planteles educativos, es deficiente, la planta física de la mayoría de estos centros no ha sido construida para tal fin y generalmente funcionan en casas unifamiliares que no tienen una adecuada distribución de espacios, iluminación ni ventilación, estas edificaciones carecen de espacios recreativos indispensables. El mobiliario y dotación de los planteles es igualmente precario (Dagma, 2005).

Cuadro 5. Centros educativos comuna 15

Centros docentes públicos y privados	
Preescolar: 96 establecimientos	Alumnos matriculados: 3.993
Primaria: 95 establecimientos	Alumnos matriculados: 14.694
Secundaria: 41 establecimientos	Alumnos matriculados: 7.713

Centros docentes oficiales	
Dámaso Zapata	Tayrona Pilar II
Miguel de Pombo	Mojica
Niño Jesús de Atocha	Mojica
Alfonso Bonilla Naar	Comuneros I
Fe y Alegría-La Presentación	Comuneros I
José Ramón Bejarano	El Vallado
Ciudad Córdoba	Ciudad Córdoba
Colegio Carlos Holguín Mallarino	Comuneros I Calendario A
Colegio Técnico	Laureano Gómez El Retiro (en construcción)

Fuente: Dagma. Macroproceso de Gestión Ambiental Comunitaria 2005

2.3.7 Uso del suelo

La Comuna 15, se encuentra localizada en la parte oriental de la ciudad, en la suela plana del Valle Geográfico del Río Cauca en la denominada zona de vida de bosque seco tropical (Dagma, 2005).

En esta área predominan cauces antiguos o abandonados de lechos de ríos o arroyos, los cuales forman tapones arcillosos creando lagunas semilunares acompañadas de depósitos aluviales. Sobre esta porción también se destacan depósitos de albardones naturales producidos durante inundaciones en períodos geológicos recientes (Dagma, 2005).

Esta zona se encuentra bajo el "cono del Río Meléndez" en donde se encuentran depósitos de flujos de escombros de la formación volcánica y se han detectado bloques de gran tamaño, probablemente asociados a avenidas torrenciales durante fases de cambios climáticos cuaternarios. Este sector es una llanura inundable de suelos blandos, ubicados por debajo de las costas del Río Cauca (Dagma, 2005).

Debe destacarse que la represa de Salvajina, que tuvo como uno de los propósitos regular el Río Cauca, ha servido para mitigar las inundaciones en el área urbana de Cali (Dagma, 2005).

El Estatuto de Usos del Suelos y Normas Urbanísticas, Acuerdo 30 del 21 de Diciembre de 1993, define para la Comuna 15 cuatro áreas (Dagma, 2005) de actividad principal:

- Áreas de Actividad Residencial R4 (de consolidación)
- Áreas de Actividad Residencial R5 (de Vivienda de Interés Social)
- Los Corredores Viales
- El Cinturón Ecológico.

Área de Actividad Residencial R-4 de Consolidación:

Comprende sectores residenciales suficientemente conformados y en proceso de consolidación, que presentan un estado de desarrollo incompleto (Dagma, 2005).

Los usos del suelo permitidos en el Área de Actividad R-4 son los siguientes:

- Uso Principal: Vivienda.
- Usos Complementarios: Comercial, Industrial, Servicios e Instituciones.

Área de Actividad Residencial R-5 de Vivienda de Interés Social:

El Área de Actividad Residencial R-5, de Vivienda de Interés Social, podría desarrollarse con los siguientes sistemas de urbanización (Dagma, 2005):

- Sistema de urbanización de lote individual
- Unidad básica
- Sistema de urbanización de conjuntos de vivienda en lotes individuales
- Sistema de urbanización de conjunto vertical.

Una buena parte de la comuna 15 ha seguido el patrón de desarrollo urbanístico de las comunas 13 y 14 junto con las cuales, forma el Distrito de Aguablanca, es decir, comparte el patrón de desarrollo de asentamientos originados a partir de asentamientos subnormales, sin cumplir con los requisitos legales establecidos(Dagma, 2005).

Los barrios El Vallado, Mojica y "Ciudad Córdoba" constituyen la excepción, porque los dos primeros fueron proyectados por INVICALI y el último por un empresario privado de la construcción (Dagma, 2005).

Corredores Viales.

El Estatuto de Usos del Suelo y Normas Urbanísticas establece los Corredores Urbanos para la asignación de actividades. Se clasifican en Corredores regionales, Corredores Urbanos Principales, Corredores Urbanos Secundarios (Dagma, 2005).

Esta clasificación funcional de las vías urbanas tiene en cuenta aspectos como las características del tránsito, usos del suelo y funcionalidad, entre otros (Dagma, 2005).

- C.U.P. Corredor Urbano Principal: Carrera 29 y Carrera 28D.
- C.U.S. Corredor Urbano Secundario: Calle 54, Calle 55 y Carrera 50.

Para cada uno de estos corredores viales, el Estatuto de Usos del Suelo y Normas Urbanísticas, define una tipología de uso del suelo, de acuerdo a los impactos ambientales, urbanísticos y sociales que puedan generar(Dagma, 2005).

- **Cinturón Ecológico.**

El Acuerdo 17 de 1993 definió como Cinturón Ecológico y Área de Parque y Recreación, una franja de terreno entre el perímetro urbano y el perímetro suburbano del área de expansión, hacia el área rural del Corregimiento de Navarro. Esta franja tiene como uso fundamental y único el recreativo (Dagma, 2005).

2.3.8 Cultura

Insuficientes espacios físicos y programas para la recreación, la cultura y el deporte. El poco interés de la administración municipal por construcción y

mantenimiento de espacios comunitarios, culturales, recreacionales y deportivos para el buen uso del tiempo libre de niños, jóvenes y adultos mayores, la débil organización del comité central de deporte y la falta de apoyo a las escuelas deportivas y culturales surgen como las principales causas de este problema. Dentro de las consecuencias de la existencia de este problema la comunidad enunció la baja competitividad deportiva de diversas disciplinas en la población, la inestabilidad y deserción de gestores culturales y deportivos afectando la consolidación de los procesos y el incremento de consumo de sustancias psicoactivas (SPA) en población joven y niños (Dagma, 2005).

2.3.9 Economía

El 74,3%, de la población en las edades productivas (10 a 64 años) mientras que la población mayor representa el 3.6%. El 69,9% pertenecen al sector comercio, 19,8% al sector servicios y 10,3% a la industria. De esas unidades económicas, el 98,3% corresponde a micro empresas, 1,4% a pequeñas, 0,3% a medianas y tan solo el 0,1% a empresas grandes (Dagma, 2005).

La comuna 15 tan solo el 4,2% tiene experiencia migratoria internacional. Del total de personas de estos hogares residentes de forma permanente en el exterior el 48,5% está en España, el 21,9% en Estados Unidos y el 5,2% en Venezuela (Dagma, 2005).

Existen altos niveles de desempleo y subempleo. Por otra parte, la comunidad considera que la ausencia de programas de apoyo, fomento y crédito al sector microempresarial no posibilita que existan fuentes de empleo en la comuna (Dagma, 2005).

3. RESULTADOS DE LA INTERVENCION

3.1 ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA MICROEMPRESA LAS DELICIAS A & Y

3.1.1 Datos Generales

Cuadro 6. Datos Generales de LAS DELICIAS A & Y

• Nombre de la empresa: Las Delicias A & Y
• Nombre del empresario: María Yuly Angulo
• Descripción Producto: Frituras (Productos a base de harina de trigo)
• Sector Económico al que pertenece: Industrial
• Antigüedad del Negocio: 4 Meses, Inicio en Mayo de 2014.
• No empleados: No tiene actualmente. El negocio es atendido por sus dos propietarios
• Ubicación de la empresa: Calle 41 con Carrera 31 Esquina- Barrio el Diamante
• Productos: Buñuelos, Pandebonos, dedos, hojaldres, arepas, chorizos, café
• Productos potenciales: Empanadas, papas aborrajadas, papas rellenas.
• Área: 2 x 2 m ² Punto de Venta Esquina Droguería en el barrio el Diamante
• Clientes: Vecinos de la zona, Colegios, negocios

Fuente: Elaboración Propia

3.1.2 Perfil del empresario

Ilustración 2. Empresaria María Yuly Angulo



- Nombre: María Yuly Angulo
- Edad: 25 años
- Barrio: El Poblado
- No hijos: 2
- Nivel Escolaridad: Bachiller. Realizó cursos de peluquería.
- Estado Civil: Unión libre
- No posee casa propia, paga arriendo.
- Experiencia Laboral: Más de 20 años-Trabajó en restaurantes en Guapi su ciudad natal, Hoteles y su último trabajo fue en oficios varios.

3.1.3 Reseña histórica

“Me llamo María Yuly Angulo, vivo con mis dos hijos y mi esposo Anderson en el barrio el Poblado. Hasta hace cinco meses trabajé en oficios varios y mi esposo en una Panadería, pero nos aburrimos de trabajar para otros. Fue así como decidimos iniciar el negocio de frituras y caminamos bastante para ubicar un punto adecuado que fuera movido y muy comercial, por la casa es un punto muy muerto y caminando por los barrios aledaños observamos un punto muy bueno en el Barrio el Diamante, en la esquina de una droguería. Hablamos con el administrador y no vio problema alguno que trabajáramos allí nos dio permiso y desde entonces le pagamos \$1000 diarios por el espacio y cerca a este Punto pagamos \$2.000 diarios para guardar las cosas.

Iniciamos con \$150.000 prestados y la vitrina, mesa y demás fueron prestados. Los primeros días fueron muy duros se vendían máximo \$8.000, no teníamos termo entonces no podíamos ofrecer café y la mayoría no compraban por esta razón. Ya en la segunda semana las ventas empezaron a aumentar.

Nuestra meta es contar con un local amplio, que se puedan colocar mesas y sillas, ofrecer más productos y tener un ayudante. Contar con una moto para hacer domicilios a barrios cercanos.”

Ilustración 3. Punto de Venta Las Delicias A & Y



3.1.4 Área de Costos

La microempresaria recibe asesoría empresarial por segunda vez. La primera vez recibió asesoría como microempresaria de la empresa Tostarepa pero no aplicó la metodología aprendida en su nuevo negocio. Identifica que la microempresa genera utilidades por que obtiene unas ventas superiores al costo de los insumos, y puede suplir sus necesidades familiares, por decirlo de alguna manera, es la forma en que la microempresaria identifica que el negocio le genera ganancias.

No conoce los costos fijos y variables, punto de equilibrio, margen de contribución, y no tiene establecido el sueldo del empresario. Conoce el día de ventas altas, bajas y medias.

Cuadro 7. Fortalezas y debilidades en el área de Costos de la Microempresa Las Delicias A & Y.

Debilidades	Fortalezas
No se lleva ningún registro de las ventas y compras	La mamá de Anderson tuvo negocio de arepas y contó con el acompañamiento de la Fundación Carvajal. En ese momento María Yuly y su esposo Anderson fueron ayudantes del negocio, por lo tanto conoce la metodología en esta área.
No se ha asignado sueldo para la microempresaria	Cuenta con proveedores cercanos
No conoce costos fijos y variables y margen contribución	Presupuesto establecido de compras diarias
No conoce el punto de equilibrio	

Fuente: Elaboración Propia

- **Estado de pérdidas y ganancias por costos**

De acuerdo a la estimación realizada las utilidades finales, luego de cubrir costos fijos, variables y gastos son de aproximadamente \$423.000, aunque son las ideales, no se ven reflejadas en la mejora o compra de equipos, aunque según informan los empresarios ellos realizan un ahorro destinado para un viaje familiar y en muchas ocasiones salen imprevistos familiares que deben cubrir con la utilidad.

Tabla 1. Estado de pérdidas y ganancias por costos en Septiembre de 2014 de la Microempresa Las Delicias A & Y

	%	ESTUDIO COSTOS
VENTAS PROMEDIO MES	100%	\$ 3,535,714
COSTOS VARIABLES (-)	50%	\$ 1,750,975
MARGEN DE CONTRIBUCION (=)	50%	\$ 1,784,739
COSTOS FIJOS Y GASTOS (-)	39%	\$ 1,361,825
UTILIDAD	12%	\$ 422,914

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

- **Margen de contribución**

El margen de contribución de la industria es del 50.5%, el empresario estimaba el 60%, pero más sin embargo este es el margen según la tendencia en este tipo de negocios. Los precios de venta los calcula en base al costo de sus productos y el esposo de la empresaria conoce el costo por producto. Para mejorar el margen de contribución tendría que comprar en volúmenes grandes, le otorgarían descuentos y despacharían, pero esto sería posible cuando su negocio crezca y tenga un espacio adecuado para almacenar la materia prima.

Tabla 2. Margen de contribución Las Delicias A & Y Septiembre de 2014

PRODUCTO	UNIDADES VENDIDAS MES A	PRECIO DE VENTA DEL PRODUCTO B	COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO C	MARGEN DE CONTRIBUCION DE LA UNIDAD B-C=D	MARGEN DE CONTRIBUCION EN PORCENTAJE D/B X 100	VENTA DEL MES DE CADA PRODUCTO AXB	MARGEN DE CONTRIBUCION MES POR PRODUCTO AXD
HOJALDRA	1,296	300	141	\$ 159	53%	\$ 388,800	\$ 205,756
BUÑUELO	864	300	132	\$ 168	56%	\$ 259,200	\$ 145,314
DEDO CON QUESO	240	300	154	\$ 146	49%	\$ 72,000	\$ 34,965
PANDEBONO	960	300	133	\$ 167	56%	\$ 288,000	\$ 159,860
CHORIZO	1,296	1,000	539	\$ 461	46%	\$ 1,296,000	\$ 597,680
AREPA	192	600	214	\$ 386	64%	\$ 115,200	\$ 74,052
CAFÉ 7 OZ	7	500	68	\$ 432	86%	\$ 3,500	\$ 3,024
VASO GASEOSA 7 OZ	96	500	224	\$ 276	55%	\$ 48,000	\$ 26,496
TOTALES DEL MES						2,470,700	\$ 1,247,147

MARGEN DE CONTRIBUCION INDUSTRIA

50.5%

COSTO VARIABLE DE INDUSTRIA

49.5%

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

- **Costos y gastos fijos**

De acuerdo a la información suministrada los costos fijos son moderados y están de acuerdo a lo que se requiere para el negocio. Actualmente no se puede tener el

negocio en la vivienda actual, pues la vivienda está ubicada en una calle poco transitada y no es comercial, lo único que se podría conseguir es vivienda en el sector comercial donde está su punto (Barrio el Diamante) y que el negocio funcione allí mismo teniendo un espacio adecuado, pero que el arriendo no sobrepase el actual presupuesto.

Dentro de los gastos de administración se encuentra el sueldo del empresario, depreciación y transporte. De estos tres rubros el más alto es el sueldo del empresario, debido a que se debe pagar arriendo, diezmos y el señor Anderson Carreño debe enviar mensualmente a sus hijos, que viven en Caquetá, una cuota mensual, por lo que del negocio dependen dos familias y la carga es alta.

Tabla 3. Costos Fijos y Gastos Administrativos Las Delicias A & Y Septiembre de 2014

COSTOS FIJOS

DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 4,300	0.3%
DEPRECIACION LOCALES		
ARRENDAMIENTO	\$ 84,000	6.2%

INSUMOS Y OTROS

CARBON (3 BULTOS POR MES)	\$ 48,000	3.5%
ACEITE (3 GALONES POR MES)	\$ 153,000	11.2%
RECARGA PIPA GAS (2 PIPAS * 2 RECARGAS C/U MES)	\$ 120,000	8.8%
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 409,300	30.1%

GASTOS ADMINISTRATIVOS

SUELDO EMPRESARIO	\$ 946,000	69.5%
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	\$ 525	0.0%
TRANSPORTE ADMINISTRATIVO	\$ 6,000	0.4%
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 952,525	69.9%
TOTAL COSTOS FIJOS MAS GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 1,361,825	

OTROS INGRESOS

CELULAR		
ARRIENDOS		
CHANCE		
TOTAL OTROS INGRESOS		

TOTAL COSTOS FIJOS MAS GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 1,361,825
--	---------------------

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

- **Sueldo del empresario**

Es el rubro más alto dentro de los gastos de administración porque del sueldo dependen los hijos de María Yuly que viven con ellos y los hijos de Anderson que viven en el Caquetá, adicionalmente pagan arriendo y pagan el diezmo. Los empresarios comentan que en el mes deben generar otros ingresos como realizar turnos en una panadería y pagan el día a \$30.000 pero esto es ocasional y María Yuly presta servicios de belleza ocasionalmente en una peluquería en el centro de Cali, a amigas y vecinas del sector.

Tabla 4. Sueldo empresario Las Delicias A & Y Septiembre de 2014

SUELDO EMPRESARIO

ACTUAL	
CONCEPTO	VALOR
ALIMENTACION	\$ 300,000
TRANSPORTE FAMILIA	\$ 36,000
ARRIENDO DE LA CASA	\$ 270,000
SERVICIOS PUBLICOS CASA	\$ 20,000
TELEFONO	
GAS DOMICILIARIO	\$ 20,000
PARABOLICA	
CUOTAS CREDITOS PERSONAL	\$ 40,000
CUOTA TARJETA DE CREDITO	
DIEZMOS	\$ 10,000
ALIMENTACION HIJOS ANDERSON	\$ 130,000
TRANSPORTE COLEGIO NIÑOS	\$ 120,000
TOTAL SUELDO	\$ 946,000

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

- **Costos Variables**

Las compras de la materia prima las realiza en la Quesera el Clown, ubicada en el barrio el Poblado. Las compras son al detal y no le otorgan descuentos. No compra en grandes cantidades porque no cuenta con un espacio adecuado para almacenar la materia prima. Los costos son favorables y de calidad. Los empaques como la servilleta, bolsas de papel o bolsas de plástico son los

adecuados para este tipo de productos y no son muy costosos. Los materiales son medidos adecuadamente pues el esposo de la empresaria es Panadero y la precisión de las medidas es la clave para un buen producto.

Tabla 5. Costos Variables Las Delicias A & Y Septiembre de 2014

LISTADO COSTOS VARIABLES

Material	Presentación del material en volumen	Valor de compra según presentación
CHORIZO	UNIDAD	\$ 500
AREPA	UNIDAD	\$ 200
CAFÉ	LIBRA	\$ 6,000
GASEOSA	LITRO	\$ 2,000
COLMAIZ	LIBRA	\$ 1,100
QUESO	LIBRA	\$ 4,500
ALMIDON	LIBRA	\$ 1,600
HUEVOS	UNIDAD	\$ 250
DEDOS	PAQUETE X 10	\$ 1,400
AREPARINA	LIBRA	\$ 900
MANTEQUILLA	LIBRA	\$ 1,800
HARINA	LIBRA	\$ 800
LEVADURA	CUARTO	\$ 900
CEBOLLA CABEZONA	LIBRA	\$ 1,000
CABEZA DE AJO (12 BULBOS*8GR)	UNIDAD	\$ 300
AZUCAR	LIBRA	\$ 800
SAL	KILO	\$ 900

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

LISTADO DE OTROS COSTOS VARIABLES QUE SE USAN

Otro costo variable	Presentación del otro costo variable en volumen	Valor de compra según presentación
VASOS 7 ONZAS X 50	PAQUETE X 50	\$ 1,200
PALO DE CHORIZO X 100	PAQUETE X 100	\$ 1,600
BOLSAS DE PAPEL KILO X 100	PAQUETE X 100	\$ 1,900
BOLSAS DE PAPEL LIBRA X 100	PAQUETA X 100	\$ 1,450
BOLSAS DE PAPEL MEDIA LIBRA X 100	PAQUETE X 100	\$ 900
SERVILLETAS X 320	PAQUETE X 320	\$ 1,700
BOLSA PLASTICA T 15 X 100	PAQUETE X 100	\$ 1,000
BOLSA PLASTICA T 19 X 100	PAQUETE X 100	\$ 1,500

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

- **Ventas**

Las ventas que tiene actualmente en negocio de acuerdo a cifras estimadas informadas por la empresaria, tiene como días altos los lunes, viernes y sábado y como bajos los martes, miércoles y domingos. Las ventas se incrementan por la calidad de los productos y por la ubicación en una esquina vehicular donde transitan vehículos de servicio público y particular y muchas personas, debido que es el sector comercial del barrio el Diamante.

Tabla 6. Ventas semanales Las Delicias A & Y Septiembre de 2014

VENTAS SEMANALES							
	L	M	M	J	V	S	D
ALTO	1				1	1	
MEDIO				1			
BAJO		1	1				1
3	X			\$ 150,000			
DIAS ALTOS				VENTA DIA ALTO			
1	X			\$ 120,000			
DIAS MEDIOS				VENTA DIA MEDIO			
3	X			\$ 85,000			
DIAS BAJOS				VENTA DIA BAJO			
SEMANAL				\$ 825,000			
DIA				\$ 117,857			
MES				\$ 3,535,714			

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

- **Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio diario es de \$89.930 según la estimación realizada con los empresarios y revisando sus ventas en los días altos, medios y bajos, cumplen con el punto de equilibrio superándolo. Cuando en un día bajo se venden 85.000 lo compensa al siguiente día con ventas por encima del punto de equilibrio.

Tabla 7. Punto de equilibrio Las Delicias A & Y Septiembre de 2014

PUNTO DE EQUILIBRIO MES	\$ 2,697,887
PUNTO EQUILIBRIO DIARIO	\$ 89,930

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

3.1.5 Área contable y financiera

La empresaria María Yuly Angulo no realizaba los registros diarios de sus ventas y de sus costos, pese a que había recibido un acompañamiento en el primer semestre, no aplicó lo aprendido en su nuevo negocio y una vez la anterior estudiante dejó de visitarla, volvió a retomar las costumbres habituales. Obtiene de los proveedores las facturas de compra de las materias primas, pero no las conserva adecuadamente, no las archiva y en ocasiones las bota.

Cuadro 8. Debilidades y fortalezas en el área de contable de la Microempresa Las Delicias A & Y.

Debilidades	Fortalezas
No lleva registros contables	Realiza ahorro por medio de alcancías para cubrir sus gastos
No conserva los soportes físicos de las compras	Control presupuesto asignado para compras
No conoce las razones financieras	
Las decisiones de la empresa no las toma con base en la información	
No realiza estados financieros	

Fuente: Elaboración Propia

3.1.5.1 Balance General Inicial y Final:

Se realizó el levantamiento de la información para la elaboración del Balance General Inicial y final de la microempresa tomando los valores que la microempresaria registró en un cuaderno, una vez se le orientó y explicó para que iniciara con los registros diarios de ingresos y egresos, tratando de llevar un control de caja diaria.

Tabla 8. Balance General Inicial Las Delicias A & Y Septiembre de 2014

BALANCE GENERAL INICIAL									
NOMBRE DE LA EMPRESA LAS DELICIAS A & Y					FECHA: 30/09/14				
ACTIVOS					PASIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES					PASIVOS CORRIENTES				
CAJA		\$	55,000	61%	PROVEEDORES	\$ 0	0	0%	
INVENTARIO MATERIA PRIMA		\$	25,175	28%	OTRAS OBLIGACIONES	\$ 0		0%	
INVENTARIO DE PRODUCTO EN PROCESO		\$	10,169	11%					
OTRAS INVERSIONES (cadena)		\$ 0		0%					
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES		\$	90,344	13%	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$	0	0%	
ACTIVOS FIJOS					PASIVOS A LARGO PLAZO				
MAQUINARIA Y EQUIPO		\$	516,000	89%	OBLIGACIONES BANCARIAS	\$ 0			
MUEBLES Y ENSERES		\$	63,000	11%	TOTAL PASIVOS A LARGO PLAZO	\$	0		
					TOTAL PASIVOS	\$ 0		0%	
					PATRIMONIO				
					CAPITAL	\$	150,000	22%	
					UTILIDADES ACUMULADAS	\$	519,344	78%	
					UTILIDADES DEL PERIODO			0%	
TOTAL ACTIVOS FIJOS		\$	579,000	87%	TOTAL PATRIMONIO	\$	669,344	100%	
		\$ 0							
TOTAL ACTIVOS		\$	669,344	100%	TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$	669,344	100%	

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

- **Activos Corrientes**

Posee saldo en caja por \$55.000 que constituye la base para el siguiente día. No posee cartera porque sus ventas son de contado. El comportamiento y rotación de los inventarios es diario, la empresaria adquiere la materia prima diariamente. No posee inversiones.

- **Activos fijos**

La maquinaria y equipo representa el 89% sobre el total de activos fijos y muebles y enseres representa el 11% sobre el total de activos fijos. La maquinaria y equipo están siendo utilizados eficazmente y no existen activos fijos ociosos. La empresaria tiene equipos entregados en comodato por Industrias del Maíz que corresponde a un Horno y Fritadora a gas que se utilizan permanentemente y no se cobra valor alguno por su uso, por lo que la empresaria no asume la depreciación pero debe destinar un ahorro mensual para que en un futuro adquiera sus equipos propios.

- **Patrimonio**

Inició su negocio con un préstamo de \$150.000 de un familiar y le prestaron una mesa y una vitrina. Con el préstamo adquirieron termos, sillas, utensilios y compraron materia prima. Fundación Carvajal le apoyó con los equipos en comodato (Fritadora y Horno) entregados por Industrias del Maíz. A pesar de que el negocio arroja utilidades no se están reservando y se cubren obligaciones extraordinarias de familiares y para cubrir imprevistos. Otra parte de las utilidades se destina para ahorrar para un viaje familiar.

- **Análisis Vertical**

Para realizar este análisis se revisan las cifras más significativas del balance general inicial. Los activos fijos representan el 87% del total de los activos, por lo que esta tendencia es normal por el tipo de actividad que ejercen, donde se debe realizar una fuerte inversión en maquinaria y equipo. Dentro de la maquinaria y equipo los más representativos son el asador y la nevera. En cuanto al patrimonio el 78% está representado por las utilidades acumuladas, las cuales la empresaria manifiesta no reservarlas y se utilizan para imprevistos familiares. Dichas utilidades no se ven reflejadas en el negocio.

- **Análisis Horizontal**

Para realizar el análisis horizontal de la empresa las Delicias A & Y, se deben comparar las cifras de periodos uniformes, es decir de un periodo a otro y evaluar la variación de los rubros así

Tabla 9. Balance General comparativo Las Delicias A & Y

LAS DELICIAS A & Y
BALANCE GENERAL COMPARATIVO
AL 31 DE OCTUBRE DE 2014

	30/09/2014	31/10/2014	
ACTIVOS	BALANCE INICIAL	BALANCE FINAL	CAMBIOS
CAJA	\$ 55,000	\$ 140,800	156.0%
INVENTARIOS	\$ 35,344	\$ 23,070	-34.7%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 90,344	\$ 163,870	81.4%
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 516,000	\$ 516,000	0.0%
MUEBLES Y ENSERES	\$ 63,000	\$ 63,000	0.0%
DEPRECIACIONES	\$ 0	\$ 4,825	
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 579,000	\$ 574,175	-0.8%
TOTAL ACTIVOS	\$ 669,344	\$ 738,045	10.3%
PASIVOS			
CAPITAL	\$ 150,000	\$ 150,000	0.0%
UTILIDAD ACUMULADA	\$ 519,344	\$ 519,344	0.0%
UTILIDAD DEL PERIODO	\$ 0	\$ 68,701	
TOTAL PATRIMONIO	\$ 669,344	\$ 738,045	10.3%
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 669,344	\$ 738,045	10.3%

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

Se presentó incremento en el saldo en caja debido a que no se habían adquirido las materias primas del día y se había incluido otros ingresos obtenidos por la empresaria por servicios de peluquería. La disminución en inventarios se debe a que en el momento de toma de inventarios los empresarios no habían comprado aún la materia prima. El activo fijo presentó disminución por los efectos de la depreciación. Los activos crecieron en un 10.3% respecto al periodo anterior. En cuanto a los pasivos no existe endeudamiento ni a corto ni largo plazo. En cuanto al patrimonio se presentó un aumento favorable del 10,3% representado en la utilidad del periodo.

3.1.5.2 Estado de Resultados

Se realizó el levantamiento de la información para la elaboración del Estado de Resultados de la microempresa tomando los valores que la microempresaria

registró en un cuaderno, una vez se le orientó y explicó para que iniciara con los registros diarios de ingresos y egresos.

Tabla 10. Estado de Ganancias o pérdidas Las Delicias A & Y

ESTADO DE GANANCIAS O PERDIDAS				
EMPRESA	LAS DELICIAS A&Y			
PERIODO DE	01-oct-14	A	31-oct-14	
VENTAS				%
Ventas al Contado	\$ 2,197,900			85%
Otros ingresos	\$ 380,000			15%
TOTAL VENTAS			\$ 2,577,900	100%
COSTO DEL PRODUCTO VENDIDO				
Inv. Inicial de Materia Prima	\$ 25,175			
Inv. Inicial de Producto en Proceso	\$ 10,169			
TOTAL INVENTARIOS INICIALES			\$ 35,344	
Compras de Materia Prima.				
	Contado	\$ 1,008,750		
Costos de Fabricación				
	Salarios y prestaciones			
	Costos producción	\$ 381,300		
TOTAL COSTOS DE FABRICACION			\$ 1,390,050	
Inv. Final de Materia Prima	\$ 12,910			
Inv. Final de Producto en Proceso	\$ 10,160			
TOTAL DE INVENTARIOS FINALES			\$ 23,070	
(-)COSTO DEL PRODUCTO VENDIDO			\$ 1,402,324	54%
(=) UTILIDAD BRUTA			\$ 1,175,576	46%
GASTOS DE ADMINISTRACION				
	Salarios de Adm.			
	Gastos Administración	\$ 1,106,875		
(-)TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION			\$ 1,106,875	43%
(=) UTILIDAD LIQUIDA			\$ 68,701	3%

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

- **Análisis Vertical**

Se observa un comportamiento poco favorable del 100% obtenido por ventas de contado y otros ingresos. Respecto al 100% de ventas, el 54% corresponde a costo del producto vendido, el 43% a gastos de administración y solo un 3% a la utilidad líquida, debido a la alta carga familiar porque dependen dos familias del negocio, se cubre arriendo. Por otro lado las ventas han disminuido debido a que la fritanga no se está ofreciendo y los socios deben recurrir a otras fuentes de ingreso. Se requiere hacer inversión en los equipos como la vitrina, mesas, sillas y una mesa artesana, para atraer nuevamente a los clientes que consumían fritanga.

- **Ventas**

En cuanto a las ventas han presentado disminución, si lo comparamos con el estudio de costos estimado, debido a que no está ofreciendo fritanga, la cual vendió hasta mitad de agosto, debido a daño en la vitrina. En octubre hubo un daño de agua que duró tres días, los cuales afectaron a los empresarios y decidieron generar otros ingresos realizando turnos en la panadería y María Yuly prestando servicios de peluquería. Octubre es un mes considerado como alto pero al no ofrecer otros productos afecta esta partida.

- **Inventarios**

En el momento de realizar el inventario no se habían realizado las compras de materia prima del día y por eso presentó comportamiento bajo.

- **Compras de materia prima**

Las compras de materia prima son las ideales para la producción diaria. Lo que producen es vendido en su totalidad.

- **Costos de fabricación**

Bajaron un poco porque habitualmente se recarga cada pipa dos veces al mes y solo se requirió de tres recargas, por los días que no salieron a vender debido al daño en el acueducto.

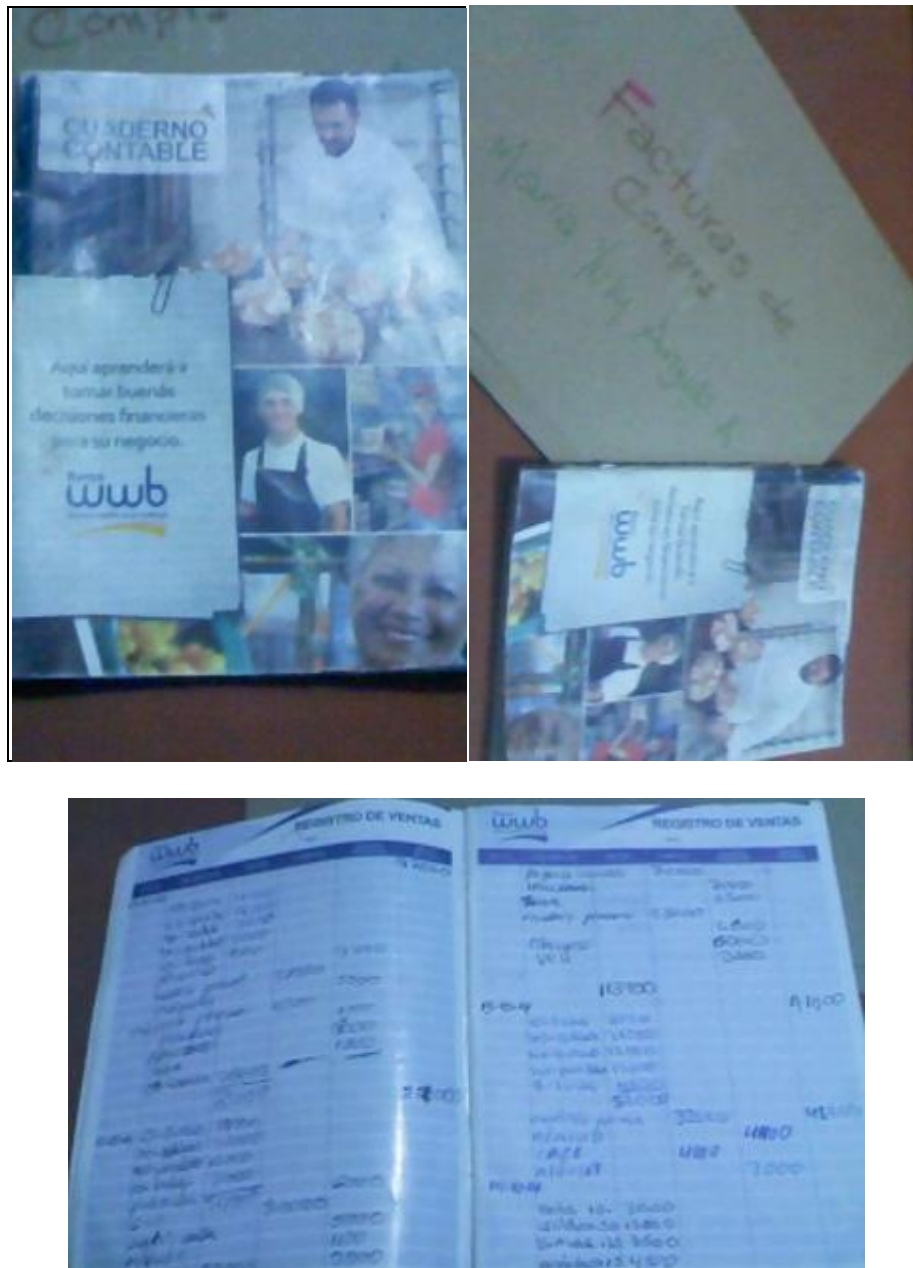
- **Gastos de administración**

Los gastos de administración fueron los más altos, esto se debe a que en el sueldo del empresario se presentan variaciones por alimentación y otros gastos no previstos. La compra diaria en la tienda afecta el presupuesto de alimentación ya que es conocido que es más costoso adquirir la canasta familiar en la tienda.

- **Utilidades**

Las utilidades que arrojó el estado de resultados fueron acordes a las necesidades de los empresarios, es decir cubre todos los costos y gastos fijos y variables y quedó una utilidad para ser destinada a compra de materia prima o ahorro, pero se deben establecer medidas para que genere valor a los dueños.

Ilustración 4. Cuaderno contable y carpeta Las Delicias A &Y



3.1.5.3 Razones e indicadores financieros

Se calculó las razones financieras a partir de la información obtenida de los estados financieros

Tabla 11. Razones e indicadores financieros Las Delicias A & Y

CLASE	RAZONES	FORMULA	BALANCE INICIAL A 30/9/14	BALANCE FINAL A 31/10/14	INTERPRETACION
LIQUIDEZ	CAPITAL DE TRABAJO	AC-PC	\$ 90,344.00	\$ 163,870.00	Hay liquidez de la operación y no posee endeudamiento a corto plazo
	LIQUIDEZ CORRIENTE	AC/PC	\$ 0.00	\$ 0.00	No posee endeudamiento a corto plazo, está en una situación ideal.
	PRUEBA ACIDA	AC-INV/PC	\$ 0.00	\$ 0.00	No posee endeudamiento a corto plazo, está en una situación ideal.
ENDEUDAMIENTO	RAZON DE ENDEUDAMIENTO	PAS/ACT*100	0%	0%	La empresa corresponde en su totalidad a los socios. No posee endeudamiento con los acreedores
	RAZON DE AUTONOMIA	PAT/ACT	100%	100%	Significa que la empresa es 100% de los propietarios. No tiene acreedores
RENTABILIDAD	RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	UTIL LIQ/VENTAS	12.0%	2.7%	El porcentaje de utilidad liquida sobre las ventas promedio es del 12% para el periodo septiembre y del 2.7% para el mes de octubre
	RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS	UTIL LIQ/ACT	63.0%	9.3%	La empresa generó 63 para septiembre % y 9.3% para octubre de rentabilidad sobre sus activos
	RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO	UTILI LIQ/PAT	63.0%	9.3%	La rentabilidad sobre el patrimonio fue del 63% para septiembre y del 9.3%, es decir que los fondos aportados por los socios generaron rentabilidad

Fuente: Elaboración propia.

Luego de revisar las cifras obtenidas en el balance general y estado de resultados tanto inicial como final, se estudian los indicadores financieros más importantes como son los de liquidez, endeudamiento y rentabilidad. En cuanto a la **liquidez**, las razones de prueba acida y liquidez corriente por los dos periodos son las ideales para la empresaria pues no posee endeudamiento ni a corto ni largo plazo, debido a que está en sus inicios y el apoyo que le ofreció Fundación Carvajal con la entrega de equipos en comodato favorece que la empresaria no tenga endeudamiento, se recomienda no recurrir al endeudamiento porque los equipos que le hacen falta puede destinar un ahorro diario y al final de mes adquirir sillas, mesas, mesa artesa y poco a poco comprar la vitrina. En cuanto al capital de trabajo incrementó favorablemente de un periodo a otro lo que indica que hay liquidez en la operación.

En cuanto al **endeudamiento**, la razón de autonomía es del 100% para los dos periodos, que es lo ideal, porque quiere decir que los socios son dueños en un 100% de su empresa y no de los acreedores. Comparado con el balance inicial no se presentaron cambios y continuo estable su comportamiento.

En cuanto a la **rentabilidad**, se evidencia que empresa pasó de generar el 63% en septiembre al 9.3% en octubre de rentabilidad sobre sus activos y patrimonio, es decir que disminuyó de un periodo a otro el valor para los socios, esto básicamente se debe a dos razones, que en el estudio de costos inicial se tomaron cifras estimadas por el empresario que pueden tener sesgo en la información porque no provienen de una fuente documental y su origen es de lo que el empresario estima en promedio de las ventas de septiembre y otra razón se debe a que las ventas en octubre disminuyeron porque no ofrecen fritanga y se presentaron cortes en el acueducto por daño y esto obligó a los empresarios a no atender en esos días, por lo que la utilidad liquida se ve afectada. Por último si revisamos la rentabilidad sobre ventas pasó del 12% al 2.7%, lo que quiere decir que la utilidad se ve afectada por el alto gasto administrativo y los costos variables, que deben ser mejorados en cuanto al sueldo del empresario y también se puede deber a un sesgo en la información porque no proviene de una fuente documental el mes de septiembre.

3.1.6 Área de mercadeo

La empresaria recuerda algunos aspectos de esta área, pero no ha realizado ninguna estrategia de mercadeo para incrementar las ventas y atraer nuevos clientes.

Cuadro 9. Debilidades y fortalezas en el área de mercadeo de la Microempresa Las Delicias A & Y.

Debilidades	Fortalezas
No posee imagen corporativa	El punto de venta es esquinero, en una zona muy comercial y central
No posee dotación de uniformes adecuada	Excelente atención a los clientes, escucha recomendaciones de ellos y las aplica en su negocio.
No se ha fijado metas de ventas	Trabaja en la mañana y en la tarde para atender las necesidades de sus clientes. (Horario definido de atención)
Carecen de estrategias de mercadeo para atraer nuevos clientes	Es una persona muy flexible y aprende con facilidad y su esposo es su principal apoyo.

Fuente: Elaboración Propia

- **Clientes**

Sus clientes están ubicados en el barrio el Diamante, Vergel, Comuneros, Poblado I y Poblado II. Posee una ubicación excelente porque el punto de venta es esquinero en la zona comercial del barrio el Diamante, donde hay tráfico constante de personas y transita transporte público y particular.

[illegible]

http://www.cali.gov.co/ipc/publicaciones/empresa_social_del_estado_ese_oriente_comunas_13_14_15_21_pub

Los productos que la señora María Yuly Angulo produce y vende son: Buñuelos, pandebono, dedos, hojaldras, Café, chorizo, arepa.



La diferenciación en el producto seguirá siendo la calidad de la materia prima y el sabor. La amplia experiencia en la preparación de comida, es otro factor clave porque la gente le agrada el sabor casero de sus preparaciones. Cada quince días prepara tamales tolimenses por pedido. La estrategia es seguir generando confianza en el cliente, la comunicación efectiva y crear marca para diferenciarse de otros negocios. A continuación se muestra la imagen que se trabajó con la empresaria

Ilustración 7. Diseño imagen corporativa Las Delicias A & Y

LAS DELICIAS A & Y



El sabor de casa

Fuente: Elaboración estudiante y empresaria

Con los empresarios se habló acerca de realizar reinauguración para lo cual se repartirán volantes. La empresaria ya definió los colores de sus uniformes y su presentación, la cual llevará bordada la marca de la empresa y se ofrecerá degustaciones.

Se informó sobre cotización realizada en la empresa “Dotaciones Industriales Margarita Giraldo” ubicada en la Cra. 41 B No 48-14 Teléfono 3282435, de los uniformes que corresponden a tres camisas de tres colores diferentes (Naranja, verde y amarillo) tipo polo en algodón, delantal y gorras.

Cuadro 10. Cotización Uniformes Dotaciones Industriales Margarita Giraldo

DESCRIPCION	CANTIDA D	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Camiseta tipo polo color amarillo, anaranjado y verde. En algodón y logo bordado.	6	\$25.000	\$150.000
Delantal en Dril con bordado	2	\$11.000	\$22.000
Gorra con bordado en color amarillo, anaranjado y verde	6	\$10.000	\$60.000
		VALOR TOTAL	\$232.000

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 8. Diseño dotación de uniformes



- **Plaza**

Utiliza el canal de distribución tradicional, que es desde su punto de venta al consumidor final. En el largo plazo se mejorará ofreciendo servicio a domicilio, siempre y cuando tenga otra variedad de productos.

La empresaria informa que están averiguando tentativamente, iniciar otro punto de venta sobre la Av. Simón Bolívar. Pero esto lo decidirá con el préstamo de Fundación Carvajal que está en estudio. Este lugar sería un punto central que cubre los barrios aledaños donde se encuentran sus clientes, aquí lograría darle mayor valor a su imagen corporativa y a su vez ganaría nuevos clientes

- **Publicidad**

La publicidad se da por medio del marketing relacional (Voz a voz por recomendados). No se cuenta con aviso exterior que identifique el negocio o pendón.

Existe un gran potencial para que por medio de la publicidad (Creación nombre) el negocio sea conocido y se mantenga en el recuerdo de los clientes.

La estrategia que se trabajó con la empresaria son: Volantes, Perifoneo, Pendón. En el pendón se colocaría los productos que se ofrece junto con la imagen o marca del negocio. La imagen diseñada fue socializada a la empresaria quien le gusto y quiere incorporarlo en los uniformes y gorras que planea enviar a diseñar.

- **Precio**

El precio lo fijó de acuerdo al costo de los materiales y teniendo en cuenta a la competencia. La forma de pago más común es de contado. Los precios permiten tener un margen de contribución positivo para cada uno de los productos. A continuación detallamos el precio de venta, el costo variable y el margen de contribución que representa tanto en pesos como en porcentaje

Tabla 12. Margen de contribución por producto Las Delicias A & Y Septiembre de 2014

PRODUCTO	PRECIO DE VENTA DEL PRODUCTO B	COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO C	MARGEN DE CONTRIBUCION DE LA UNIDAD B-C=D	MARGEN DE CONTRIBUCION EN PORCENTAJE D/B X 100
HOJALDRA	300	141	\$ 159	53%
BUÑUELO	300	132	\$ 168	56%
DEDO CON QUESO	300	154	\$ 146	49%
PANDEBONO	300	133	\$ 167	56%
CHORIZO	1,000	539	\$ 461	46%
AREPA	600	214	\$ 386	64%
CAFÉ 7 OZ	500	68	\$ 432	86%
VASO GASEOSA 7 OZ	500	224	\$ 276	55%

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

A continuación se detalla la estrategia de precio que se implementa y la que se implementará en la reinauguración:

1. El empresario ya maneja la promoción de 7 pandebonos, 7 buñuelos, o 7 hojaldras por \$2.000, pero no lo tiene visible.

2. En la reinauguración ofrecerá un vaso de café de 3.5 OZ a los taxistas o transportadores de buses gratis.
3. En la reinauguración ofrecerá 8 pandebonos, 8 buñuelos o 8 hojaldras por \$2.000 (1 día)
4. En la reinauguración dará degustación de los buñuelos pero en un tamaño pequeño.
5. Tiene una receta de pandebono nueva con masa de arepa, que disminuirá costos pero que no afecta la calidad del producto.

- **Proveedores**

Se identificaron dos proveedores en la empresa, sin embargo hay una cantidad considerable de ellos en los alrededores. El proveedor que está cerca a su casa le compra en volúmenes pequeños. No se tiene poder de negociación con los proveedores. Los proveedores de la competencia son mayoristas y compran en volúmenes grandes.

Cuadro 11. Proveedores actuales y posibles Las Delicias A & Y.

PROVEEDOR	TIPO	UBICACIÓN	TELEFONO
Quesera el Clown	Actual	Cra 30 No 43 A 62 El Poblado	Tel 4364058, Celular 3157337187
Distribuidora la 29	Otras Opciones de proveedores.	Cra 29 43 68 El Poblado	4374446-4261245 317 5861049
Quesera el Éxito	Actual	El Poblado	

Fuente: Elaboración propia

El procedimiento de compra es que la empresaria adquiere la materia prima diariamente en la Quesera el Clown y el Éxito, ubicada cerca a su casa, no paga transporte por lo que favorece el costo del producto porque no incurre en gastos adicionales. Informa que no puede comprar en volúmenes grandes porque no tiene un lugar adecuado para almacenar y puede contaminarse por los insectos rastreros. Por lo cual es recomendable por el momento continuar realizando las compras de este modo.

- **Competencia**

La empresaria identifica sus competidores directos, que son Panaderías y un puesto ubicado al lado de ellos en una casa. Las panaderías cuentan con buenas instalaciones, experiencia, publicidad, ubicación, y promociones. Sin embargo la empresaria ofrece un buen producto que cumple con las expectativas de los clientes. Además tiene la ventaja que sabe realizar otras preparaciones (Fritanga, comidas caseras) y es reconocida por esto.

Cuadro 12. Análisis de la competencia Las Delicias A & Y.

Factores de éxito de la competencia	NOMBRE DE LA COMPETENCIA		
	María (Enseguida)	Panadería Arrayanes	Panadería el Diamante
Precio de compra de materiales	Igual	Bueno	Bueno
Precio de venta de los productos	Igual	Igual	Igual
Calidad del producto	Malo	Regular	Regular
Atención de los clientes	Regular	Regular	Bueno
Horario de atención	Bueno	Bueno	Bueno
Canal de distribución	Bueno	Bueno	Bueno
Publicidad	Malo	Bueno	Bueno
Presentación y ubicación del local	Malo	Bueno	Bueno
Presentación de los productos	Regular	Bueno	Bueno
Empaque de los productos	Regular	Bueno	Bueno

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

Al comparar Las Delicias A & Y en cuanto al precio de compra de materiales es menos bueno que las panaderías, pues ellas adquieren grandes volúmenes y esto los beneficia en el costo y por lo tanto en el precio. El precio de venta es igual a la competencia. La calidad del producto ofrecida es mejor a la competencia, la empresaria y su esposo han probado los productos de la competencia y su sabor no es el mejor. En cuanto al horario y canal de distribución es igual a la competencia. En cuanto a la publicidad es un aspecto a mejorar pues no posee aviso ni pendón y la competencia lo supera en este aspecto

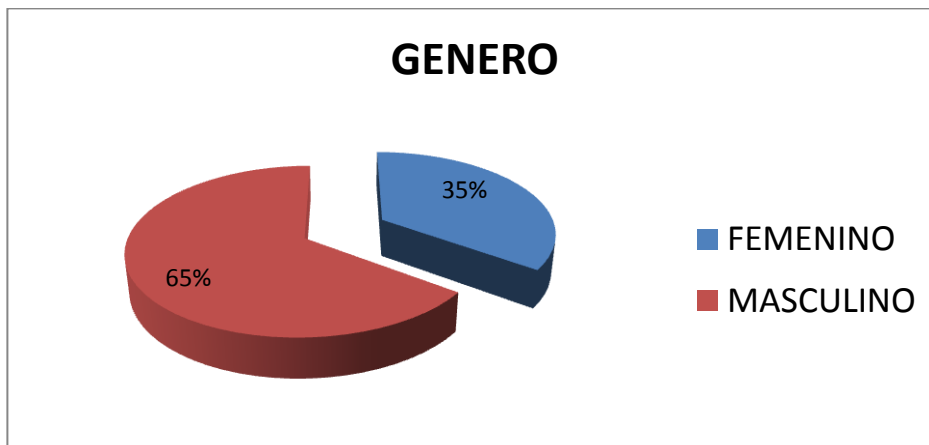
- **Encuesta**

Se realizó una encuesta para conocer tendencias de mercado sobre los productos de elaborados a base de harina. Los objetivos de la encuesta son

- ✓ Evaluar el servicio al cliente
- ✓ Conocer como perciben los clientes los productos

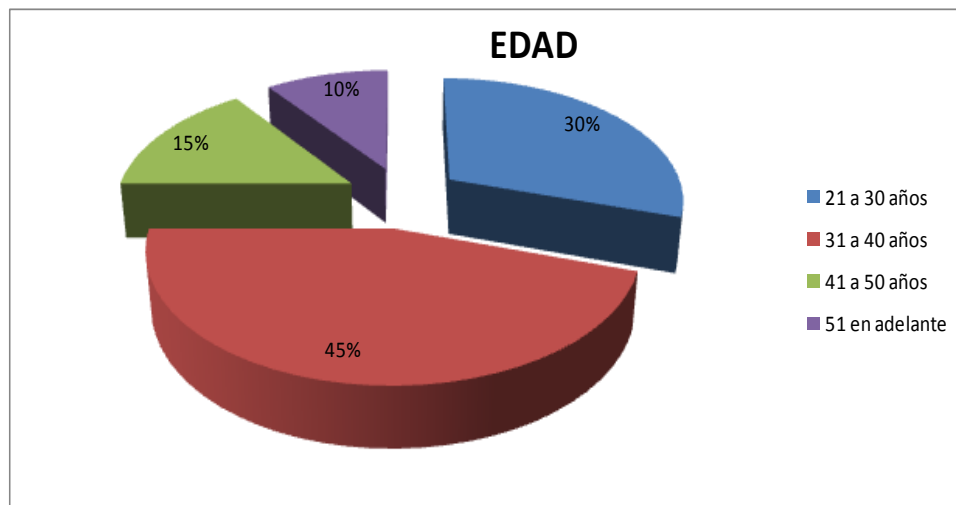
Las encuestas se realizaron a 20 personas ubicadas en el barrio el Diamante de la comuna 15, de la muestra se encontraron los siguientes resultados (ANEXO B):

Gráfico 1. Genero



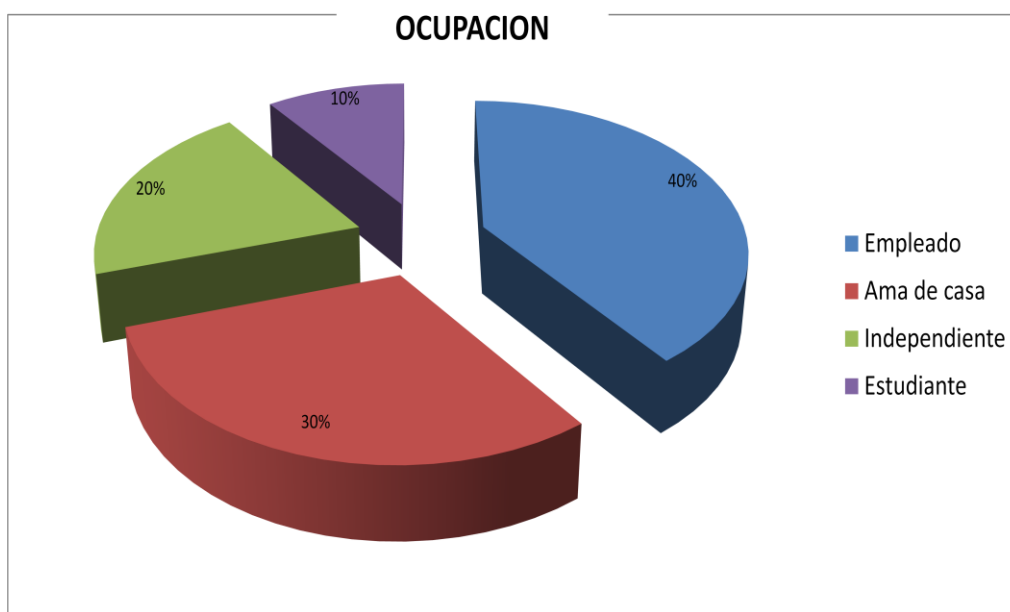
La encuesta se realizó en el punto de venta en el horario de la mañana y la tarde y los entrevistados fueron los clientes que llegaban a comprar el producto, arrojando 65% de clientes de género masculino y 35% de género femenino, las mujeres que llegaban a comprar trabajan en los negocios cercanos, en almacenes de ropa, de muebles, venta de chance, sala de internet, droguería, entre otros.

Gráfico 2. Edad



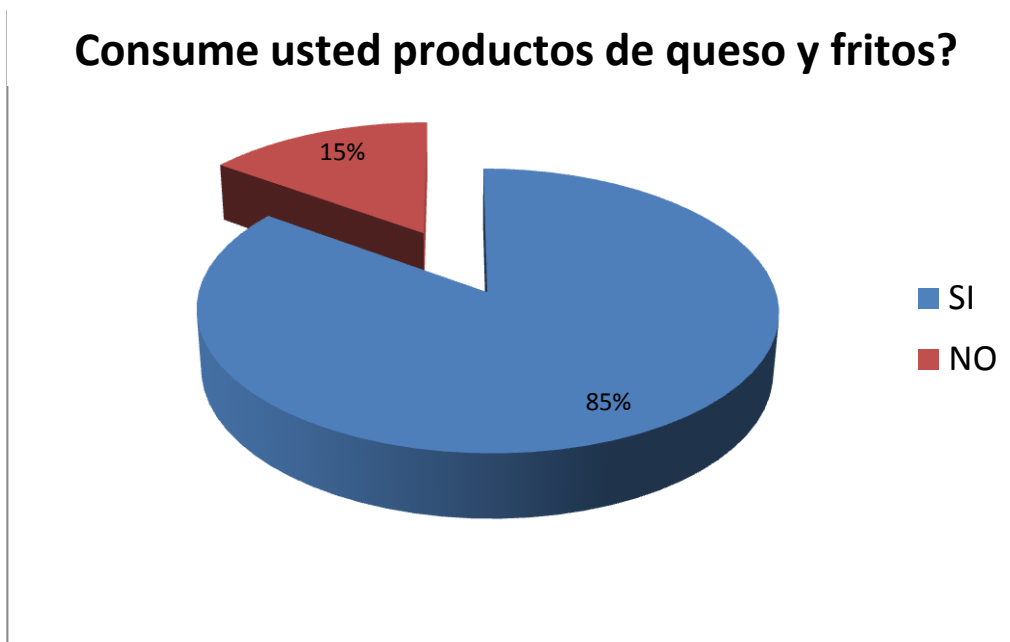
La edad con mayor peso de las personas encuestadas se encuentran entre 31 a 40 años con un porcentaje del 45%, seguido del 30% correspondiente a una edad entre 21 a 30 años, se encuentra relación de la edad, con la ocupación de las personas encuestadas.

Gráfico 3. Ocupación



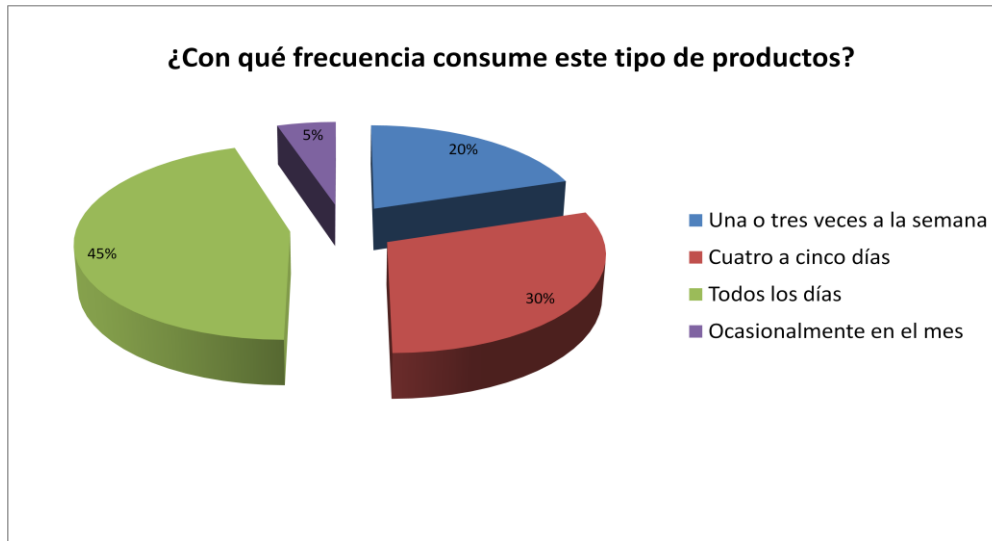
La ocupación con mayor peso de las personas encuestadas se encuentran los empleados con un porcentaje del 40%, seguido del 30% de amas de casa.

Gráfico 4. Consumo de productos de queso y fritos



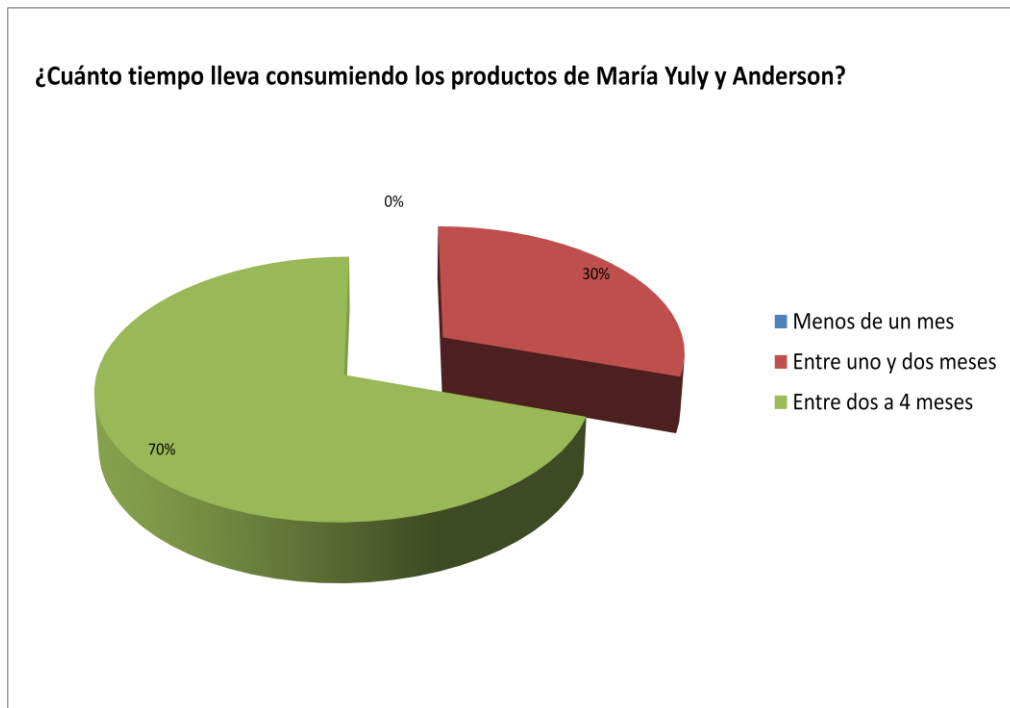
La tendencia en general de los encuestados es a consumir productos de queso y fritos en mayor frecuencia.

Gráfico 5. Frecuencia consumo de productos de queso y fritos



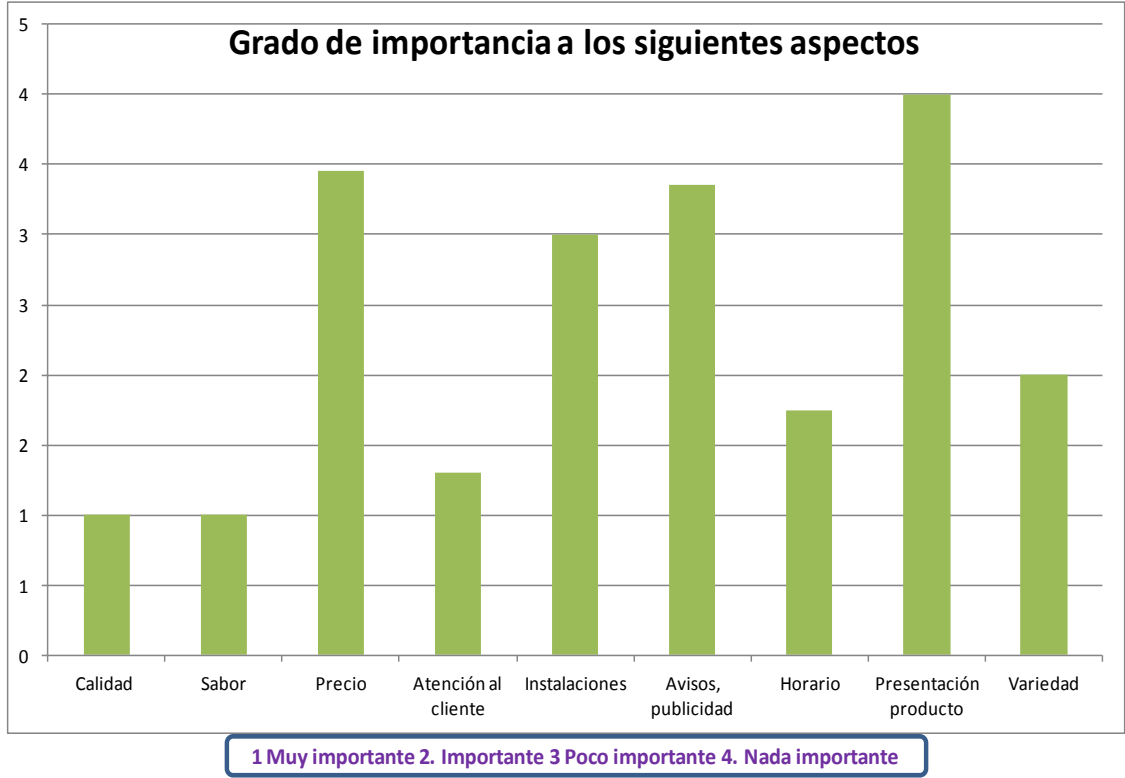
La tendencia es que el 45% de los encuestados consumen este tipo de productos todos los días porque es la opción principal del desayuno.

Grafico 6. Tiempo que lleva consumiendo los productos de Delicias A & Y



El 70% de los encuestados llevan consumiendo los productos de María Yuly desde el momento de la apertura del negocio.

Grafico 7. Grado de importancia de varios aspectos de Las Delicias A & Y



Los clientes de esta zona al escoger un producto de frituras no se fijan en la presentación, ni en el precio o en la publicidad, buscan un producto de calidad y buen sabor.

Grafico 8. Grado de satisfacción de los productos de Delicias A & Y

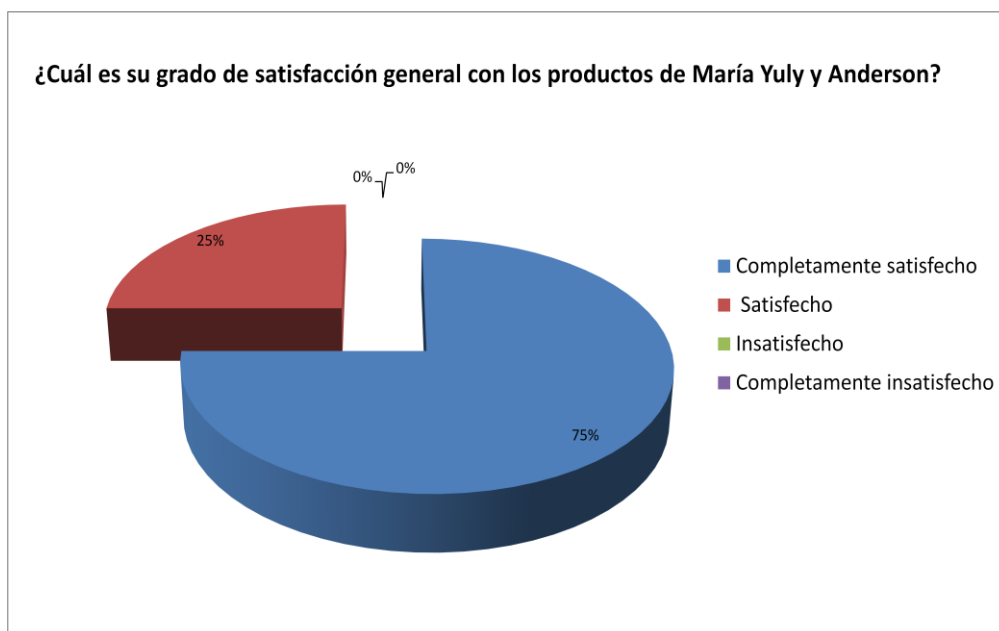


Grafico 9. Recomendación de los productos de Las Delicias A & Y

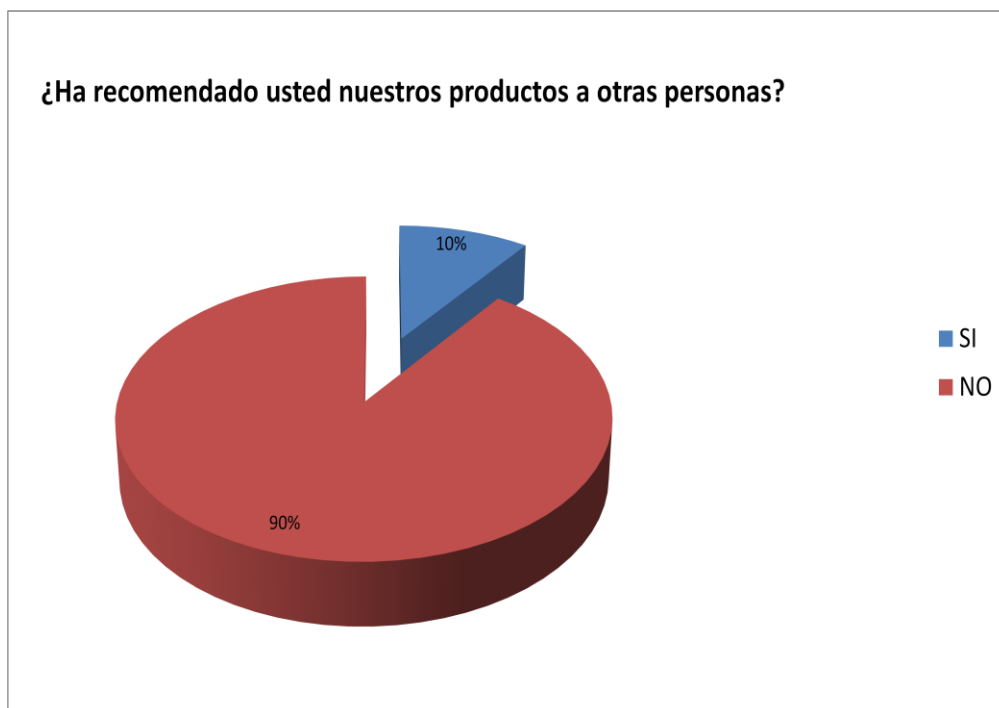


Grafico 10.Satisfacción con los tiempos de despacho de los producto de Las Delicias A & Y

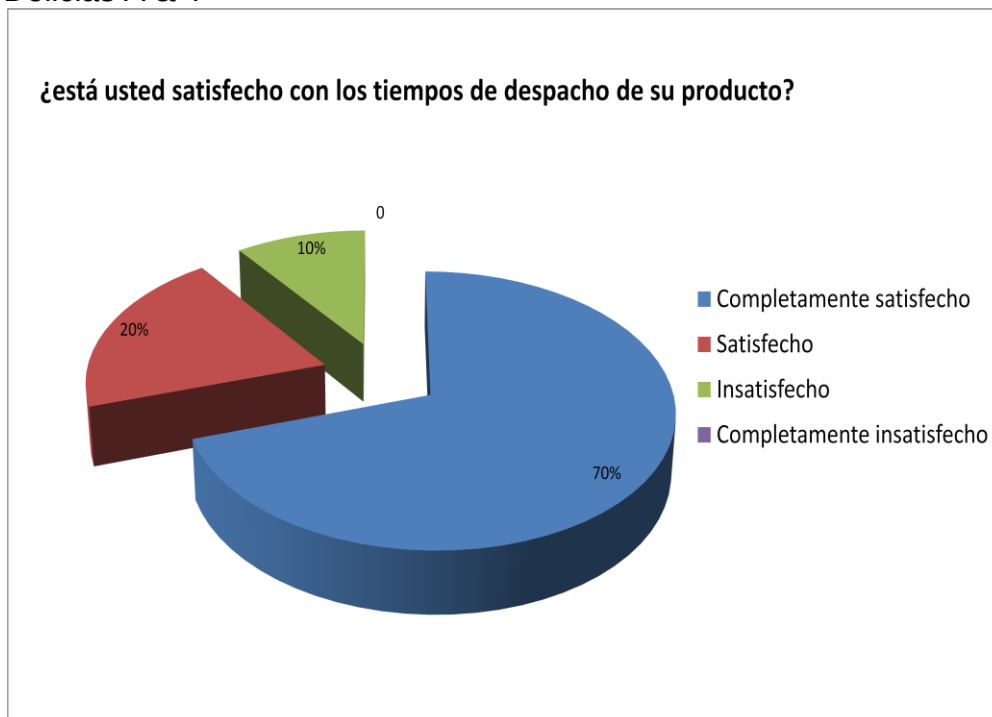


Grafico 11. Compraría de nuevo los productos de Las Delicias A & Y

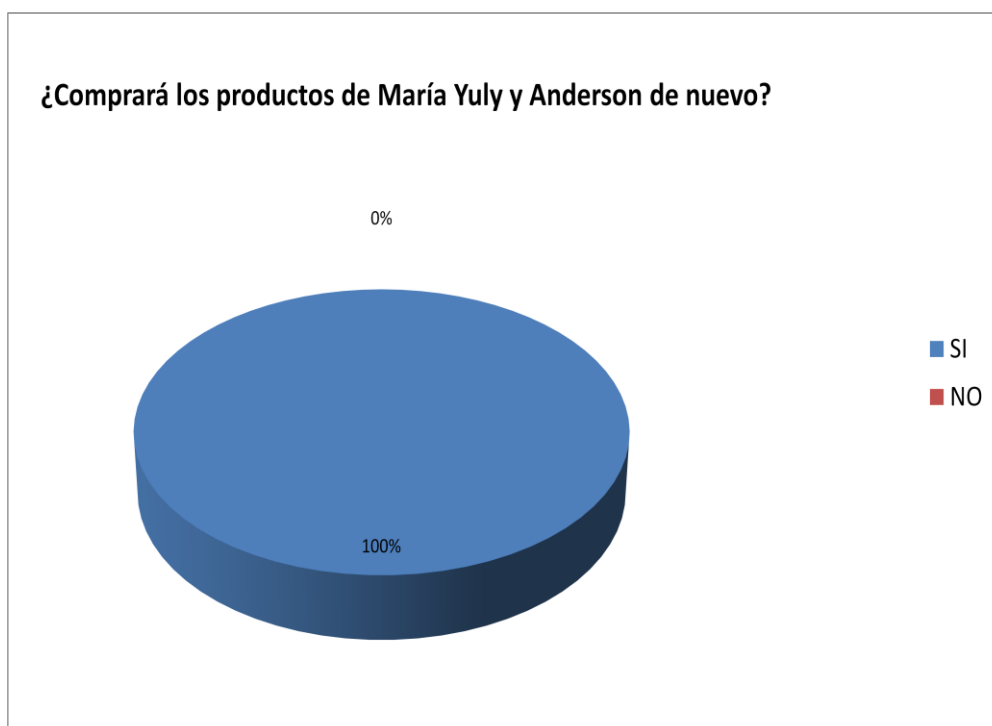


Grafico 12. Se presentaron problemas a la hora de consumir los productos de Las Delicias A & Y

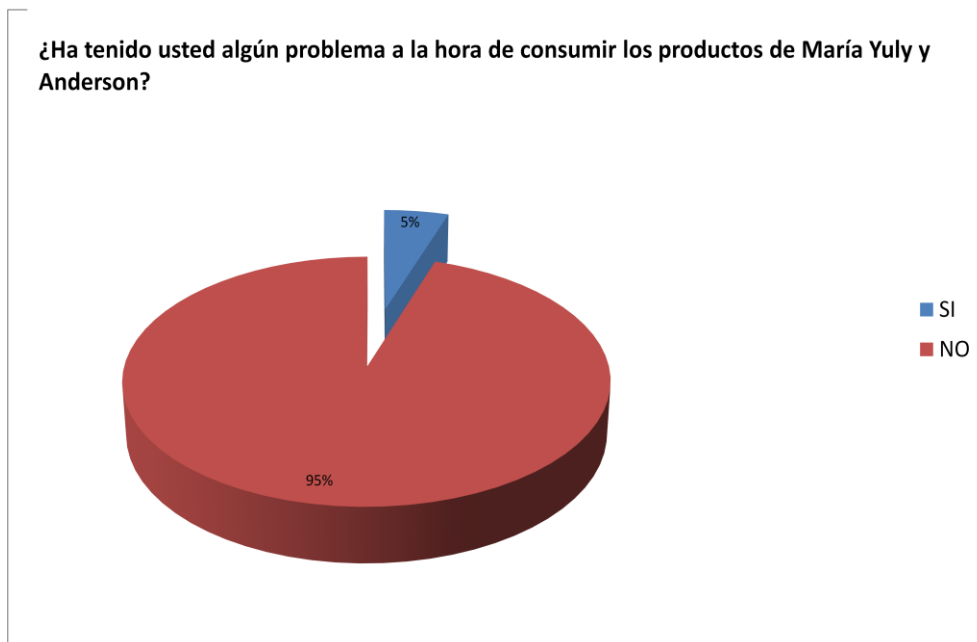


Grafico 13. Percepción sobre la atención al cliente de Las Delicias A & Y

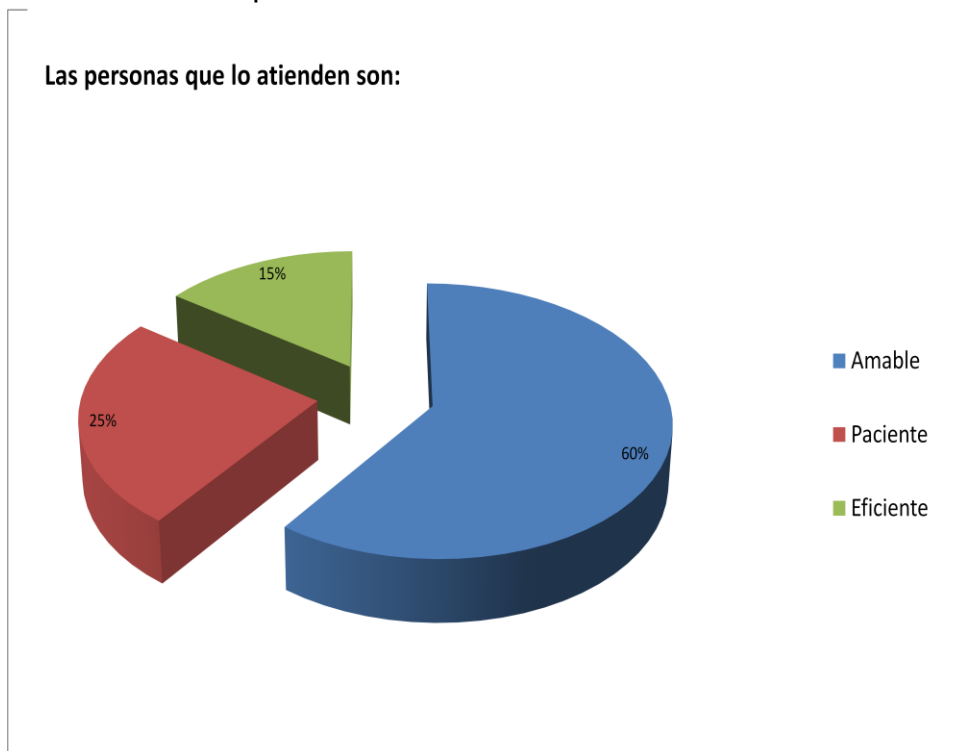


Grafico 14.Productos que consume frecuentemente de Las Delicias A & Y

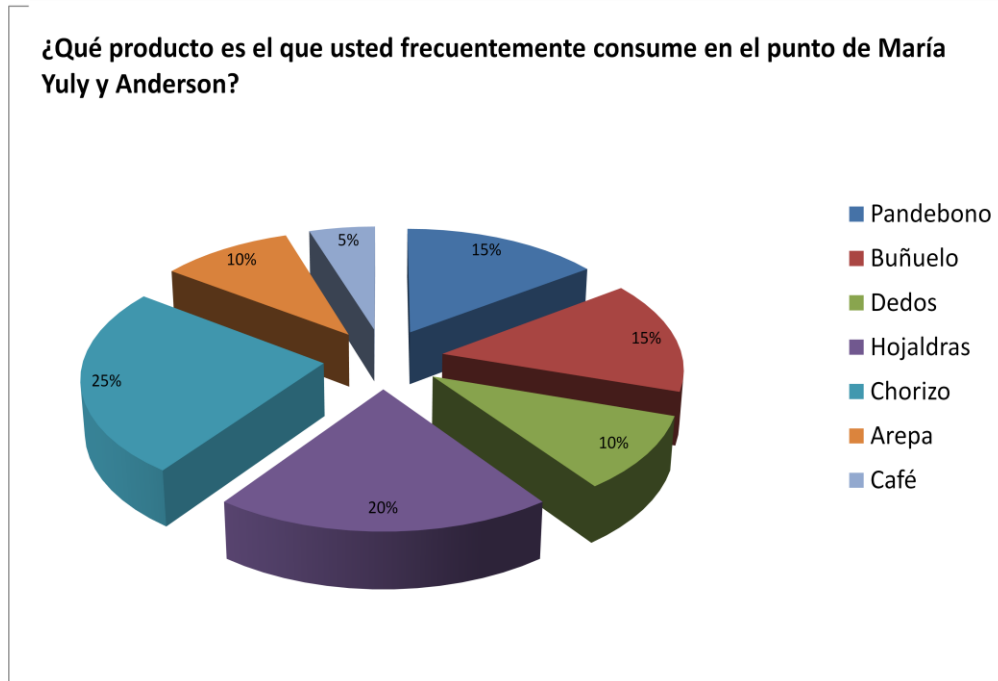


Grafico 15.Percepción de la presentación personal de los empresarios de Las Delicias A & Y



Grafico 16. Forma como se enteraron los clientes sobre la presencia de Las Delicias A & Y

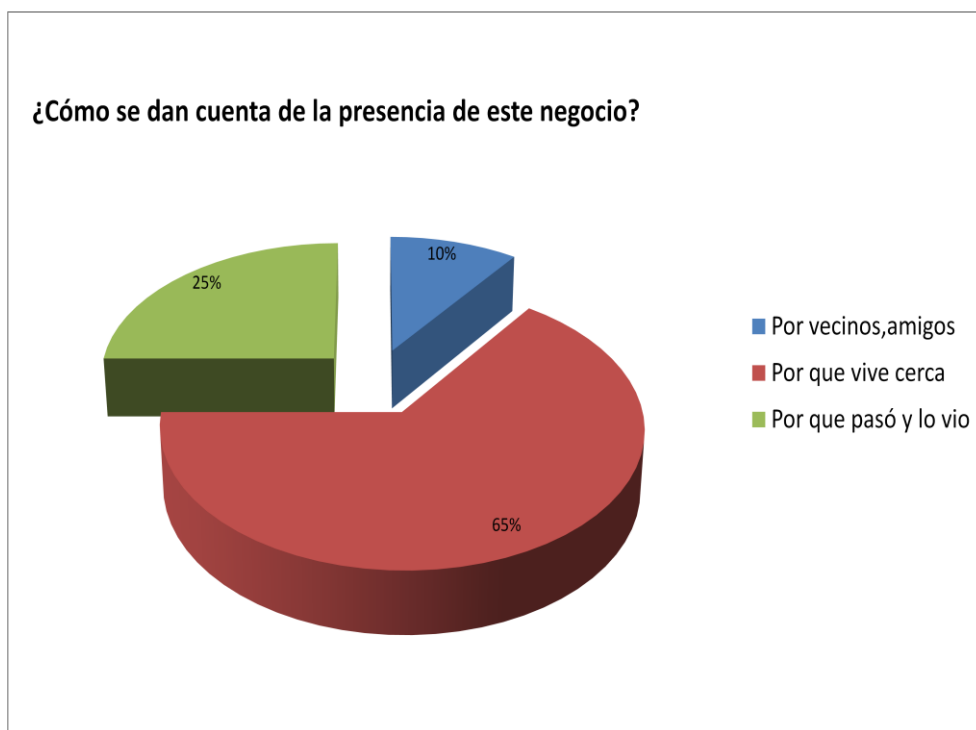
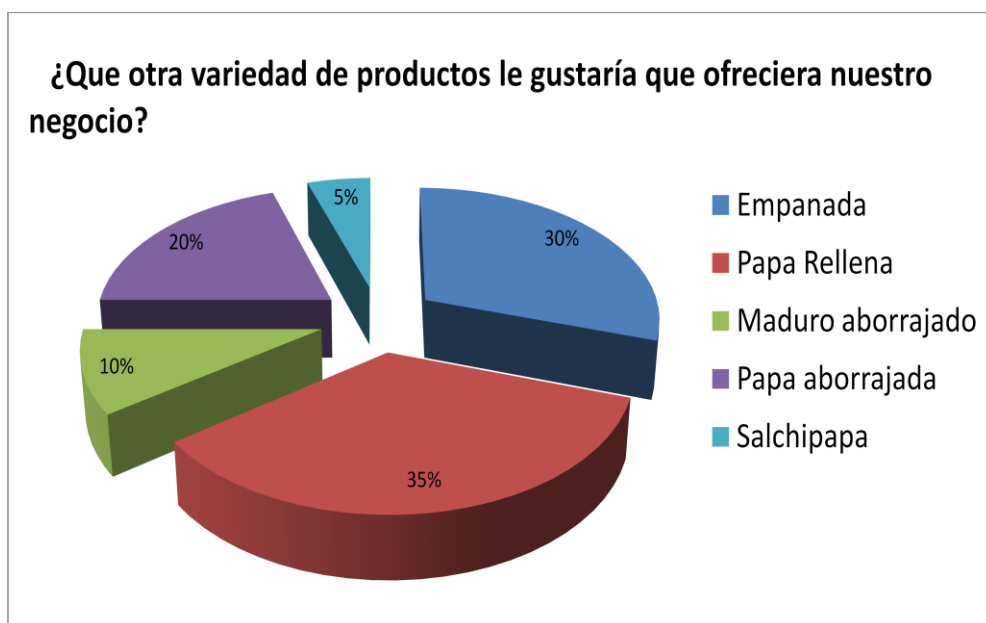


Grafico 17. Opinión de los clientes sobre otras variedades de productos que le gustaría que ofreciera Las Delicias A & Y



El rango de edad de los clientes es de 20 a 50 años, aunque por lo general compran niños debido a que los envía su mamá. Los clientes son amas de casa, empleados, trabajadores independientes y estudiantes que habitan por la zona y barrios aledaños. En general los clientes tienen una opinión positiva de los empresarios y de los productos que se ofrecen, pero es recomendable incluir productos como la Papa Rellena, empanada, papa aborrajada pues los clientes los prefieren. Los clientes consideran que la calidad y el sabor son los factores más importantes a la hora de escoger un producto. Opinan que los empresarios son amables en el momento de la atención, aunque algunos recomendaron que Anderson debiera sonreír más, en ocasiones parece molesto. La presentación personal es un factor clave a mejorar, pues no es bien percibido.

3.1.7 Área legal, laboral y tributaria

La microempresaria no conoce el área legal, y tributaria de una empresa, tiene algo de conocimiento del área laboral por las experiencias que ha tenido como empleada,

La microempresa Las Delicias de A&Y está iniciando su actividad económica y no ve la necesidad de registrarse aún en Cámara de Comercio. Se le señaló la importancia de formalizar su actividad más adelante y de las responsabilidades que se adquieren.

Cuadro 13. Debilidades y fortalezas área legal, laboral y tributaria Las Delicias A & Y.

Debilidades	Fortalezas
No posee permiso para manipulación de alimentos	Dispuesta a aprender sobre esta área y aplicarlo
No está formalizada ante cámara de comercio	
No posee RUT.	

Fuente: Elaboración Propia

- **Cámara de Comercio**

Se informó a la empresaria acerca de este requisito en el evento que quiera formalizar su actividad más adelante. Se da información acerca de la inscripción y la renovación que debe realizarse cada año, la cual tiene unos costos que debe asumir el negocio.

Se realizó consulta de homonimia en la cámara de comercio de Cali, el cual permite que el registro de nombres de personas naturales, personas jurídicas y nombres de establecimiento de comercio sea controlado y no se presente duplicidad de nombres. Esto se realiza con el fin de que la empresaria María Yuly en el momento que decida registrar el establecimiento ante Cámara de Comercio, tenga en cuenta este aspecto.

Ilustración 9. Pantalla consulta homonimia Las Delicias A & Y

Realice aquí su consulta de homonimia

Recuerde leer las recomendaciones antes de consultar el nombre

* Digite el nombre a buscar: LAS DELICIAS A Y Y

Consultar Limpiar

RECOMENDACIONES

El control Nacional de Homonimia permite que el registro de nombres de personas naturales, personas jurídicas y establecimientos de comercio sea controlado, dando así cumplimiento a los parámetros establecidos en la ley para ello. El control de homonimia para las personas jurídicas aplica tanto para la razón social como para la sigla. Es responsabilidad del usuario realizar la Consulta de Marca para evitar conflictos con los nombres registrados ante la Superintendencia de Industria y Comercio.

NO SON DIFERENCIADORES

1. Las abreviaturas o expresiones que identifican el tipo de sociedad y entidad sin ánimo de lucro. Ej.: Sociedad Anónima (S.A), Limitada (LTDA), Fundación, Cooperativa de Trabajo Asociado (CTA), Asociación Mutual, etc.

SE CONSIDERA COMO DIFERENCIADOR

1. Adición de números.
2. Dos nombres integrados por las mismas palabras pero en diferente orden.
3. Diminutivos.
4. Palabras genéricas.

✖ No se encontraron resultados.

¿Necesitas Ayuda?
Chat en Línea

Fuente: <https://servicios.ccc.org.co/homonimiaYA/08/inicio>

- **Impuesto de Industria y Comercio**

La microempresaria no conoce sobre el tributo de Industria y Comercio, se le explicó que es un tributo municipal que grava la realización de actividades industriales, comerciales y/o la prestación de servicios dentro del municipio de

Santiago de Cali, que se desarrollen de manera permanente u ocasional, con establecimiento de comercio o sin él. Se explicó que ella desarrolla actividades industriales y que en el momento que decida formalizarse en cámara de comercio y realice su inscripción, inmediatamente quedará obligada a presentar la declaración de Industria y Comercio cada año en las fechas señaladas por la Secretaria de Rentas y el no cumplimiento acarrea sanciones e intereses de mora.

- **Carné manipulación de alimentos**

La Secretaría de Salud Municipal de Santiago de Cali, a través del Área de Salud Ambiental, brinda a la comunidad temas con el objetivo de proveer herramientas para alcanzar una mejor forma de vida. Es conocido que el entorno en el que habitamos y desarrollamos todas nuestras actividades diarias influye sustancialmente en la salud de cada uno de nosotros.

Es por esto que cada semana, los días martes se realiza un curso de manera gratuita en el Auditorio -Principal de la Secretaria de Salud Pública a partir de las 2:00 p.m., donde se dan a conocer los diversos factores de riesgo asociados al ambiente, ya sean de tipo biológico, físico, químico, ocupacional o del consumo, sino también algunas recomendaciones para alcanzar un mejor estilo de vida.

A través de este curso las personas que manipulan alimentos obtienen el carné que los autoriza por un año como manipulador de alimentos.

Se consultó vía telefónica en la Secretaria de Salud Pública, sobre este curso y la funcionaria Jazmín Rodríguez de Salud Pública, informa que el curso y carné de manipulación de alimentos es gratis si va dirigido a la siguiente población:

- ❖ Madres comunitarias
- ❖ Madres cabezas de familia
- ❖ Puestos ambulantes operando en espacio público sin permiso
- ❖ Comedores comunitarios

Los requisitos para acceder son:

- Fotocopia de la cédula ampliada al 150%
- Cédula Original

Todos los martes a primera hora se debe entregar fotocopia de la cédula de ciudadanía en la Secretaría de Salud Pública ubicada en la Calle 4B N° 36-00 Barrio San Fernando (Entregan solo 60 fichas) y se realiza la inscripción. La capacitación se realiza ese día a la 2:00 PM.

Una vez obtenida esta información, se le entregó a la empresaria María Yuly para que tome el curso y se le señaló la importancia de certificarse en este aspecto. Se le informaron los principales aspectos que debe aplicar en su negocio como la

limpieza correcta de los implementos y equipos, la higiene de las manos, recoger basura, barrer y limpiar el espacio y sus alrededores, no estornudar, ni hablar sobre los alimentos que se preparan, proteger los alimentos de insectos, roedores y otros animales, utilizar agua potable para su lavado y preparación. Etc.

- **RUT**

La empresaria no poseía RUT en el momento del diagnóstico inicial. Se explicó la importancia de obtener el RUT y se requiere en caso de obtener crédito por Fundación Carvajal o para realizar transacciones con un tercero que lo requiera.

Pasos para obtener el RUT

- Se verificó en el portal de la DIAN consultando el número de la cédula de la empresaria para validar que no estuviera inscrita anteriormente.
- Se procedió a sacar la cita en el portal de la DIAN
- Se entregó información a la empresaria del número de consecutivo que arrojó el sistema con fecha y hora y los documentos que debía llevar el día de la cita
- Asistió a cita programada y obtuvo el RUT (ANEXO A)

3.1.8 Área administrativa

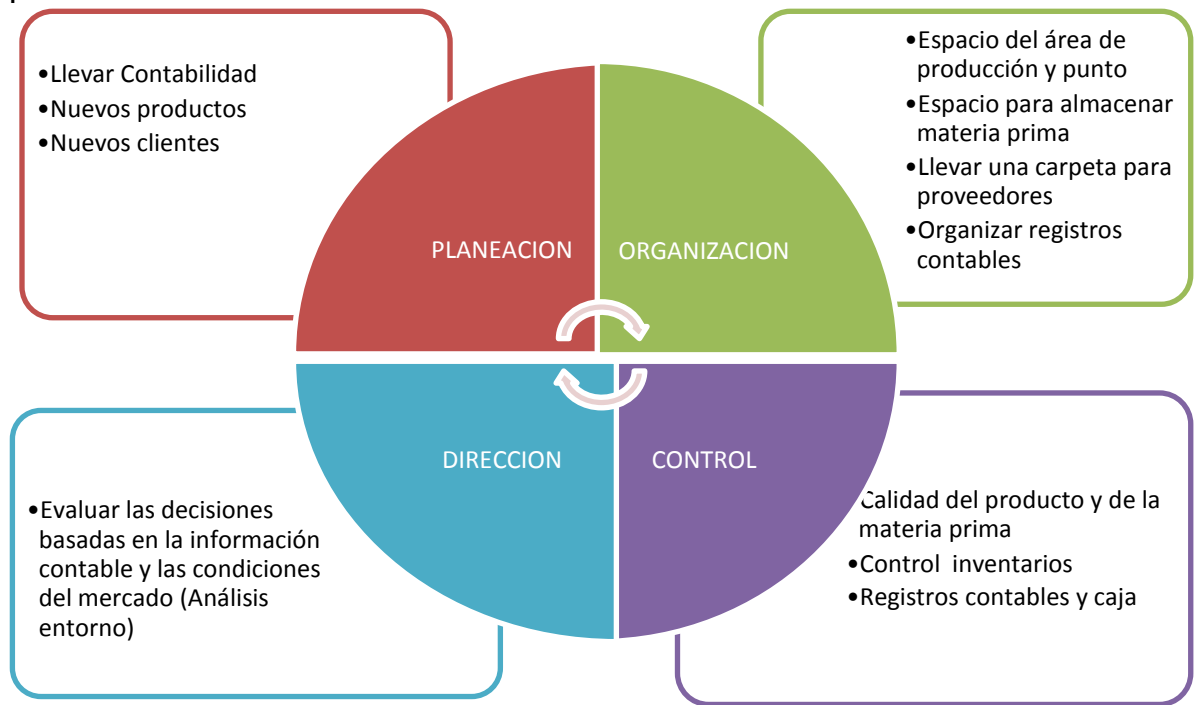
La señora María Yuly junto con el apoyo de su esposo planea todas las actividades de su negocio, tiene control de los tiempos para las actividades, sobre las compras.

Cuadro 14. Debilidades y fortalezas área administrativa Las Delicias A & Y.

Debilidades	Fortalezas
Las decisiones de la empresa no las toma con base en la información	María Yuly y su esposo tienen una actitud muy positiva en el negocio y su visión es a largo plazo. Muy emprendedores.
No posee misión, visión.	Planea las actividades diarias de su negocio

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 10. Proceso Administrativo



Fuente: Elaboración propia

- **Planeación**

La microempresaria desea incursionar en nuevos productos que atraerá nuevos clientes, se le recomienda la planeación de las jornadas laborales que maneje que no afecte los compromisos familiares.

Se construye en el mes de octubre de 2014 la misión, la visión y los objetivos de la microempresa con la ayuda de la señora María Yuly y su esposo Anderson. Previamente se explicó de qué se trata la misión, visión y objetivos de la empresa y cuál era su importancia.

La empresaria nos recalcó que a su vez quería que se resaltaran los valores que aplica en el negocio y se construyeron en conjunto.

La misión, visión y objetivos se construyó de acuerdo a la proyección del negocio, donde la microempresaria desea incursionar en nuevos productos como fritanga, comidas rápidas, etc.

MISSION
Ofrecer a los clientes excelentes productos alimenticios a base de harina donde prevalezca la calidad y sabor, orientando los esfuerzos a ofrecer la mejor atención a nuestros clientes.

Fuente: Elaboración Estudiante y empresaria

VISION
Para el año 2015 ampliar la variedad de productos alimenticios, conservando la calidad y sabor y realizar la apertura de un nuevo punto en la Avenida Simón Bolívar, como un punto acreditado, estable y cómodo para nuestros clientes.

Fuente: Elaboración Estudiante y empresaria

OBJETIVOS
• Ampliar la variedad de productos(Corto plazo) • Mejorar la infraestructura ofreciendo un espacio cómodo a los clientes (Corto plazo) • Abrir un nuevo punto en la Avenida Simón Bolívar(Mediano plazo) • Contratar trabajadores para mejorar el servicio (Largo plazo)

Fuente: Elaboración Estudiante y empresaria

VALORES
• Respeto • Puntualidad • Compromiso • Disciplina • Responsabilidad

Fuente: Elaboración Estudiante y empresaria

- **Organización**

La microempresa está conformada por la señora María Yuly Angulo y su esposo Anderson Carreño, pero no existe un organigrama porque no tienen empleados a cargo y los dos son emprendedores de su negocio.

El proceso de la organización lo realizan en conjunto en todos los aspectos de su negocio, así:

- Espacio del área de producción y punto de venta.
- Espacio para almacenar materia prima
- Llevar una carpeta para proveedores
- Organizar registros contables

- **Control**

La microempresaria tiene control de las compras de materia prima, así como de la Calidad de los productos que ofrece. No lleva control de registros de las ventas, costos, gastos y caja. A raíz del acompañamiento que se le realiza, se le explicó la manera de cómo llevar el cuadre de caja diario, registrando en un cuaderno las operaciones diarias de su negocio, que le permitan llevar un control y observar el comportamiento de las ventas, gastos y costos.

- **Dirección**

En cuanto a la dirección María Yuly cuenta con una fuerte motivación y demuestra total interés en su negocio, debido a que representa ingresos para su grupo familiar, y sobre todo que hace lo que le gusta.

La empresaria junto con su esposo toma las decisiones diarias de su negocio y analizan el comportamiento de los clientes para hacer los cambios que se requieran. Se está motivando para que tomen las decisiones basadas en la información contable.

María Yuly y su esposo logran formar un gran equipo de trabajo, aportando cada uno su experiencia y habilidades en las áreas del negocio. Anderson posee habilidad con las cuentas, los costos que se le asigna a cada producto, tiene fortaleza en la preparación de buñuelos y pandebonos, por la experiencia de 19 años como panadero y conoce el costo de la materia prima y reconoce su calidad. Por su parte María Yuly es muy hábil en la preparación de los productos fritos, preparaciones de comidas caseras, debido a la experiencia que ha tenido en

restaurantes por muchos años a su vez posee la habilidad de prestar un buen servicio al cliente.

3.1.9 Área de Producción

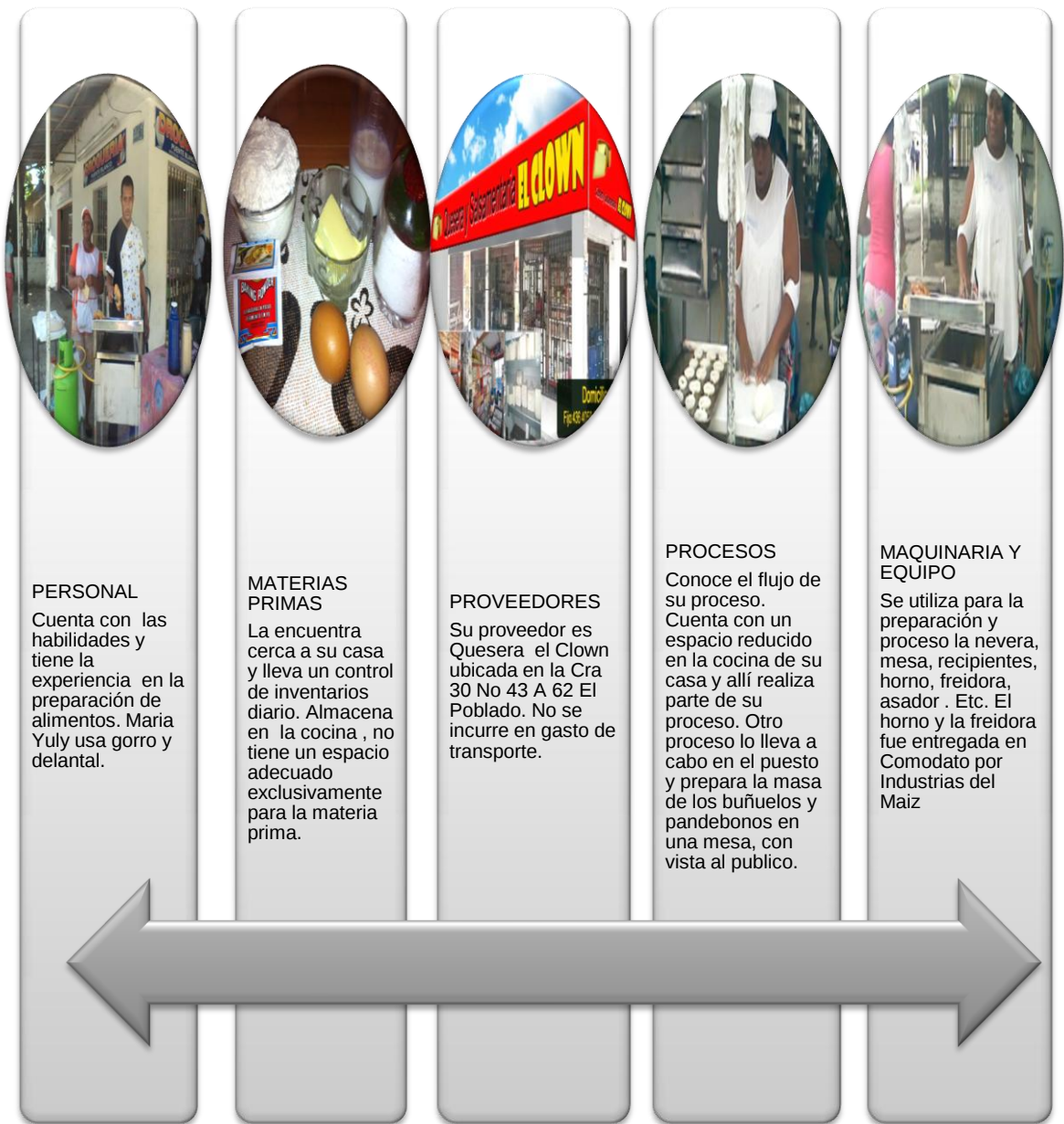
María Yuly y su esposo cuenta con la experiencia en la preparación de los productos, conoce las materias primas que se deben utilizar, el proceso productivo. En la producción no se está aplicando totalmente las buenas prácticas de manufactura.

Cuadro 15. Debilidades y fortalezas área de producción Las Delicias A & Y.

Debilidades	Fortalezas
No está aplicando en su totalidad, las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) las cuales se aplican en todos los procesos de elaboración y manipulación de alimentos y son una herramienta fundamental para la obtención de productos inocuos.	Anderson, el esposo de María Yuly es Panadero. La empresaria tiene amplia experiencia en la preparación y el proceso de alimentos.
	Los productos que ofrece prevalece ante todo la calidad.
	Conocimiento de los tiempos en el proceso y preparación del producto final

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 11. Principales aspectos proceso productivo Las Delicias A & Y



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 12. Maquinaria y Equipo Las Delicias A & Y



- **Planta de Producción**

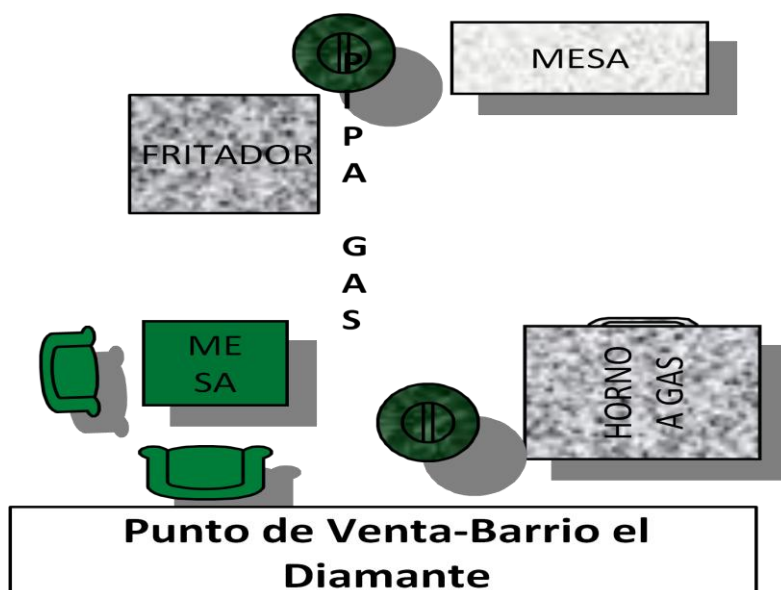
La planta de producción de las Delicias A & Y está ubicada en la vivienda, en la cocina, y también en el punto de venta donde cuentan con una mesa metálica. La masa de las hojaldras se elabora en la casa y la masa de los buñuelos y pandebono se prepara en ocasiones en la casa y otras veces en el punto de venta. No cuenta con un espacio adecuado para realizar el proceso productivo, porque en ocasiones utilizan la mesa del comedor para preparar la masa.

Ilustración 13. Distribución de la planta de producción



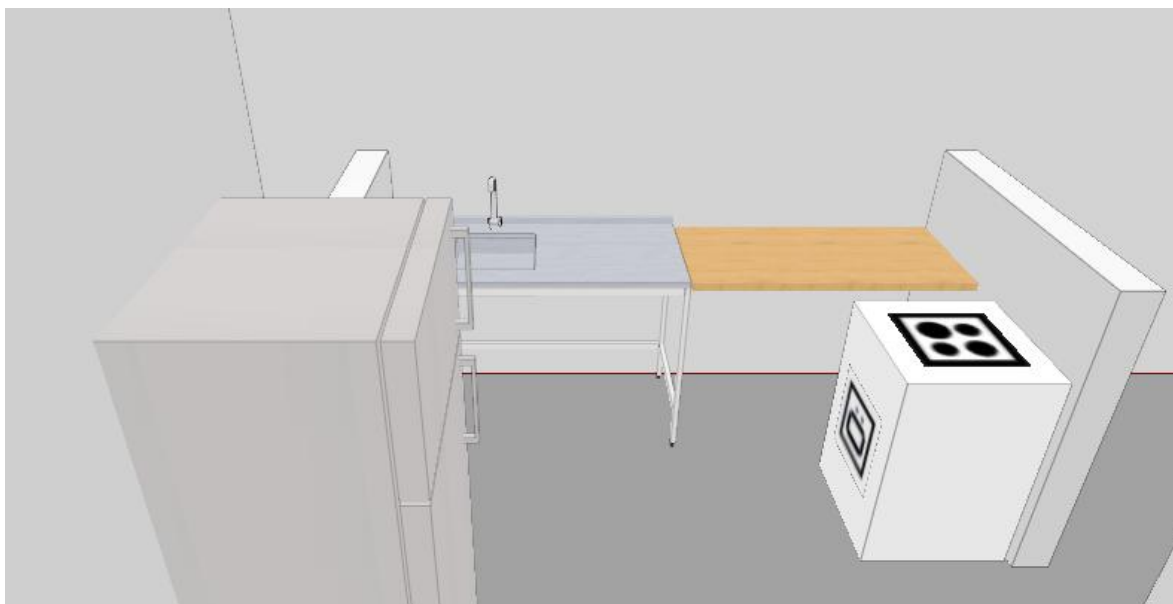
Fuente: Elaboración Propia-Distribución Planta -2do Piso Vivienda Familiar

Ilustración 14. Distribución de la planta y punto de venta barrio el Diamante



Fuente: Elaboración Propia-Distribución Planta y punto de venta barrio el Diamante

Ilustración 15. Distribución de la planta de producción 3D



Fuente: Elaboración Propia- área de Producción 3D

- **Procesos**

Conoce el flujo de su proceso. Cuenta con un espacio reducido en la cocina de su casa y allí realiza parte de su proceso. Otro proceso lo lleva a cabo en el puesto y prepara la masa de los buñuelos y pandebonos en una mesa, con vista al público.

Ilustración 16. Diagrama de Flujo Hojaldras



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 17. Diagrama de Flujo Buñuelos



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 18. Proceso elaboración Pandebono en el punto de venta



3.2 ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE MICROEMPRESARIA GLORIA DOMINGA JIMENEZ

3.2.1 Datos Generales

Cuadro 16. Datos Generales Gloria Dominga Jiménez

Nombre de la empresa: No posee
Nombre del empresario: Gloria Dominga Jiménez Sinisterra
Descripción Producto: Productos a base de harina de trigo y de maíz.
Sector Económico al que pertenece: Industrial
Antigüedad del negocio: 13 Meses. Inició en el año 2013
No empleados: No tiene actualmente. En ocasiones le apoya la hija pero es eventual.
Ubicación de la empresa: Carrera 33 No 49-31 Barrio Laureano Gómez
Productos: A base de Harina (Masitas y Hojaldres), café.
Productos potenciales: Avena, Alipapas, Yogurt, Queso Cortado, Manjarblanco (Temporada Decembrina), Helados, Desayunos, Almuerzos.
Área: 5 x 5 m ² Punto de Venta Esquina de la Casa
Clientes: Talleres ubicados en la Zona Recicladora, Vecinos de la zona y clientes en Terrón Colorado

Fuente: Elaboración Propia

3.2.2 Perfil del empresario

Ilustración 19. Empresaria Gloria Dominga Jiménez



Fuente: Noticiero 90 minutos

3.2.3 Reseña histórica

“Soy Gloria Jiménez, tengo 45 años de edad, vivo con mi hija Katherine que está en situación de discapacidad en el barrio Laureano Gómez. Hace año y medio trabajaba como empleada pero la empresa decidió cerrar y me quedé sin trabajo. Decidí enviar a mi hija a Venezuela con su padre por unos meses mientras conseguía trabajo, pero por la edad me rechazaban. Enfrenté una fuerte crisis económica al no encontrarme con trabajo y recibía llamadas constantes del Banco y de los agiotistas, esto me causó graves problemas a mi salud física y mental. Los médicos no encontraron las causas de mi condición y decidieron enviarme al sicólogo, a quien le comenté realmente lo que me pasaba y me dio una luz.

Fue allí cuando le comenté a una vecina que estaba desesperada porque no tenía plata para iniciar un negocio y ella muy amable me insistió que tenía unos ahorros y que me los daba para que yo los trabajara y luego se los devolvía como pudiera. Fue así que con \$500.000, abone a tres gota a gota \$300.000 e inicié con \$200.000 el negocio de la venta de masitas en la mañana y en la tarde las hojaldras, porque solo contaba con una paila.

El día de la inauguración abrí a las 5:00 am y me llovió y mi primer cliente fue el dueño del taller de reciclaje y allí empezó todo.

Mi meta es contratar a mis dos hijos para que me ayuden en el negocio y mejorar las instalaciones del local.”

Ilustración 20. Punto de venta Gloria Dominga Jiménez



3.2.4 Área de Costos

La microempresaria recibe asesoría empresarial por primera vez. Cuenta con la ventaja que cuando se le realizó acompañamiento, recién se estaba graduando del curso en Fundación Carvajal de lácteos y allí la formaron en fortalecimiento empresarial en todas las áreas y por lo tanto tiene los conceptos de costos claros.

Identifica que la microempresa genera utilidades por que obtiene unas ventas superiores al costo de los insumos, y puede suplir sus necesidades familiares, y cuenta con la formación que le ha permitido identificar el costo de elaboración de sus productos. Identifica los conceptos de costos fijos y variables, punto de equilibrio, margen de contribución pero no ha aplicado aún a su negocio, porque recientemente terminó la formación de Fundación Carvajal y con el acompañamiento reforzará y aplicará lo aprendido.

Cuadro 17. Fortalezas y debilidades en el área de Costos de la Microempresa Gloria Dominga Jiménez.

Debilidades	Fortalezas
No se lleva ningún registro de las ventas y compras	Realizó Curso de lácteos en la Fundación Carvajal y de fortalecimiento empresarial en las áreas de costos y contabilidad.
No se ha asignado sueldo para la microempresaria	Cuenta con proveedores cercanos
	Presupuesto establecido de compras diarias

Fuente: Elaboración Propia

- **Estado de pérdidas y ganancias por costos**

De acuerdo a la estimación realizada con la empresaria las utilidades finales, luego de cubrir costos fijos, variables y gastos son de aproximadamente \$966.623, aunque son las ideales, puede presentarse un sesgo en la información por tratarse de información suministrada por el empresario sin soportes documentales, ni registros contables. Una vez se implemente el sistema de registro diario de operaciones se podrá establecer las cifras con mayor veracidad. La empresaria manifiesta que realiza ahorros separados en varias alcancías con el fin de tener al final de mes los gastos familiares como teléfono, gas, servicios públicos, entre otros.

Tabla 13. Estado de pérdidas y ganancias por costos en Septiembre de 2014 de la Microempresa Gloria Dominga Jiménez

	%	ESTUDIO COSTOS
VENTAS PROMEDIO MES	100%	\$ 2,185,714
COSTOS VARIABLES (-)	31%	\$ 679,462
MARGEN DE CONTRIBUCION (=)	69%	\$ 1,506,252
COSTOS FIJOS Y GASTOS (-)	25%	\$ 539,629
UTILIDAD	44%	\$ 966,623

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

- **Margen de contribución**

El margen de contribución de la industria es del 68.9%, la empresario estimaba el 60%, que es el margen según la tendencia en este tipo de negocios. Los precios de venta los calcula con base al costo de la materia prima.

Tabla 14. Margen de contribución Gloria Dominga Jiménez Septiembre de 2014

PRODUCTO	UNIDADES VENDIDAS MES A	PRECIO DE VENTA DEL PRODUCTO B	COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO C	MARGEN DE CONTRIBUCION DE LA UNIDAD B-C=D	MARGEN DE CONTRIBUCION EN PORCENTAJE D/B X 100	VENTA DEL MES DE CADA PRODUCTO AXB	MARGEN DE CONTRIBUCION MES POR PRODUCTO AXD
HOJALDRA	2,348	500	166	\$ 334	67%	\$ 1,174,000	\$ 784,692
MASITAS AREPARINA	1,240	500	245	\$ 255	51%	\$ 620,000	\$ 315,669
CAFÉ 7 OZ	1,460	500	62	\$ 438	88%	\$ 730,000	\$ 639,015
TOTALES DEL MES						\$ 2,524,000	\$ 1,739,377

MARGEN DE CONTRIBUCION INDUSTRIA

68.9%

COSTO VARIABLE DE INDUSTRIA

31.1%

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

- **Costos y gastos fijos**

De acuerdo a la información suministrada los costos fijos son moderados y están de acuerdo a lo que se requiere para el negocio. Cuenta con la ventaja que tiene el negocio en la vivienda propia. La vivienda está ubicada en una esquina que es un punto muy estratégico.

Dentro de los gastos de administración se encuentra el sueldo del empresario, depreciación, transporte y aseo. De estos tres rubros el más alto es el sueldo del empresario, debido a que se debe pagar dos cuotas de agiotistas pero con los otros ingresos recibidos compensa y disminuye el total de costos fijos y gastos administrativos.

Tabla 15. Costos Fijos y Gastos Administrativos Gloria Dominga Jiménez Septiembre de 2014

COSTOS FIJOS

DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 9,695	1.3%
-----------------------------------	----------	------

INSUMOS Y OTROS

ACEITE DOÑA PALMA (1 GL *2100 CM3 DIARIO)	\$ 150,000	19.5%
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 159,695	20.7%

GASTOS ADMINISTRATIVOS

SUELDO EMPRESARIO	\$ 577,767	75.1%
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	\$ 167	0.0%
TRANSPORTE ADMINISTRATIVO	\$ 20,000	2.6%
ELEMENTOS DE ASEO	\$ 12,000	1.6%
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 609,934	79.3%
TOTAL COSTOS FIJOS MAS GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 769,629	

OTROS INGRESOS

AYUDA EX ESPOSO	\$ 200,000	
ARRIENDO BOMBILLO -BINGO	\$ 30,000	
TOTAL OTROS INGRESOS	\$ 230,000	30%

TOTAL COSTOS FIJOS MAS GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 539,629
--	-------------------

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

- **Sueldo del empresario**

Es el rubro más alto dentro de los gastos de administración porque del sueldo dependen la empresaria y la hija de la señora Gloria. Revisando cada cifra del sueldo del empresario la más representativa son las cuotas de crédito de personal que corresponden a dos cuotas de agiotistas por una deuda adquirida en el pasado antes de iniciar su actividad económica.

Tabla 16. Sueldo empresario Gloria Dominga Jiménez Septiembre de 2014

SUELDO EMPRESARIO

CONCEPTO	ACTUAL
	VALOR
ALIMENTACION	\$ 150,000
RECREACION	\$ 50,000
SERVICIOS PUBLICOS CASA	\$ 50,000
TELEFONO	\$ 15,000
GAS DOMICILIARIO	\$ 12,000
CUOTAS CREDITOS PERSONAL	\$ 200,000
DIEZMOS	\$ 50,000
DONACION FAMILIARES	\$ 5,000
SEGURO EXEQUIAL	\$ 21,000
ALIMENTO PERRO GATO	\$ 15,600
PREDIAL	\$ 4,167
MEGAOBRAS	\$ 5,000
TOTAL SUELDO	\$ 577,767

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

- **Costos Variables**

Las compras de la materia prima las realiza en la Quesera Piolín, ubicada en el barrio Laureano Gómez. Las compras son al detal y no le otorgan descuentos. No compra en grandes cantidades porque no cuenta con un espacio adecuado para almacenar la materia prima. Los costos son favorables y de calidad. Los empaques como la servilleta, bolsas de papel o bolsas de plástico son los adecuados para este tipo de productos y no son muy costosos. Los materiales son medidos adecuadamente pues la empresaria cuenta con la experiencia en el sector de alimentos.

Tabla 17. Costos Variables Gloria Dominga Jiménez Septiembre de 2014

LISTADO COSTOS VARIABLES

Material	Presentación del material en volumen	Valor de compra según presentación
AREPARINA	LIBRA	\$ 800
QUESO	CUARTO	\$ 1,200
CAFÉ	LIBRA	\$ 6,000
MANTEQUILLA	CUARTO	\$ 500
HARINA DE TRIGO	LIBRA	\$ 800
POLVO DE HORNEAR	CUARTO	\$ 500
HOJALDRINA	LIBRA	\$ 4,000
HUEVOS	UNIDAD	\$ 250
AZUCAR	LIBRA	\$ 750
SAL	KILO	\$ 900

LISTADO DE OTROS COSTOS VARIABLES

Otro costo variable	Presentación del otro costo variable en volumen	Valor de compra según presentación
VASOS 7 ONZAS	PAQUETE X 50	\$ 1,200
TOALLAS COCINA	ROLLO X 50	\$ 1,350
BOLSAS DE PAPEL KILO	PAQUETE X 100	\$ 2,000
SERVILLETAS	PAQUETE X 220	\$ 1,500

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

- **Ventas**

Las ventas que tiene actualmente en negocio de acuerdo a cifras estimadas informadas por la empresaria, tiene como días altos los jueves y viernes y como bajos los lunes, sábados y domingos. Las ventas se incrementan por la calidad de los productos y por la ubicación en una esquina vehicular donde transitan muchas personas. Sus principales clientes son los recicladores de los talleres ubicados en la Zona Recicladora y los vecinos de la zona

Tabla 18. Ventas semanales Gloria Dominga Jiménez Septiembre de 2014

VENTAS SEMANALES							
	L	M	M	J	V	S	D
ALTO				1	1		
MEDIO		1	1				
BAJO	1					1	1
2		X					
DIAS ALTOS				VENTA	DIA		
				ALTO			
2		X					
DIAS MEDIOS				VENTA	DIA		
				MEDIO			
3		X					
DIAS BAJOS				VENTA	DIA		
				BAJO			
TOTAL VENTAS							
SEMANAL				\$ 510,000			
DIA				\$ 72,857			
MES				\$ 2,185,714			

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

- **Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio diario es de \$26.102 según la estimación realizada con la empresaria y revisando sus ventas en los días altos, medios y bajos, cumplen con el punto de equilibrio superándolo.

Tabla 19. Punto de equilibrio Gloria Dominga Jiménez Septiembre de 2014

PUNTO DE EQUILIBRIO MES	\$ 783,053
PUNTO EQUILIBRIO DIARIO	\$ 26,102

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

3.2.5 Área contable y financiera

La empresaria Gloria Jiménez no realizaba los registros diarios de sus ventas y de sus costos, pese a que había recibido previa formación en Fundación Carvajal sobre fortalecimiento empresarial, no aplicado lo aprendido aún a su negocio. Obtiene de los proveedores las facturas de compra de las materias primas, pero no la conserva adecuadamente, no las archiva y en ocasiones las bota.

Cuadro 18. Debilidades y fortalezas en el área de contable de la Microempresa Gloria Dominga Jiménez

Debilidades	Fortalezas
Posee dos créditos informales	Ahorro por medio de alcancías para los gastos.
No está guardando soportes y no lleva registros contables	No paga arriendo. Su empresa funciona en el primer piso de su vivienda.
No cuenta con asignación de sueldo, todo lo personal sale del desarrollo del negocio	Cuenta con el apoyo económico del padre de su hija, con lo cual cubre los principales gastos de la casa.
Las decisiones de la empresa no las toma con base en la información.	Control presupuesto asignado para compras
No realiza estados financieros	

Fuente: Elaboración Propia

3.2.5.1 Balance General Inicial

Se realizó el levantamiento de la información para la elaboración del Balance General Inicial.

No se pudo tomar el balance general final debido que la empresaria atravesó por una situación difícil, su hija Katherine Stephany Lozano Jiménez desapareció desde el 20 de septiembre y solo hasta el 8 de octubre se tuvieron noticias de su hija quien se encontraba bajo el cuidado de una señora. Solo hasta el día 10 de octubre se tomaron cifras del balance inicial y se tenía pronosticado para el 10 de noviembre tomar las cifras del balance general final, pero la empresaria empezó a laborar en un colegio en el sur de Cali desde el martes 14 de octubre, por lo tanto el proceso de toma de información fue imposible pues entre semana estaba trabajando y regresaba en la noche, esta situación se dio a conocer a la tutora de Fundación Carvajal.

La empresaria informó que trabajaba hasta la tercera semana de noviembre de 2014 pero el contrato se amplió hasta el 28 de noviembre, razón por la cual no se pudo continuar con el acompañamiento.

La señora Gloria Jiménez informa que debió ingresar a trabajar para ayudarse con los gastos de la casa, debido que cuando desapareció su hija abría su negocio solo en la mañana y no en las tardes y en ocasiones no abría en las mañanas buscando a su hija, situación que la llevó a buscar trabajo para suplir sus necesidades.

El negocio lo atendió por unos días una sobrina pero los clientes compraban en menor frecuencia.

Tabla 20. Balance General Inicial Gloria Dominga Jiménez

BALANCE GENERAL INICIAL									
NOMBRE DE LA EMPRESA		GLORIA JIMENEZ			FECHA:		10-oct-14		
ACTIVOS					PASIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES					PASIVOS CORRIENTES				
CAJA		\$ 38,000	75%		PROVEEDORES		\$ 0	0	0%
INVENTARIO MATERIA PRIMA		\$ 12,890	25%		OTRAS OBLIGACIONES		\$ 0		0%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES		\$ 50,890	4%		TOTAL PASIVOS CORRIENTES		\$ 0		
ACTIVOS FIJOS					PASIVOS A LARGO PLAZO				
MAQUINARIA Y EQUIPO		\$ 1,163,429	98%		OTRAS OBLIGACIONES		\$ 852,429		
					TOTAL PASIVOS A LARGO PLAZO		\$ 852,429	100%	
MUEBLES Y ENSERES		\$ 20,000	2%		TOTAL PASIVOS		\$ 852,429	69%	
					PATRIMONIO				
					CAPITAL		\$ 200,000	52%	
					UTILIDADES ACUMULADAS		\$ 181,890	48%	
					UTILIDADES DEL PERIODO			0%	
TOTAL ACTIVOS FIJOS		\$ 1,183,429	96%		TOTAL PATRIMONIO		\$ 381,890	31%	
\$ 0									
TOTAL ACTIVOS		\$ 1,234,319	100%		TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO		\$ 1,234,319	100%	

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

Activos Corrientes

Posee saldo en caja por \$38.000 que constituye la base para el siguiente día. No posee cartera porque sus ventas son de contado. El comportamiento y rotación de los inventarios es diario, la empresaria adquiere la materia prima diariamente. No

posee inversiones. En el mes de septiembre comenzó el ejercicio de llevar sus registros diarios en un cuaderno pero quedó aplazado cuando desapareció su hija.

Activos fijos

La maquinaria y equipo representa el 98% sobre el total de activos fijos y muebles y enseres representa el 2% sobre el total de activos fijos. La maquinaria y equipo están siendo utilizados eficazmente. La empresaria tiene un equipo entregado por Fundación Carvajal que corresponde a una Fritadora a gas el cual es prestado y no se cobra valor alguno por su uso, por lo que la empresaria no asume la depreciación, pero se encuentra como activo ocioso porque se le debe realizar una pequeña reparación y la empresaria hasta la fecha de acompañamiento no había enviado a reparar.

Patrimonio

Inició su negocio con un préstamo de \$200.000 de una vecina y utilizando los equipos de su cocina. A pesar de que el negocio arroja utilidades, según cifras estimadas por la empresaria, se cubren las obligaciones extraordinarias de familiares y para cubrir imprevistos. Como se puede presentar sesgos en la información contable porque no se toma de fuentes documentales se puede dar un margen de error.

Análisis Vertical

Para realizar este análisis se revisan las cifras más significativas del balance general inicial. Los activos fijos representan el 96% del total de los activos, por lo que esta tendencia es normal por el tipo de actividad que ejerce, donde se debe realizar una fuerte inversión en maquinaria y equipo. Dentro de la maquinaria y equipo los más representativos son la nevera y el horno. En cuanto al total de pasivo y patrimonio el 69% está representado por pasivo a largo plazo, que corresponde a un crédito otorgado por Brilla por Gases de Occidente para la compra de la nevera.

Análisis Horizontal

Para realizar el análisis horizontal de la empresaria Gloria Jiménez, se deben comparar las cifras de periodos uniformes, es decir de un periodo a otro y evaluar la variación de los rubros, como no contamos con el segundo periodo no se puede realizar este análisis.

3.2.5.2 Razones e indicadores financieros

Se calculó las razones financieras a partir de la información obtenida de los estados financieros

Tabla 21. Razones e indicadores financieros Gloria Dominga Jiménez

CLASE	RAZONES	FORMULA	BALANCE INICIAL A 30/9/14	INTERPRETACION
LIQUIDEZ	CAPITAL DE TRABAJO	AC-PC	\$ 50,890	La operación tiene liquidez y no posee endeudamiento en el corto plazo
	LIQUIDEZ CORRIENTE	AC/PC	\$ 0.00	No posee endeudamiento a corto plazo. Está en una situación ideal
	PRUEBA ACIDA	AC-INV/PC	\$ 0.00	No posee endeudamiento a corto plazo. Está en una situación ideal
ENDEUDAMIENTO	RAZON DE ENDEUDAMIENTO	PAS/ACT*100	69%	El 69% de la empresa corresponde a los acreedores
	RAZON DE AUTONOMIA	PAT/ACT	31%	El 31% de la empresa corresponde a los socios
RENTABILIDAD	RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	UTIL LIQ/VENTAS	44.0%	El porcentaje de utilidad liquida sobre las ventas promedio es del 44%
	RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS	UTIL LIQ/ACT	78.0%	La empresa generó 78% de rentabilidad sobre sus activos
	RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO	UTILI LIQ/PAT	253.0%	La rentabilidad sobre el patrimonio es del 253%. Es decir que los fondos aportados por la socia generaron más de la rentabilidad esperada

FUENTE: Elaboración propia.

Luego de revisar las cifras obtenidas en el balance general y estado de costos estimado inicial, se estudian los indicadores financieros más importantes como

son los de liquidez, endeudamiento y rentabilidad. En cuanto a la **liquidez**, las razones de prueba acida y liquidez corriente por los dos periodos son las ideales para la empresaria pues no posee endeudamiento a corto plazo. En cuanto al capital de trabajo del periodo arroja un rubro de \$50.890 indica que hay liquidez en la operación y puede garantizar el pago a corto plazo en el caso que se adquiriera una deuda.

En cuanto al **endeudamiento**, la razón de autonomía es del 31% para el periodo, lo que quiere decir que los socios son dueños en un 31% de su empresa y la razón de endeudamiento es del 69% que corresponde a los acreedores. Esto se debe a que posee crédito con Brilla de Gases de Occidente.

En cuanto a la **rentabilidad**, se evidencia que empresa generó el 78% en de rentabilidad sobre sus activos y 253% de rentabilidad sobre su patrimonio, es decir que generó valor para los socios, esto básicamente se puede deber a una razón, que en el estudio de costos inicial se tomaron cifras estimadas por la empresaria que pueden tener sesgo en la información porque no provienen de una fuente documental y su origen es de lo que la empresaria estima en promedio de las ventas de septiembre. Por último si revisamos la rentabilidad sobre ventas fue del 44%, lo que quiere decir que la utilidad es favorable bajo este escenario y la empresaria debe realizar reservar para invertir en compra de maquinaria.

3.2.6 Área de mercadeo

La empresaria recuerda algunos aspectos de esta área aprendidos en el curso de formación de Fundación Carvajal, pero no ha realizado ninguna estrategia de mercadeo para incrementar las ventas y atraer nuevos clientes.

Cuadro 19. Debilidades y fortalezas en el área de mercadeo de Gloria Dominga Jiménez

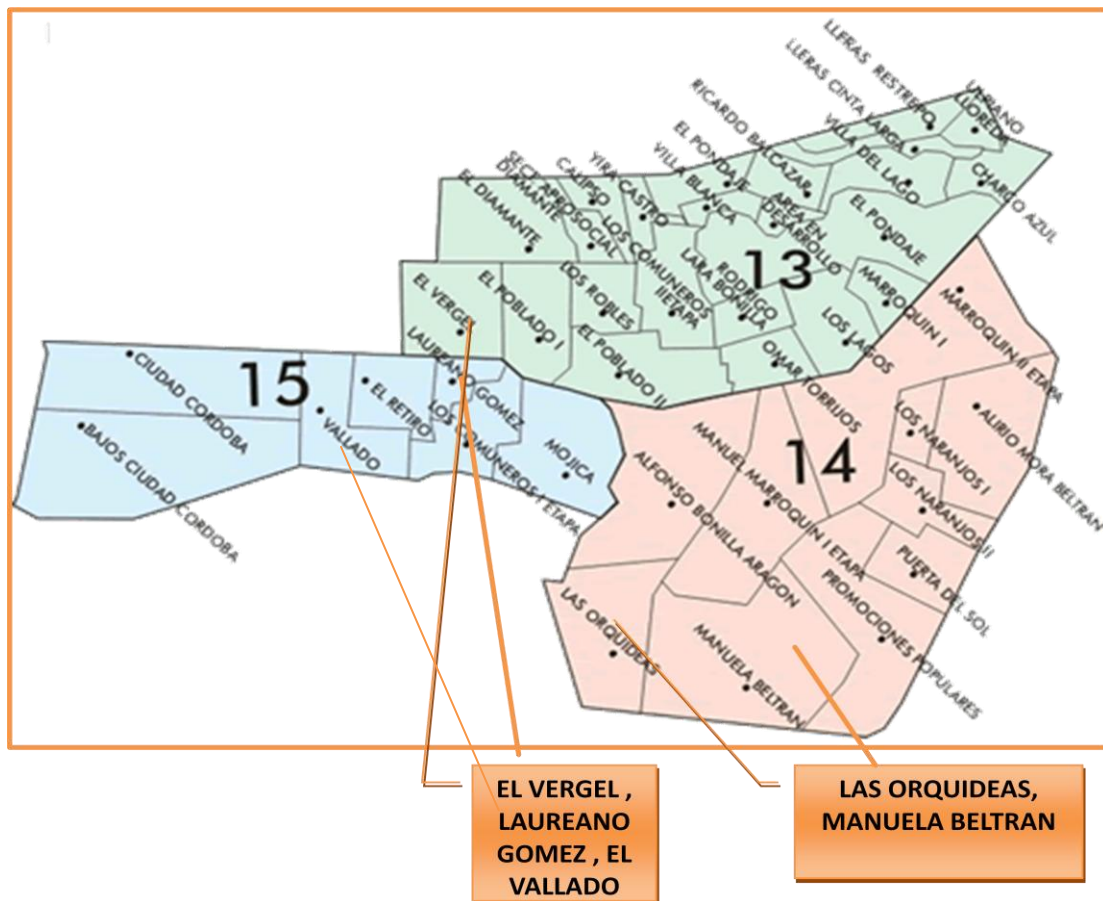
Debilidades	Fortalezas
No posee imagen corporativa	El punto de venta (Esquinero)
No se ha fijado meta de ventas	Excelente atención al cliente, escucha recomendaciones de los clientes y los aplica a su negocio.
Carecen de estrategias de mercadeo para atraer nuevos clientes	Trabaja en la mañana y en la tarde para atender las necesidades de sus clientes.

Fuente: Elaboración Propia

- **Clientes**

Sus clientes están ubicados en los barrios el Vergel, las Orquídeas, Manuela Beltrán, Laureano Gómez, el Vallado pertenecientes a la comuna 13,14 y 15 de Cali. Posee una ubicación excelente porque el punto de venta es esquinero, donde hay tráfico constante de personas y lo rodea vías vehiculares. Cuenta con clientes en el barrio Terrón Colorado que le encargan hojaldras cada 8 días con un promedio semanal de 220 hojaldras

Ilustración 21. Ubicación geográfica de los clientes Gloria Jiménez



Fuente:

http://www.cali.gov.co/ipc/publicaciones/empresa_social_del_estado_ese_oriente_comunas_13_14_15_21_pub

- **Producto**

Los productos que la Gloria Jiménez produce y vende son: Masitas, hojaldras y Café.

Ilustración 22. Productos de Gloria Jiménez



La diferenciación en el producto seguirá siendo la calidad de la materia prima y el sabor. La amplia experiencia en la preparación de comida, es otro factor clave porque la gente le agrada el sabor de sus preparaciones. La estrategia es seguir generando confianza en el cliente, la comunicación efectiva y crear marca para diferenciarse de otros negocios.

Se propuso a la empresaria crear la imagen de la empresa, con propuesta de colores, el nombre, logo y eslogan. La empresaria propuso los siguientes nombres para su negocio:

- Impulso al éxito
- Delicias de Gloria

Pero esta tarea no se culminó debido a que la empresaria ingresó a laborar en un colegio el 14 de octubre y esta fase no se logró completar.

- **Plaza**

Utiliza el canal de distribución tradicional, que es desde su punto de venta al consumidor final. En el largo plazo quiere adecuar el primer piso exclusivamente para su negocio y terminar la construcción del tercer piso para que su vivienda sea en el segundo y tercer piso. El primer piso quedará adecuado con mesas y mejores equipos y ofrecerá nuevos productos.

Ilustración 23. Ubicación negocio Gloria Jiménez



- **Publicidad**

La publicidad se da por medio del marketing relacional (Voz a voz por recomendados). No se cuenta con aviso exterior que identifique el negocio o pendón. La empresaria manifiesta que si se pone un aviso permanente puede ser objeto de vandalismo porque ya ha ocurrido en la zona, por lo que solo quiere ubicar un pendón.

Existe un gran potencial para que por medio de la publicidad (Creación nombre) el negocio sea conocido y se mantenga en el recuerdo de los clientes.

- **Precio**

El precio lo fijó de acuerdo al costo de los materiales. La forma de pago más común es de contado. Los precios permiten tener un margen de contribución positivo para cada uno de los productos. A continuación detallamos el precio de venta, el costo variable y el margen de contribución que representa tanto en pesos como en porcentaje

Tabla 22. Margen de contribución por producto Gloria Dominga Jiménez Septiembre de 2014

PRODUCTO A	PRECIO DE VENTA DEL PRODUCTO B	COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO C	MARGEN DE CONTRIBUCIO N DE LA UNIDAD B-C=D	MARGEN DE CONTRIBUCIO N EN PORCENTAJE D/B X 100
HOJALDRA	500	166	\$ 334	67%
MASITAS AREPARINA	500	245	\$ 255	51%
CAFÉ 7 OZ	500	62	\$ 438	88%

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

La empresaria informa que actualmente no piensa implementar estrategia de precio pues esta la realizó en sus inicios ofreciendo un vaso de café de 3.5 onzas gratis por la compra de hojaldra o masita.

- **Proveedores**

Se identificó un proveedor en la empresa, sin embargo hay una cantidad considerable de ellos en los alrededores. El proveedor que está cerca a su casa le compra en volúmenes pequeños. No se tiene poder de negociación con los proveedores. Los proveedores de la competencia son mayoristas y compran en volúmenes grandes.

Cuadro 20. Proveedores actuales Gloria Dominga Jiménez.

PROVEEDOR	TIPO	UBICACIÓN	TELEFONO
Quesera Piolín	Actual	Cra 32 51 A 20 Laureano Gómez	Tel 4361860-3291533- 3103731073

Fuente: Elaboración propia

El procedimiento de compra de la empresaria es: Adquiere la materia prima diariamente en la Quesera Piolín, ubicada cerca a su casa, no paga transporte por lo que favorece el costo del producto porque no incurre en gastos adicionales. Informa que no puede comprar en volúmenes grandes porque no tiene un lugar adecuado para almacenar y puede contaminarse por los insectos rastreros. Por lo cual es recomendable por el momento continuar realizando las compras de este modo.

- **Competencia**

La empresaria identifica su competidor directo, que es una Panadería. La panadería cuenta con buenas instalaciones, experiencia, publicidad, ubicación, y promociones. Aunque en términos de sabor y calidad no satisfacen las necesidades de los clientes y por esa razón prefieren los productos de la señora Gloria. La señora Gloria realizó la prueba de las hojaldras de la competencia y en sabor no supera su producto y el tamaño es pequeño.

Cuadro 21. Análisis de la competencia comparado con el negocio de Gloria Dominga Jiménez.

Factores de éxito de la competencia	Panadería Edwin	Mi negocio
Precio de compra de materiales	Bueno	Regular
Precio de venta de los productos	Bueno	Bueno
Calidad del producto	Regular	Bueno
Atención de los clientes	Bueno	Bueno
Horario de atención	Bueno	Bueno
Canal de distribución	Bueno	Bueno
Publicidad	Bueno	Malo
Presentación y ubicación del local	Bueno	Bueno
Presentación de los productos	Bueno	Bueno
Empaque de los productos	Bueno	Bueno

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

Al comparar el negocio de la señora Gloria Jiménez en cuanto al precio de compra de materiales es menos bueno que las panaderías, pues ellas adquieren grandes volúmenes y esto los beneficia en el costo y por lo tanto en el precio. El precio de venta es igual a la competencia. La calidad del producto ofrecida es mejor a la competencia, la empresaria ha probado la hojaldra de la competencia y su sabor no es el mejor. En cuanto al horario y canal de distribución es igual a la competencia. En cuanto a la publicidad es un aspecto a mejorar pues no posee aviso ni pendón y la competencia lo supera en este aspecto.

- **Encuesta**

Se construyó una encuesta con 16 preguntas cerradas para evaluar el servicio al cliente y conocer como perciben los clientes los productos, pero como la empresaria ingresó a laborar el 14 de octubre esta actividad no se pudo completar al no tener tiempo para atender al estudiante. (ANEXO C)

3.2.7 Área legal, laboral y tributaria

La microempresaria no conoce muy a fondo el área legal, y tributaria de una empresa, tiene algo de conocimiento del área laboral por las experiencias que ha tenido como empleada,

Por medio del diagnóstico, la empresaria manifiesta que recuerda que alguna vez realizó un trámite en cámara de comercio para un restaurante que constituyó en el año 2008 con un familiar pero no sabe cuál es el estado actual.

Cuadro 22. Debilidades y fortalezas área legal, laboral y tributaria Gloria Jiménez

Debilidades	Fortalezas
Está formalizada en cámara de comercio desde el año 2008, pero registrada bajo otro establecimiento y no canceló la matrícula por lo que debe la renovación del 2009 al 2014.	Dispuesta a aprender sobre esta área y aplicarlo
	Posee RUT
	Posee permiso para manipulación de alimentos

Fuente: Elaboración Propia

- **Cámara de Comercio**

Se informó a la empresaria acerca de este requisito en el evento que quiera formalizar su actividad más adelante. Se da información acerca de la inscripción y la renovación que debe realizarse cada año, la cual tiene unos costos que debe asumir el negocio.

Como la empresaria manifiesta que recuerda que alguna vez realizó un trámite en cámara de comercio para un restaurante que constituyó en el año 2008 con un familiar pero no sabe cuál es el estado actual, se procedió a realizar consulta en el portal de la cámara de comercio de Cali para verificar si aparece registrada y hasta que año renovó.

Ilustración 24. Pantalla consulta RUE registro cámara de comercio Gloria Jiménez

Registro Mercantil

La siguiente información es reportada por la cámara de comercio y es de tipo informativo.

Razón Social	RESTAURANTE Y ASADERO SAZON PORTEÑO				
Sigla					
Cámara de Comercio	CALI				
Número de Matrícula	0000732363				
Identificación	CEDULA DE CIUDADANIA				
Último Año Renovado	2008				
Fecha de Matrícula	20080225				
Estado de la matrícula	ACTIVA				
Tipo de Sociedad	NO APLICA				
Tipo de Organización	ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO				
Categoría de la Matrícula	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO				
Empleados	0.00				
Afiliado	No				

Actividades Económicas					
* 4729 - Comercio al por menor de otros productos alimenticios n.c.p., en establecimientos especializados					

Información Propietario / Establecimientos, agencias o sucursales					
Tipo Id. ^	Número Identificación	Razón Social	Cámara de Comercio RM	Categoría	RM RUP ESAL RNT
C.C.	31985008	JIMENEZ SINISTERRA GLORIA DOMINGA	CALI	Persona Natural	RM

Mostrando 1 - 1 de 1

Fuente: http://www.rues.org.co/RUES_WEB/Consultas

Se procede a realizar una simulación de autoliquidación de renovación en el portal de la Cámara de Comercio de Cali, para determinar cuál sería el valor promedio que la empresaria debería cancelar a esta entidad para luego proceder con la cancelación de la matrícula y que no le genere más cartera por este concepto.

A continuación se detalla el valor aproximado a pagar con unos activos promedio de \$1.234.319:

Ilustración 25. Pantalla autoliquidación Cámara de Comercio Gloria Jiménez

Sistema
Autoliquidación - Renovación

RENOVACIÓN (*) Campos Obligatorios

INFORMACIÓN DEL PROPIETARIO

Matricula	732362		
Nombre o Razón Social	GLORIA DOMINGA		
Ultima Fecha Renovación	25-feb-2008		
*Activos	*Nro. Empleados	*Servicio Especial de Certificación	
1.234.319	0	Si v	

INFORMACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS

Matricula	Nombre o Razón Social	Ult. Fecha Renovación	Activos	
732363	RESTAURANTE Y ASADERO SAZON PORTEÑO	25-feb-2008	1.234.319	

Sistema
Autoliquidación - Renovación

LIQUIDACIÓN

DETALLE DE LA LIQUIDACIÓN

Matricula	732362		
Nombre o Razón Social	GLORIA DOMINGA		

Descripción	Matricula	Cantidad	Valor
DERECHOS RENOVACION	732362	1	45.000
DERECHOS RENOVACION AÑOS ANTERIORES	732362	5	198.000
SERVICIO ESPECIAL DE CERTIFICACION	732362	1	2.200
COSTO ENVIO S.E.C	732362	1	950
DERECHOS RENOVACION ESTAB. LOCAL	732363	1	32.000
DERECHOS DE RENOV AÑOS ANT ESTAB LOCAL	732363	5	142.000
CERTIF. MATRICULA ESTAB. DE CIO (CONSTANCIA)	732363	1	2.200
FORMULARIOS MEDIO MAGNETICO	732363	1	4.300
TOTAL A PAGAR			426,650

* Si los activos son inferiores a los reportados en su última renovación, adjuntar Balance o Inventario firmado por Contador Público, anexando fotocopia de la Tarjeta Profesional.

Fuente: <https://servicios.ccc.org.co/autoLiquidacionYA/08/inicio>

Se procedió a llamar a cámara de comercio para conocer el valor de los activos con los que se registró en el año 2008 el restaurante, pero por tratarse de una vigencia de años anteriores se encuentra archivado, por lo que la funcionaria recomienda ir a un punto de cámara de comercio, pedir turno y solicitar consulta del expediente para que le entreguen a la empresaria copia del formulario con el que se matriculó por primera vez y verificar el valor de los activos.

Es importante conocer este rubro, puesto que es la base con el que se liquida los derechos pendientes por pagar en Cámara de Comercio. Cabe la pena mencionar que si los activos que se reportan para renovar los seis años pendientes, son inferiores a los reportados en su última renovación, se debe adjuntar Balance o Inventario firmado por Contador Público, anexando fotocopia de la Tarjeta Profesional, por eso es importante conocer el valor con el que se registro y evaluar las alternativas para renovar cuanto antes.

Por último una vez renovado los años pendientes, se debe proceder inmediatamente a la cancelación de la matricula del establecimiento que corresponde al número 732363 y la cancelación de la matricula como persona natural que es 732362.

- **Impuesto de Industria y Comercio**

La microempresaria no conoce sobre el tributo de Industria y Comercio, se le explicó que es un tributo municipal que grava la realización de actividades industriales, comerciales y/o la prestación de servicios dentro del municipio de Santiago de Cali, que se desarrollen de manera permanente u ocasional, con establecimiento de comercio o sin él.

Se explicó que ella desarrolla actividades industriales y que como cuenta con registro en cámara de comercio, inmediatamente quedó obligada a presentar la declaración de Industria y Comercio cada año en las fechas señaladas por la Secretaria de Rentas por lo tanto debe las vigencias 2009, 2010 y 2011.

Para la vigencia 2008 que debía presentarse en el año 2009, los términos prescribieron, que corresponden a cinco años después de la fecha de presentación de la declaración, es decir la Secretaría de Rentas de Cali tenía hasta abril de 2014 para requerir y exigir el pago del tributo de la señora Gloria.

Para la vigencia 2012 y posteriores, se encuentra contemplado en el Acuerdo 321 de Diciembre de 2011, artículos 90, 91 y 92, unas condiciones especiales para pertenecer al régimen simplificado y no al régimen ordinario, por lo que la señora Gloria Jiménez cumple con los siguientes requisitos:

- 1 Que se trate de una persona natural**

- 2 Que ejerza actividad gravable solo en un establecimiento de comercio o lugar físico.
- 3 Que el total de los ingresos brutos obtenidos por el ejercicio de la actividad gravada con el impuesto de industria y comercio durante el año gravable inmediatamente anterior, sea igual o inferior a 500 UVT

Los contribuyentes que cumplan con la totalidad de los requisitos exigidos para pertenecer al regimen simplificado del Impuesto de Industria y Comercio, no estarán obligados a presentar la declaración privada anual a partir del año gravable 2012.

Pero es obligatorio que los contribuyentes que pertenecen a este regimen, deben llevar el libro fiscal de registro de operaciones diarias.

En conclusión la señora Gloria Jimenez debe las vigencias 2009, 2010 y 2011 por concepto de industria y comercio, que acarrearán sanción por extemporaneidad por cada mes o fracción de mes más los intereses de mora desde su vencimiento a la fecha que se proyecte cancelar.

- **Carné manipulación de alimentos**

La empresaria mediante la formación en Fundación Carvajal, obtuvo el carné de manipulación de alimentos con vigencia de un año contado a partir de septiembre de 2014. Dicho carné fue expedido por la Secretaria de Salud Municipal de Cali.

Ilustración 26. Carné manipulación Gloria Dominga Jiménez



- **RUT**

La empresaria no conocía con exactitud si poseía RUT, se verificó en el portal de la DIAN y efectivamente está registrada. Se ingresó al portal de la DIAN y se obtuvo copia del RUT (ANEXO D). Se verificó la información registrada en el RUT y se establece que debe ser actualizada. Esta actualización la puede realizar directamente la empresaria en las oficinas de la DIAN o puede realizarlo a través de la página web de la entidad, los datos que requieren ser actualizados son dirección, email, nombre comercial y actividad económica que no corresponde a la nueva clasificación de actividades económicas.

3.2.8 Área administrativa

La señora Gloria Dominga Jiménez planea todas las actividades de su negocio, tiene control de los tiempos para las actividades y sobre las compras.

Cuadro 23. Debilidades y fortalezas área administrativa Gloria Dominga Jiménez.

Debilidades	Fortalezas
Las decisiones de la empresa no las toma con base en la información	Posee empoderamiento y liderazgo.
No posee misión, visión.	Planea las actividades diarias de su negocio
	Fuerte motivación para aprender y aplicarlo.

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 27. Proceso Administrativo Gloria Jiménez



Fuente: Elaboración propia

• Planeación

La microempresaria desea incursionar en nuevos productos que atraerá nuevos clientes. Separa cada día para la cuota del crédito brilla y registra los movimientos diarios de compras y ventas.

Se construye en el mes de octubre de 2014 la misión, la visión y los objetivos de la microempresa con la ayuda de la señora Gloria. Previamente se explicó de qué se trata la misión, visión y objetivos de la empresa y cuál era su importancia.

La empresaria nos recalcó que a su vez quería que se resaltaran los valores que aplica en el negocio y se construyeron en conjunto.

La misión, visión y objetivos se construyó de acuerdo a la proyección del negocio, donde la microempresaria desea incursionar en nuevos productos como alipapas, avenas etc.

MISION
Nuestra microempresa se dedica a producir alimentos a base de harina de la mejor calidad y sabor para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, aplicando las buenas prácticas de manufactura e higiene a nuestro proceso.

Fuente: Elaboración Estudiante y empresaria

VISION
Para el año 2016 ser una microempresa que ofrezca diversidad de productos alimenticios a base de harina, frituras y lácteos, conservando la calidad y sabor y seguir siendo la mejor opción para los clientes.

Fuente: Elaboración Estudiante y empresaria

OBJETIVOS
• Mejorar los activos fijos (Corto plazo) • Ampliar y mejorar el local para atender a los clientes (Mediano plazo) • Ser un lugar reconocido por su calidad, sabor y variedad (Largo plazo) • Contratar dos trabajadores (hijos) para mejorar el servicio (Largo plazo)

Fuente: Elaboración Estudiante y empresaria

VALORES
• Honestidad • Respeto • Compromiso • Disciplina • Responsabilidad

Fuente: Elaboración Estudiante y empresaria

- **Organización**

La microempresa está conformada solo por la señora Gloria Jiménez, razón por la cual no existe un organigrama porque no tienen empleados a cargo. En ocasiones le brinda apoyo la hija pero es momentáneo cuando debe despachar a los clientes.

El proceso de la organización lo realizan en todos los aspectos de su negocio, así:

- Espacio del área de producción y punto de venta.
- Espacio para almacenar materia prima
- Llevar una carpeta para proveedores
- Organizar registros contables

- **Control**

La microempresaria tiene control de las compras de materia prima, así como de la Calidad de los productos que ofrece. No lleva control de registros de las ventas, costos, gastos y caja. A raíz del acompañamiento que se le realiza, se le explicó la manera de cómo llevar el cuadre de caja diario, registrando en un cuaderno las operaciones diarias de su negocio, que le permitan llevar un control y observar el comportamiento de las ventas, gastos y costos. A su vez también realiza un control de porque algunos clientes no le volvieron a comprar.

- **Dirección**

En cuanto a la dirección Gloria Jiménez cuenta con una fuerte motivación y empoderamiento de su negocio, debido a que representa ingresos para su grupo familiar, y sobre todo que hace lo que le gusta.

La empresaria toma las decisiones diarias de su negocio y analiza el comportamiento de los clientes para hacer los cambios que se requieran. Se está motivando para que tomen las decisiones basadas en la información contable.

La señora Gloria posee habilidad en la preparación de los productos fritos, preparaciones de comidas caseras, debido a la experiencia que ha tenido en restaurantes por muchos años y como coordinadora de eventos en la parte de las comidas.

3.2.9 Área de Producción

Cuenta con la experiencia en la preparación de los productos, conoce las materias primas que se deben utilizar, el proceso productivo. Aplica las buenas prácticas de manufactura a su proceso productivo y los clientes resaltan la limpieza e higiene tanto en su presentación como en su punto de venta.

Cuadro 24. Debilidades y fortalezas área de producción Gloria Dominga Jiménez.

Debilidades	Fortalezas
La freidora entregada en comodato por Fundación Carvajal no está en uso, debido a que presenta daño.	La empresaria tiene amplia experiencia en la preparación y el proceso de alimentos
	Los productos que ofrece prevalece ante todo la calidad.
	Conocimiento de los tiempos en el proceso y preparación del producto final
	Aplica las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) las cuales se emplean en todos los procesos de elaboración y manipulación de alimentos y son una herramienta fundamental para la obtención de productos inocuos.

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 28. Principales aspectos proceso productivo Gloria Jiménez



Fuente: Elaboración propia

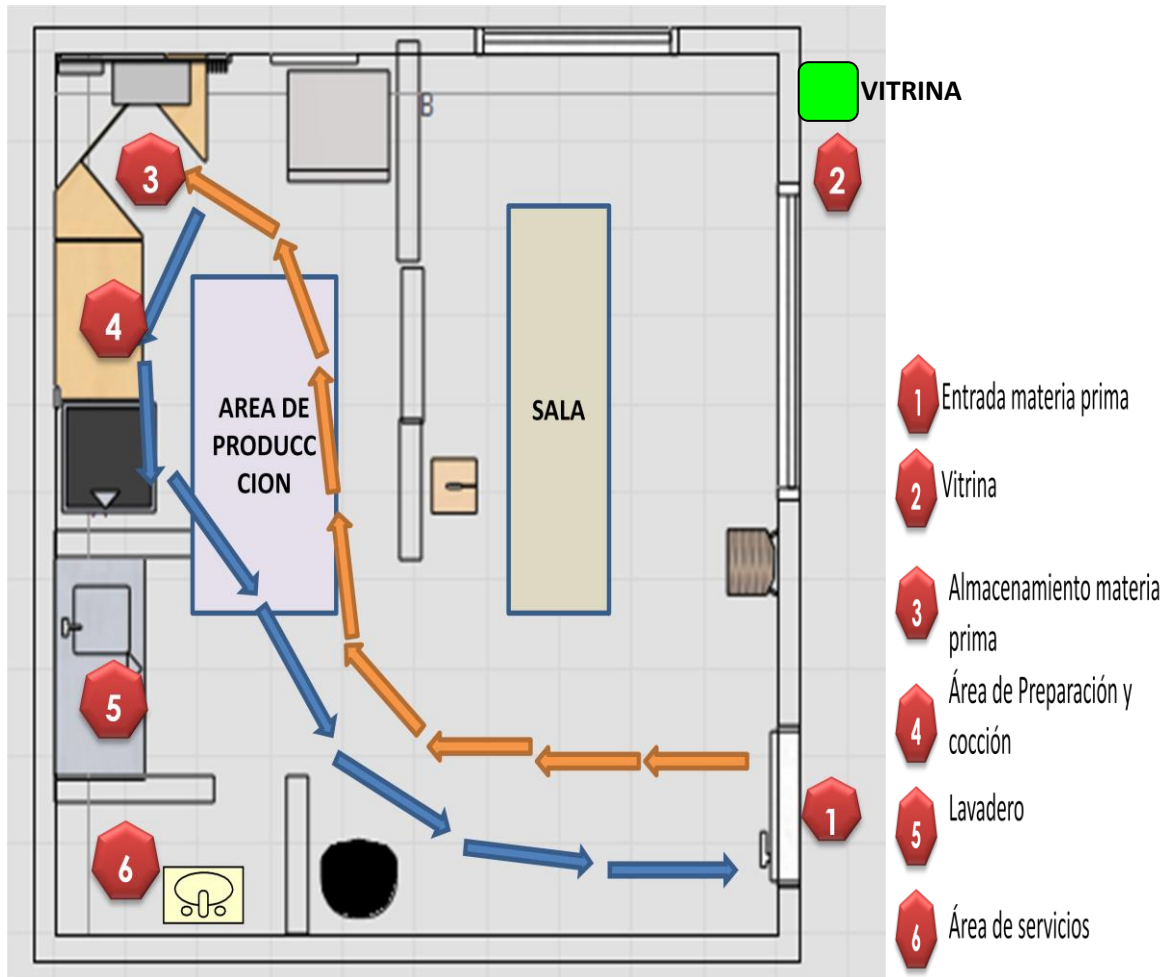
- **Planta de Producción**

La planta de producción está ubicada en la vivienda, en la cocina. Cuenta con un espacio reducido para realizar el proceso productivo.

Ilustración 29. Planta producción Gloria Jiménez



Ilustración 30. Distribución de la planta de producción Gloria Jiménez



Fuente: Elaboración Propia-Distribución Planta -1er Piso Vivienda Familiar

Ilustración 31. Distribución de la planta de producción y local en 3D



Fuente: Elaboración Propia- área de Producción y local 3D

Ilustración 32. Maquinaria y Equipo Gloria Jiménez



- **Procesos**

Conoce el flujo de su proceso. Cuenta con un espacio reducido en la cocina de su casa y allí realiza su proceso. Asea y desinfecta el área de producción. Presenta cuello de botella al momento de freír porque cuenta con una paila que solo le cabe una hojaldra y en el caso de la masita de areparina le cabe una redonda y una ovalada, lo que no permite estandarizar el producto.

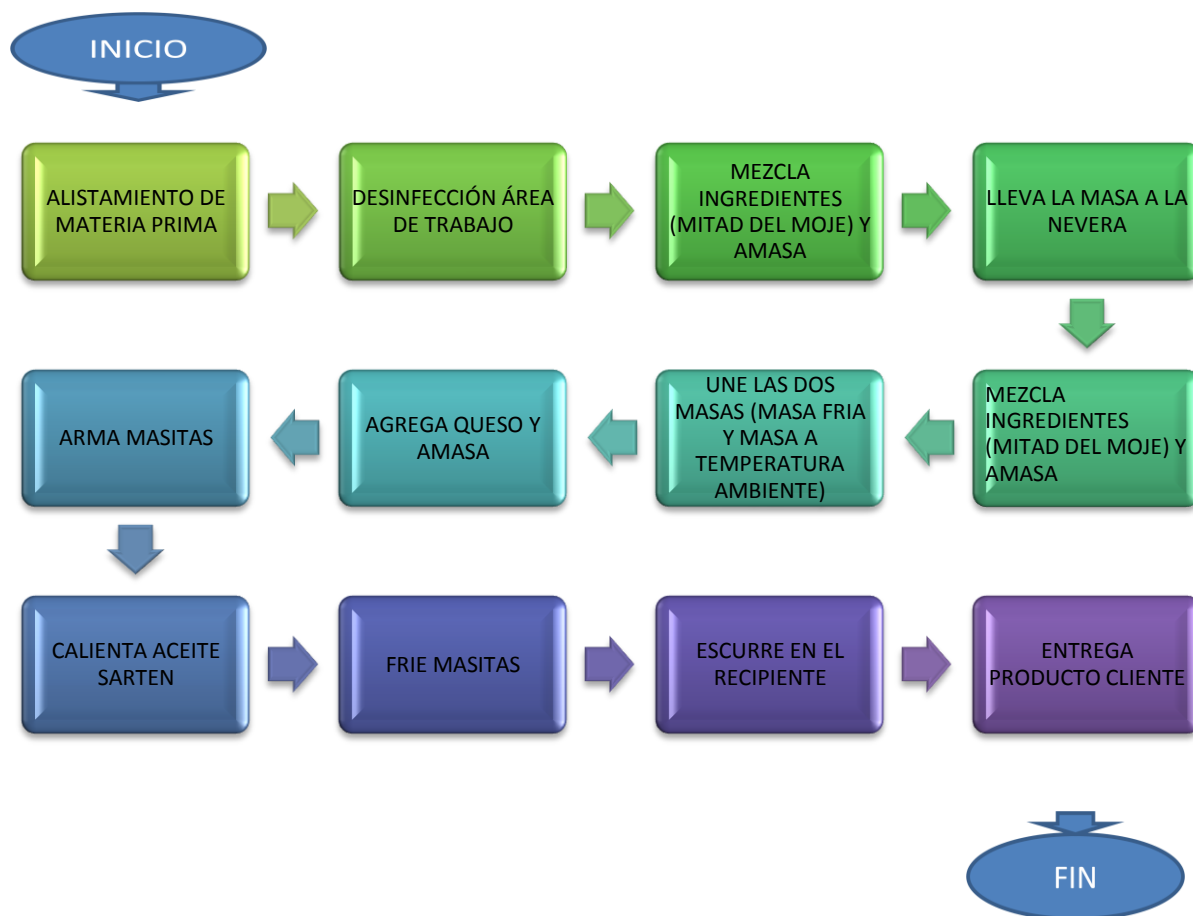
Ilustración 33. Proceso producción masitas Gloria Jiménez



Ilustración 34. Proceso producción Hojaldras Gloria Jiménez

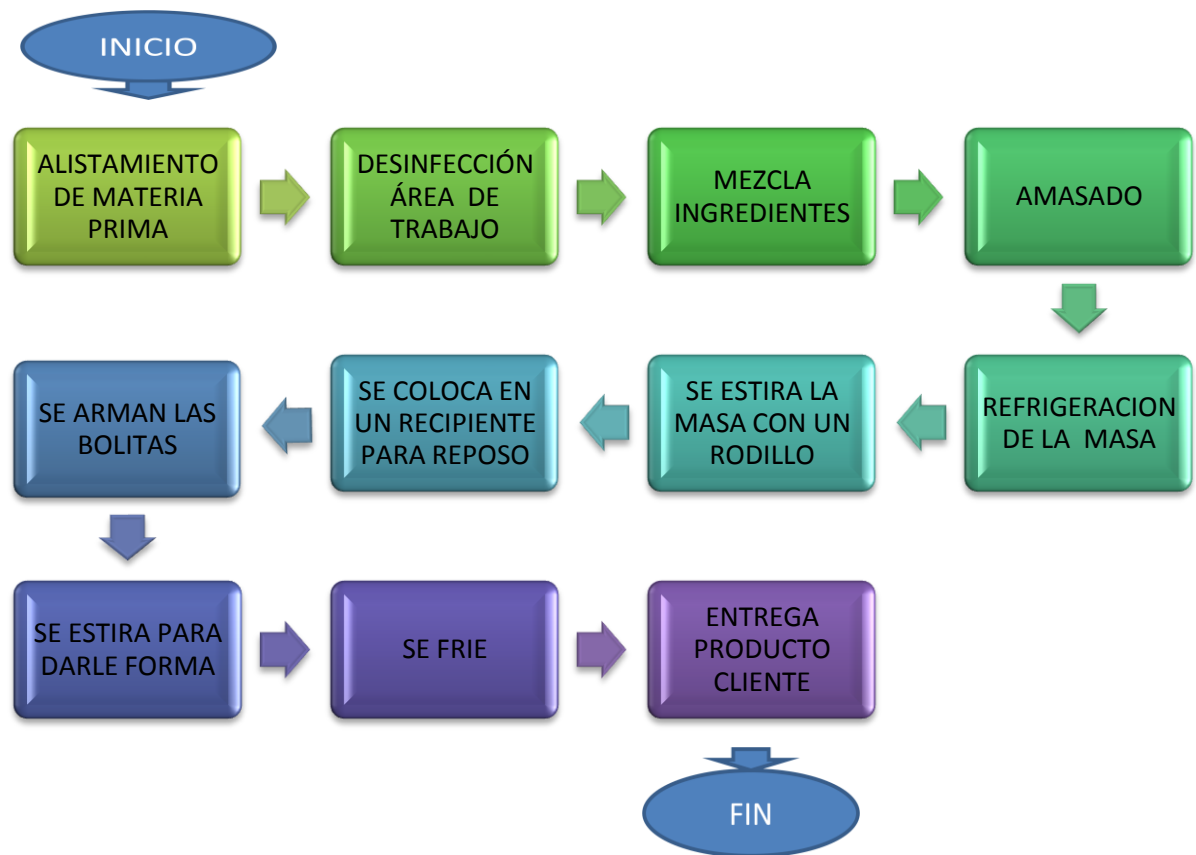


Ilustración 35. Diagrama de Flujo Masitas



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 36. Diagrama de Flujo Hojaldras



Fuente: Elaboración propia

3.2.10 Apoyo social

La empresaria atravesó por una situación difícil, debido a que su hija Katherine Stephany Lozano Jiménez desapareció el sábado 20 de septiembre de 2014, cuando se dirigió a Vallegrande a visitar a familiares y amigos. Fue vista por última vez en Vallegrande y desde ese momento la señora Gloria no volvió a tener noticias de su paradero.

El día 23 de septiembre me dirigí a buscar a la señora Gloria, de acuerdo a cita programada con anterioridad para realizar la visita acostumbrada de acompañamiento empresarial pero no la encontré en su domicilio, llamé a su celular pero no fue posible ubicarla. Ya en la noche la señora Gloria Jiménez se comunicó conmigo y me informa de tan terrible noticia, su hija Katherine llevaba desaparecida 72 horas y se encontraba realizando la denuncia ante la fiscalía y las autoridades competentes, solicitando apoyo para la búsqueda de su hija.

Al conocer la noticia le ofrecí mi apoyo y le informé que comunicaría inmediatamente a Fundación Carvajal. En Fundación reporté la noticia a la Coordinadora, trabajadoras sociales y asesoras empresariales quienes se comunicaron inmediatamente con la señora Gloria Jiménez.

Fundación Carvajal imprimió unos carteles con la foto de Katherine, con los datos para quien tuviera noticias se comunicara de inmediato con la madre. Los carteles fueron ubicados en la sede de Fundación del Vallado.

Los días transcurrían y constantemente me comunicaba con la señora Gloria para saber que noticias tenía y en que le podía apoyar. La empresaria me dijo que solo logro imprimir unos pocos avisos en blanco y negro y los ubicó en Vallegrande y en algunos barrios aledaños, pero nadie daba noticia de su paradero.

Algunas personas argumentaban que la habían visto por el centro o por las invasiones del distrito en condiciones lamentables, como si le hubieran suministrado alguna sustancia psicoactiva. Este tipo de información alteraba y desesperaba a la señora Gloria Jiménez.

En una de las visitas le solicité una foto digital pero como ella no cuenta con computador, cámaras digitales o celular, todo lo que tenía era una foto impresa de años atrás, así que le pregunté si alguna amiga cercana le habría tomado alguna foto para que me pasara el archivo y lograr así difundir la fotografía por redes sociales o entre conocidos.

La señora Gloria me llevó donde Diana, una vecina muy allegada a ellas y tenía fotos las cuales me envió por WhatsApp, inmediatamente las difundí entre conocidos y familiares de la señora Gloria y míos.

Estas fotos se llevaron a Fundación Carvajal para que se difundieran a todos los trabajadores de la sede el Vallado. El asesor Duvan Cano informó que solicitaría difundir el mensaje por la emisora de Fundación Carvajal.

Pese a todos los esfuerzos no se lograba tener información de la hija de la señora Gloria, así que decidí buscar teléfonos de canales regionales y nacionales y buscar apoyo de los medios de comunicación, que serían más efectivos a la hora de difundir la nota. Solicité autorización de la señora Gloria y fue así cuando el lunes 6 de octubre me comuniqué con la periodista Katherin Estacio, quien tomó mis datos y el martes 6 de octubre se comunicó conmigo y le suministré la información de la señora Gloria Jiménez, ese mismo día se dirigió a la casa de la señora y realizó la nota.

La periodista nos informó que el martes editaban la nota para transmitir al día siguiente en la emisión del miércoles 8 de octubre a la 1:00 pm en el noticiero regional 90 minutos.

Para el miércoles estábamos a la expectativa y autoricé para que mi número celular apareciera en la noticia en caso que la comunidad tuviera noticias del paradero de Katherin Lozano y fuera más efectiva la comunicación.

La comunidad respondió de inmediato y se recibieron gran cantidad de llamadas informando la ubicación de Katherin Lozano, quienes aseguraban se encontraba en buenas condiciones y bajo la protección de una señora del sector de Juanchito.

A las 5:00 pm del miércoles 8 de octubre llamó la señora que cuidaba de Katherin Lozano y nos la comunicó. Katherin es una niña en condición de discapacidad cognitiva y su desarrollo no es el normal al de otros niños. Afortunadamente contó con el cuidado de una gran persona quien la acogió como un miembro de su familia.

En ningún momento dejé a la empresaria sola y siempre busqué apoyarla de todas las maneras posibles, pues como madre me identifiqué con su dolor y mi deber era actuar con sentido social.

The screenshot shows a news website interface. At the top, there's a date and time: "Mié, 10/08/2014 - 18:31". Below it, a headline reads: "Una joven con discapacidad mental está desaparecida hace 20 días". There are several ads, including one for "Jeep" and another for "Soy capaz". A video player is embedded, showing a woman in a blue and white patterned shirt. Below the video, there's text: "Cualquier información sobre la joven cel 316 579 15 58 y 314 885 78 69". To the right of the video, there's a tweet from @Noti90Minutos. Below the video, there's a caption: "Una madre caleña lanzó un angustioso llamado de ayuda, ante las cámaras de 90 Minutos, para encontrar a su hija, una joven en situación de discapacidad desaparecida desde hace cerca de un mes." On the right side, there's a section titled "90 MINUTOS NOTICIERO EN REDES SOCIALES" with links to YouTube, Twitter, and Facebook. At the bottom, there's a section titled "MÁS RECIENTE" and "MÁS COMENTADAS" with a link to "Santos lanzó plan de vivienda para la clase media colombiana".

Fuente: <http://www.90minutos.co/content/una-joven-con-discapacidad-mental-esta-desaparecida-08-10-14#.VDYqZ1fLL7o>



Fuente: <http://www.90minutos.co/content/una-joven-con-discapacidad-mental-esta-desaparecida-08-10-14#.VDYgZ1fLL7o>

3.3 ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE MICROEMPRESA SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA

3.3.1 Datos Generales

Cuadro 25. Datos Generales de SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA

• Nombre de la empresa: Sala de Manos y Pies Franshesca
• Nombre del empresario: Francisca Asprilla Mosquera
• Sector Económico al que pertenece: Servicios
• Tipo de Negocio: Salón de Uñas
• Ubicación de la empresa: Carrera 39 B No 50-06
• Descripción del Servicio: Servicio Manicure y Pedicure.
• Otros productos que comercializa: Bolsos y accesorios
• Antigüedad del Negocio: 4 años
• Área: 2 x 3 m ² En la sala de la casa
• Clientes: Vecinas del sector y barrios aledaños

3.3.2 Perfil del empresario

Ilustración 37. Empresaria Francisca Asprilla



- Nombre: Francisca Asprilla Mosquera
- Edad: 34 años
- Barrio: El Retiro
- No hijos: 4
- Nivel Escolaridad: Bachiller, Cursos Academia Ivonne por medio de Fundapre
- Estado Civil: Unión Libre
- Casa Familiar
- Experiencia Laboral: 2 Años en el Salón de Belleza Manos y Pies del Norte

3.3.3 Reseña histórica

“Soy Francisca Asprilla, vivimos en casa familiar con mis cuatro hijos y mi esposo en el barrio el Retiro. Hace seis años recibí información acerca de la formación gratuita que otorgaba la Fundación Fundapre. Decidí participar y el curso fue dictado en la Academia Ivonne, la fundación cubría todos los gastos de transporte y nos regalo todos los implementos y dotación. Por medio de ellos conseguí trabajo en el Salón Manos y Pies del Norte y la distribución del pago era 50% de los arreglos que hacía. Me aburrí porque me tocaba pagar transporte y había unos días muy duros y entonces decidí después de trabajar por dos años que montaría mi negocio en casa.

Arranqué con \$100.000 compre esmaltes, algodón, platón etc. y con préstamo de la Fundación Carvajal adquirí silla y vitrina y le dije a las vecinas que empezaría a arreglar uñas en mi casa. Inicialmente atendía en la casa de las vecinas y en la sala de mi casa, pero cuando quedé embarazada atendía solo en mi casa y dejé por algún tiempo de ofrecer los servicios. Actualmente estamos por abrir un local que ofrece los servicios de manicure, pedicure, y colmena con una amiga.

Mi meta es contratar un ayudante y tener más clientes.”

3.3.4 Área de Costos

La microempresaria recibe asesoría empresarial por primera vez. Identifica que la microempresa genera utilidades por que cubre gastos personales, ahorra e invierte en compra de materia prima, por decirlo de alguna manera, es la forma en que la microempresaria identifica que el negocio le genera ganancias.

No conoce los costos fijos y variables, punto de equilibrio, margen de contribución, y no tiene establecido el sueldo del empresario. Identifica el día de ventas altas y bajas.

Cuadro 26. Fortalezas y debilidades en el área de Costos de la Microempresa Sala de Manos y Pies Franshesca

Debilidades	Fortalezas
No está guardando soportes de compra de materiales	Cuenta con proveedores cercanos y en el centro de Cali
No se ha asignado sueldo para la microempresaria	Demuestra interés en aprender sobre contabilidad, costos y reconoce los beneficios que puede traer a su negocio.
No posee formación en esta área	
No lleva registros contables	

Fuente: Elaboración Propia

- **Estado de pérdidas y ganancias por costos**

De acuerdo a la estimación realizada las utilidades finales, luego de cubrir costos fijos, variables y gastos son de aproximadamente \$127.102, aunque son las ideales, no se ven reflejadas en la mejora o compra de equipos, de acuerdo a lo que informa la empresaria en muchas ocasiones salen imprevistos familiares que deben cubrir con la utilidad. En el momento de toma de la información la empresaria informa que su esposo se encontraba sin trabaja y ella estaba asumiendo los gasto de la casa.

Tabla 23. Estado de pérdidas y ganancias por costos en Septiembre de 2014 de la Sala de Manos y Pies Franshesca

	%	ESTUDIO COSTOS
VENTAS PROMEDIO MES	100%	\$ 1,028,571
COSTOS VARIABLES (-)	35%	\$ 364,085
MARGEN DE CONTRIBUCION (=)	65%	\$ 664,486
COSTOS FIJOS Y GASTOS (-)	52%	\$ 537,384
UTILIDAD	12%	\$ 127,102

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

- **Margen de contribución**

El margen de contribución de la industria es del 71.6%, la empresaria estimaba el 50%, pero la tendencia en este tipo de negocios está por encima del 50%. Los precios de venta los calcula en base a lo que cuesta el servicio en el sector.

Tabla 24. Margen de contribución Sala de Manos y Pies Franshesca Septiembre de 2014

PRODUCTO	UNIDAD ES VENDIDAS MES A	PRECIO DE VENTA DEL PRODUCTO B	COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO C	MARGEN N DE CONTRIBUCION DE LA UNIDAD B-C=D	MARGEN DE CONTRIBUCION EN PORCENTAJE D/B X 100	VENTA DEL MES DE CADA PRODUCTO AXB	MARGEN DE CONTRIBUCION MES POR PRODUCTO AXD
MANOS SENCILLAS SIN DECORACION	4	4,000	1,218	\$ 2,782	70%	\$ 16,000	\$ 11,127
PIES SENCILLOS SIN DECORACION	12	4,000	1,219	\$ 2,781	70%	\$ 48,000	\$ 33,370
MANOS CON DECORACION	11	7,000	1,404	\$ 5,596	80%	\$ 77,000	\$ 61,558
PIES CON DECORACION	26	6,000	1,405	\$ 4,595	77%	\$ 156,000	\$ 119,476
GEL EN MANOS	10	25,000	6,587	\$ 18,413	74%	\$ 250,000	\$ 184,128
GEL EN PIES	6	10,000	6,614	\$ 3,386	34%	\$ 60,000	\$ 20,315
EXTENSIONES MANOS EN GEL CON DECORACION	10	15,000	3,770	\$ 11,230	75%	\$ 150,000	\$ 112,301
TOTALES DEL MES						\$ 757,000	\$ 542,276

MARGEN DE CONTRIBUCION INDUSTRIA

71.6%

COSTO VARIABLE DE INDUSTRIA

28.4%

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

- **Costos y gastos fijos**

De acuerdo a la información suministrada los costos fijos son moderados y están de acuerdo a lo que se requiere para el negocio.

Dentro de los gastos de administración se encuentra el sueldo del empresario y depreciación. De estos dos rubros el más alto es el sueldo del empresario, debido a que se debe pagar un crédito con agiotista por \$38.000 semanales que en el mes representan para la empresaria \$152.000 y por otro lado realiza un ahorro en una cadena por \$80.000 quincenales que en el mes representa un ahorro de \$160.000 destinados para los gastos de diciembre.

Tabla 25. Costos Fijos y Gastos Administrativos Sala de Manos y Pies Franshesca Septiembre de 2014

FECHA	18-sep	
<u>COSTOS FIJOS</u>		
DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 1,483	0.3%
TRANSPORTE DE PRODUCCION	\$ 12,800	2.4%
INSUMOS Y OTROS		
LIMA MADERA 4 LIMAS MES	\$ 1,000	0.2%
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 15,283	2.8%
<u>GASTOS ADMINISTRATIVOS</u>		
SUELDO EMPRESARIO	\$ 519,800	96.7%
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	\$ 2,301	0.4%
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 522,101	97.2%
TOTAL COSTOS FIJOS MAS GASTOS DE ADMINISTRACION		
		\$ 537,384
<u>OTROS INGRESOS</u>		
CELULAR		
ARRIENDOS		
TOTAL OTROS INGRESOS		
TOTAL COSTOS FIJOS MAS GASTOS DE ADMINISTRACION		
		\$ 537,384

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

- **Sueldo del empresario**

El sueldo del empresario es el más alto en los gastos de administración, debido a que debe pagar semanalmente \$40.000 a un agiotista, aporta en la alimentación de su casa y ayuda a su esposo, a su vez se encuentra ahorrando en una cadena \$80.000 quincenales, que están destinados para el mes de diciembre para gastos de fin de año. Se observa que tiene tendencia a comprar cosas para su casa a crédito (Sábanas, cortinas, etc.), situación que se recomendó debe mejorar.

Tabla 26. Sueldo empresario Sala de Manos y Pies Franshesca Septiembre de 2014

SUELDO EMPRESARIO

ACTUAL	
CONCEPTO	VALOR
TRANSPORTE FAMILIA	\$ 12,800
RECREACION	\$ 30,000
GAS DOMICILIARIO	\$ 30,000
PARABOLICA	\$ 5,000
CUOTAS CREDITOS PERSONAL	\$ 152,000
MECATO-AVON-VARIOS	\$ 70,000
APORTE AL ESPOSO	\$ 60,000
AHORRO DOS CADENAS QUINCENALES \$80000	\$ 160,000
TOTAL SUELDO	\$ 519,800

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

- **Costos Variables**

Las compras de la materia prima las realiza cerca a su casa cuando requiere de pocos materiales y no le otorgan descuentos. Compra en grandes cantidades en una colmenita ubicada en el Centro Comercial la Colmena, pero no es muy frecuente. Los costos son muy favorables para la actividad que desarrolla. Se presenta desperdicio en la materia prima cuando no tapa adecuadamente los esmaltes, las escarchas y se debe es a que no se guarda en orden los materiales. Debe tener cuidado cuando los guarda y acomodarlos adecuadamente.

Tabla 27. Costos Variables Sala de Manos y Pies Franshesca Septiembre de 2014

LISTADO COSTOS VARIABLES

Material	Presentación del material volumen en	Valor de compra según presentación
ESMALTE MASGLO SURTIDOS 13.5 ML	UNIDAD	\$ 4,000
REMOVEDOR ESMALTE LITRO	LITRO	\$ 7,000
REMOVEDOR DE CALLOS Y CUTICULA 250 ML	UNIDAD	\$ 5,000
ALCOHOL 350 ML	UNIDAD	\$ 1,700
GEL PARA UÑAS 1.2 OZ / 15 ML	UNIDAD	\$ 14,500
GLITTER ESCARCHAS-DECORACION	UNIDAD	\$ 1,000
PIEDRAS-DECORACION	UNIDAD	\$ 1,000
ESPEJOS-DECORACION	UNIDAD	\$ 1,000
ESTERILIZANTE LITRO	UNIDAD	\$ 25,000
SHAMPOO PROFESIONAL 500 ML	UNIDAD	\$ 3,500
PEGANTE UÑAS ADORNO 3 GR / 0.11 OZ	UNIDAD	\$ 1,800
UÑAS POSTIZAS PAQUETE X 20	PAQUETE	\$ 1,000
BASE MASGLO 12.5 ML	UNIDAD	\$ 4,800
MINIESMALTES DECORACION COLORES 7 ML	UNIDAD	\$ 2,100
BRILLO BRESCIA 12.5 ML	UNIDAD	\$ 3,500
ESMALTE BLANCO 12.5 ML	UNIDAD	\$ 3,500
ESMALTE FRANCES MASGLO 13.5 ML	UNIDAD	\$ 4,000
BRILLO SECANTE BRESCIA 12.5 ML	UNIDAD	\$ 3,000
BASE CALCIO Y KERATINA 12.5 ML	UNIDAD	\$ 2,500
ESMALTE SANGRE DE TORO MASGLO 13.5 ML	UNIDAD	\$ 4,000
ESMALTE BARDOT PERLADO BLANCO 9 ML	UNIDAD	\$ 1,200
ESMALTE BRESCIA COLORES SURTIDOS 12.5 ML	UNIDAD	\$ 3,000

LISTADO DE OTROS COSTOS VARIABLES QUE SE USAN EN LOS PRODUCTOS

Otro costo variable	Presentación del costo variable volumen en	Valor de compra según presentación
ALGODÓN BOLSA X 25GR	BOLSA	\$ 1,000

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

- **Ventas**

Las ventas que tiene actualmente su negocio de acuerdo a cifras estimadas informadas por la empresaria, tiene como días altos los viernes y sábado y como bajos los lunes, martes, miércoles y domingos. Las ventas se incrementan cuando hay temporadas altas, es decir en fechas especiales como el día de la madre, amor y amistad y fin de año.

Tabla 28. Ventas semanales Sala de Manos y Pies Franshesca Septiembre de 2014

VENTAS SEMANALES							
	L	M	M	J	V	S	D
ALTO					1	1	
MEDIO				1			
BAJO	1	1	1				1
2		X			\$ 64,000		
DIAS ALTOS					VENTA ALTO		DIA
1		X			\$ 36,000		
DIAS MEDIOS					VENTA MEDIO		DIA
4		X			\$ 19,000		
DIAS BAJOS					VENTA BAJO		DIA
TOTAL VENTAS SEMANAL					\$ 240,000		
DIA					\$ 34,286		
MES					\$ 1,028,571		

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

- **Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio diario es de \$27.728 según la estimación realizada con la empresaria y revisando sus ventas en los días altos, medios y bajos, cumple con el punto de equilibrio superándolo. Cuando en un día bajo se obtienen 19.000 lo compensa con un día alto, que arroja ingresos por encima del punto de equilibrio.

Tabla 29. Punto de equilibrio Sala de Manos y Pies Franshesca Septiembre de 2014

PUNTO DE EQUILIBRIO MES	\$ 831,828
PUNTO EQUILIBRIO DIARIO	\$ 27,728

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

3.3.5 Área contable y financiera

La empresaria Francisca Asprilla no realizaba los registros diarios de sus ventas, sus costos y gastos. Obtiene de los proveedores las facturas de compra de las materias primas, pero no las archiva y en ocasiones las bota, por lo que no tiene como comparar el costo de un material de un proveedor a otro.

Cuadro 27. Debilidades y fortalezas en el área de contable de la Microempresa Sala de Manos y Pies Franshesca

Debilidades	Fortalezas
No lleva registros contables	Demuestra interés en aprender sobre contabilidad, costos y reconoce los beneficios que puede traer a su negocio.
No conserva los soportes físicos de las compras	Lleva un registro de cartera no muy especializado para las clientes que compran los bolsos, accesorios y ventas por catálogo
No conoce las razones financieras	
Las decisiones de la empresa no las toma con base en la información	
No realiza inventarios	
No realiza estados financieros	
No ahorra, no identifica las ganancias	
Posee endeudamiento con Fundación Carvajal y está atrasada en los pagos.	

Fuente: Elaboración Propia

3.3.5.1 Balance General Inicial y Final:

Se realizó el levantamiento de la información para la elaboración del Balance General Inicial y final de la microempresa tomando los valores que la microempresaria registró en un cuaderno, una vez se le orientó y explicó para que iniciara con los registros diarios de ingresos y egresos, tratando de llevar un control de caja diaria.

Tabla 30. Balance General Inicial Sala de Manos y Pies Franshesca

BALANCE GENERAL INICIAL					
NOMBRE DE LA SALA DE MANOS Y PIES EMPRESA FRANSHESCA			FECHA: 30-sep-14		
ACTIVOS			PASIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES			PASIVOS CORRIENTES		
CLIENTES	\$ 203,500	70%	PROVEEDORES	\$ 0 0	0%
INVENTARIO MATERIA PRIMA	\$ 42,513	15%	OTRAS OBLIGACIONES	\$ 812,92	100%
INVENTARIO DE MERCANCIA	\$ 44,400	15%			
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 290,413	39%	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ 812,921	100%
ACTIVOS FIJOS			PASIVOS A LARGO PLAZO		
			OBLIGACIONES BANCARIAS	\$ 0	
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 178,000	39%	TOTAL PASIVOS A LARGO PLAZO	\$ 0	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 276,100	61%	TOTAL PASIVOS	\$ 812,921	109%
			PATRIMONIO		
			CAPITAL	\$ 100,000	-146%
			UTILIDADES ACUMULADAS	-\$ 168,408	246%
			UTILIDADES DEL PERIODO		0%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 454,100	61%	TOTAL PATRIMONIO	-\$ 68,408	-9%
TOTAL ACTIVOS	\$ 744,513	100%	TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 744,513	100%

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

Activos Corrientes

No posee saldo en caja por lo tanto no cuenta con una base para el siguiente día. Posee cartera por \$203.500 que corresponde a ventas de comercio, ventas por catalogo y uñas. Se determinó con la empresaria que existe una cartera que no se puede recuperar por \$30.000 que correspondió a servicio de manicure y pedicure, la cual se dio de baja y no se registró dentro de la cartera por ser irrecuperable. En cuanto a los inventarios se observa que compra al detal lo que necesita, no tiene un stock de variedad de colores en esmalte, los más comunes son el francés, sangre de toro que son los que compra al detal cuando se acaban. Posee inventarios en mercancía que no rotan y están estancados.

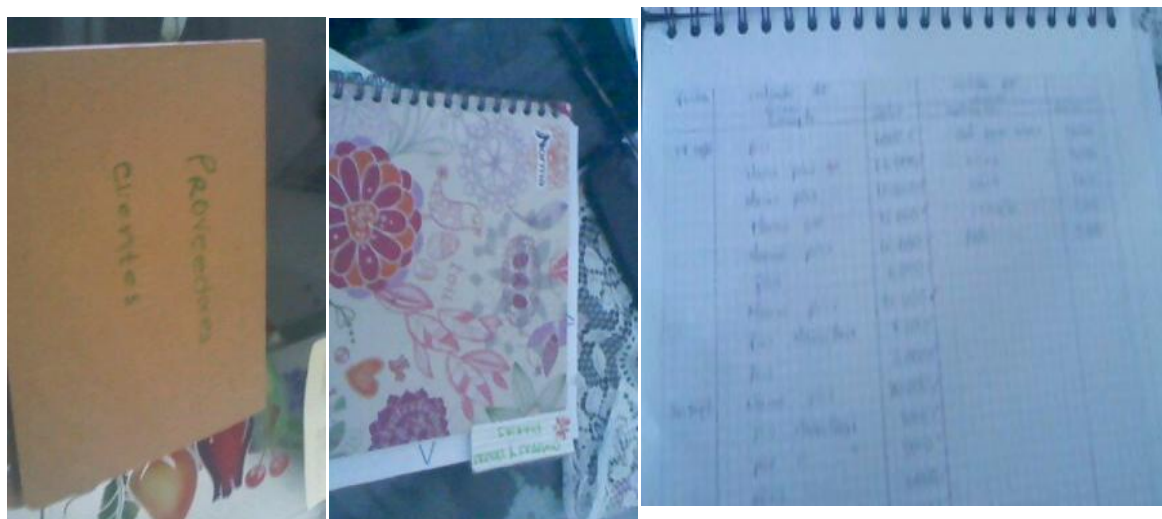
Activos fijos

La maquinaria y equipo representa el 39% sobre el total de activos fijos y muebles y enseres representa el 61% sobre el total de activos fijos. La maquinaria y equipo están siendo utilizados eficazmente y no existen activos fijos ociosos.

Patrimonio

Inició su negocio con \$100.000 y los destinó para compra de materiales y con préstamo de la Fundación Carvajal adquirió silla, vitrina y cajonera. El negocio está presentando pérdidas acumuladas debido a que se destina para pago de cuotas a agiotistas y se cubre el pago de ventas por catalogo. Esta situación afecta enormemente su actividad principal y ha descapitalizado su inversión.

Ilustración 38. Cuaderno contabilidad y carpeta Sala de Manos y pies Franshesca



Análisis Vertical

Los activos fijos representan el 61% del total de los activos, por lo que esta tendencia es normal por el tipo de actividad que ejercen, donde se debe realizar inversión en maquinaria y equipo. Dentro de la maquinaria y equipo los más representativos son la silla de manicure y pedicure. En cuanto al patrimonio se encuentra negativo debido a las pérdidas acumuladas que presenta el negocio, situación que no es la ideal, porque se presentó un detrimento del capital. Este tipo de actividad, de acuerdo a la tendencia del sector, arroja una utilidad bruta considerable porque la inversión en materia prima no es tan alta pero requiere de una administración eficaz de los recursos.

Análisis Horizontal

Para realizar el análisis horizontal de la empresa Sala de Manos y Pies Franshesca, se deben comparar las cifras de periodos uniformes, es decir de un periodo a otro y evaluar la variación de los rubros así

Tabla 31. Balance General comparativo Sala de Manos y Pies Franshesca

SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA

BALANCE GENERAL COMPARATIVO

AL 31 DE OCTUBRE DE 2014

30/09/2014

31/10/2014

ACTIVOS	BALANCE INICIAL	BALANCE FINAL	CAMBIOS
CAJA		\$ 115,000	
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	\$ 203,500	\$ 79,000	-61.2%
INVENTARIOS	\$ 86,913	\$ 129,325	48.8%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 290,413	\$ 323,325	11.3%
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 178,000	\$ 178,000	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 276,100	\$ 276,100	
DEPRECIACIONES		\$ 3,784	
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 454,100	\$ 450,316	-0.8%
TOTAL ACTIVOS	\$ 744,513	\$ 773,641	3.9%
PASIVOS	BALANCE INICIAL	BALANCE FINAL	CAMBIOS
OBLIGACIONES BANCARIAS	\$ 812,921	\$ 812,921	
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 812,921	\$ 812,921	
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO			
TOTAL PASIVOS	\$ 812,921	\$ 812,921	
PATRIMONIO			
CAPITAL	\$ 100,000	\$ 100,000	
UTILIDAD ACUMULADA	-\$ 168,408	-\$ 168,408	
UTILIDAD DEL PERIODO		\$ 29,128	
TOTAL PATRIMONIO	-\$ 68,408	-\$ 39,280	-42.6%
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 744,513	\$ 773,641	3.9%

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

Se presentó disponible en caja debido a que en el momento de toma de saldos finales, la empresaria tenía la cuota para pagar la cadena que son \$80.000 quincenales y la cuota del agiotista que salen del negocio. También informa que recuperó cartera por \$124.500 y decidió no fiar artículos de la vitrina y uñas. A su vez informa que por esta temporada no ofrecerá venta por catalogo porque es la temporada en que los clientes destinan sus recursos para los gastos de fin de año y se puede dar el comportamiento que no paguen y la empresaria no está dispuesta a asumir esta carga.

En el momento de realizar el inventario se habían realizado compras de materia prima por lo que significó un aumento. Esto se debe porque la empresaria se está preparando para realizar apertura en el nuevo punto en la carrera 39, donde le alquilaran un espacio y lo puede acondicionar a su gusto.

El activo fijo presentó disminución por los efectos de la depreciación. Los activos crecieron en un 3.9% respecto al periodo anterior.

En cuanto a los pasivos no presentó variación porque no realizó abonos a Fundación pese a las facilidades que le otorgaron. Fundación tiene congelada la deuda y no le está cobrando intereses, le ofrece la facilidad de abonar lo que tenga. En su momento fue una deuda acertada, pero el inconveniente es que la empresaria no tiene un orden, disciplina y frecuencia en la prestación del servicio.

En cuanto al patrimonio se presentó un cambio del -42.6%, debido que el negocio está presentando pérdidas acumuladas debido a que se asume pago de agiotistas, se cubre el pago de ventas por catalogo y se soporta otros gastos distintos al giro del negocio. Esta situación afecta enormemente su actividad principal y ha descapitalizado su inversión. Frente al balance final presentó una utilidad que contrarresta mínimamente la pérdida acumulada.

Dentro del análisis horizontal se analizó el rubro que presentó un cambio favorable de un periodo a otro que corresponde a los clientes, a continuación se presenta detalle de la cartera de los dos periodos para observar el comportamiento:

Cuadro 28. Informe de cartera por cliente Sala de Manos y Pies Franshesca

INFORME DE CARTERA X CLIENTE

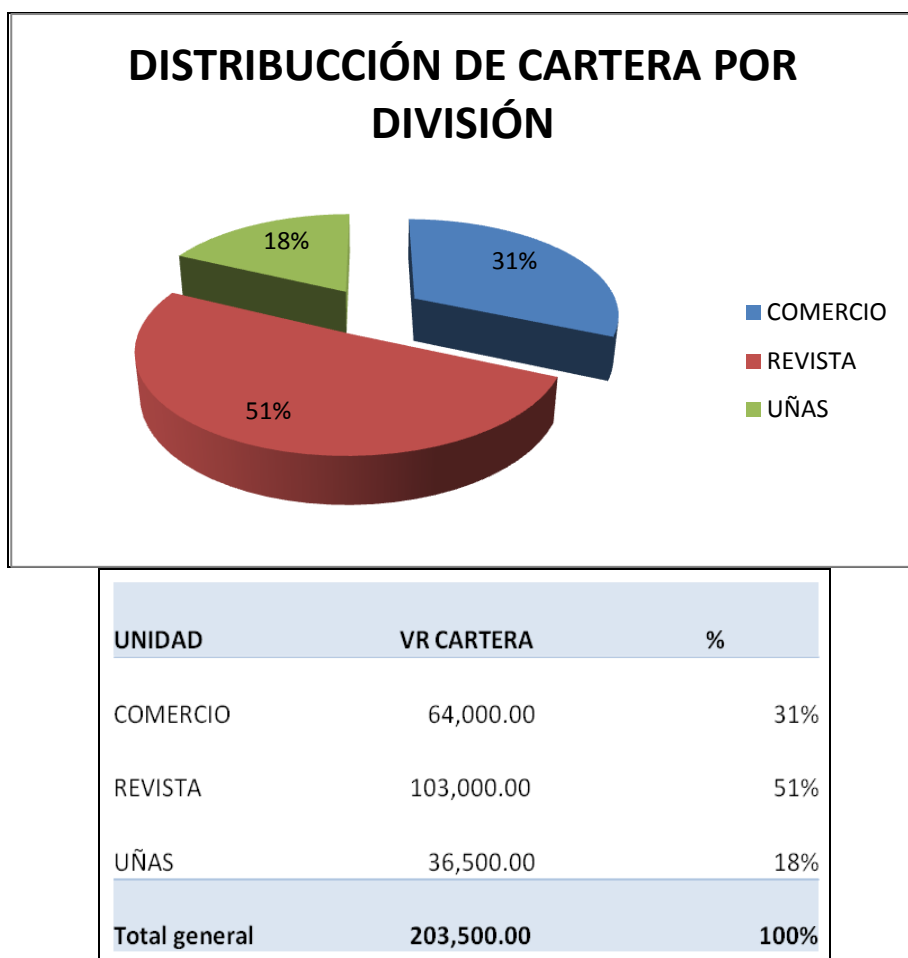
Cifras en Pesos

Con corte a 30 de Septiembre 2014

DESCRIPCION	DIVISION	TOTAL CARTERA	FECHA VENTA	DIAS VENCIMIENTO	%
MARY	REVISTA	\$ 54,000	17/09/2014	14	27%
FRANCISCO	REVISTA	\$ 38,000	18/09/2014	13	19%
VIVIANA	UÑAS	\$ 12,500	27/09/2014	4	6%
JENNIFER	COMERCIO	\$ 12,000	01/09/2014	30	6%
SANDRA	COMERCIO	\$ 11,000	01/09/2014	30	5%
JOHANA OLAYA	COMERCIO	\$ 11,000	01/09/2014	30	5%
LEYDY	COMERCIO	\$ 10,000	13/09/2014	18	5%
MAYER	UÑAS	\$ 9,000	25/09/2014	6	4%
INGRID	UÑAS	\$ 8,000	20/09/2014	11	4%
MARCELA	UÑAS	\$ 7,000	27/09/2014	4	3%
ROCIO	REVISTA	\$ 7,000	17/09/2014	14	3%
KAREN	COMERCIO	\$ 6,000	13/09/2014	18	3%
DARLY	COMERCIO	\$ 6,000	13/09/2014	18	3%
MARY JANETH	COMERCIO	\$ 5,000	13/09/2014	18	2%
ESTEPHANIA	REVISTA	\$ 4,000	17/09/2014	14	2%
KATHERINE	COMERCIO	\$ 3,000	13/09/2014	18	1%
	TOTAL	\$ 203,500			100%

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 18. Distribución de cartera por División Sala de manos y Pies Franshesca



Fuente: Elaboración Propia

La empresaria maneja la cartera en un cuaderno un registro no muy estructurado de la cartera de clientes para la unidad que denominamos “comercio”, que corresponde a la venta de bolsos y accesorios, pero para el caso de la unidad que denominamos “uñas” no lleva un registro documental, y cobra cuando la cliente vuelve a tomar el servicio porque se acordó. Para el caso de la unidad que denominamos “Revista”, que corresponde a la venta de productos por catálogo de diversas compañías como Avon, Fuller, etc, el control de cartera lo realiza porque en la foto de los productos del catalogo apunta el nombre del cliente que le encargó, guarda esta revista y cuando va a cobrar toma la revista y le enseña al cliente el valor del artículo que dejó, por lo tanto no apunta en un cuaderno por esta unidad.

Con el acompañamiento se buscó cambiar esta costumbre y llevar un registro por cliente en un cuaderno, que manejara la descripción detallada, el valor de la venta, los abonos que se han recibido y un saldo final para que llevara un control de cuanto realmente le deben por todas las unidades y así saber el total que debe recuperar.

Con la empresaria se construyó y se tomó la información como se observa en el informe de cartera por clientes con corte a septiembre 30 de 2014, con esta actividad la empresaria se dio cuenta que tenía un valor alto por recuperar y se motivó para que realizara el recaudo. Ella no identificaba donde tenía los recursos del disponible y con este ejercicio vio la importancia y que debe manejar políticas en la cartera.

Se determinó con la empresaria que existía una cartera que no se puede recuperar por \$30.000 que correspondió a servicio de manicure y pedicure, la cual se castigó y no se registró dentro de la cartera por ser irrecuperable.

Observamos que a septiembre 30 de las tres unidades que se catalogaron, el 51% corresponde a la unidad de revista, seguida del 31% por la unidad comercio, que si revisamos detalladamente por cliente observamos que es la unidad que tiene mayor día de vencimiento de cartera, que corresponde a 30 días. Se recomendó que utilizara el sistema de separado para esta unidad y para las ventas por catalogo. Para el servicio de uñas se recomendó que no fiara el servicio o si se da que el plazo de pago sea corto.

A continuación se presenta detalle de la cartera del periodo de octubre de 2014, para observar el comportamiento:

Cuadro 29. Informe de cartera por cliente Sala de Manos y Pies Franshesca

INFORME DE CARTERA X CLIENTE

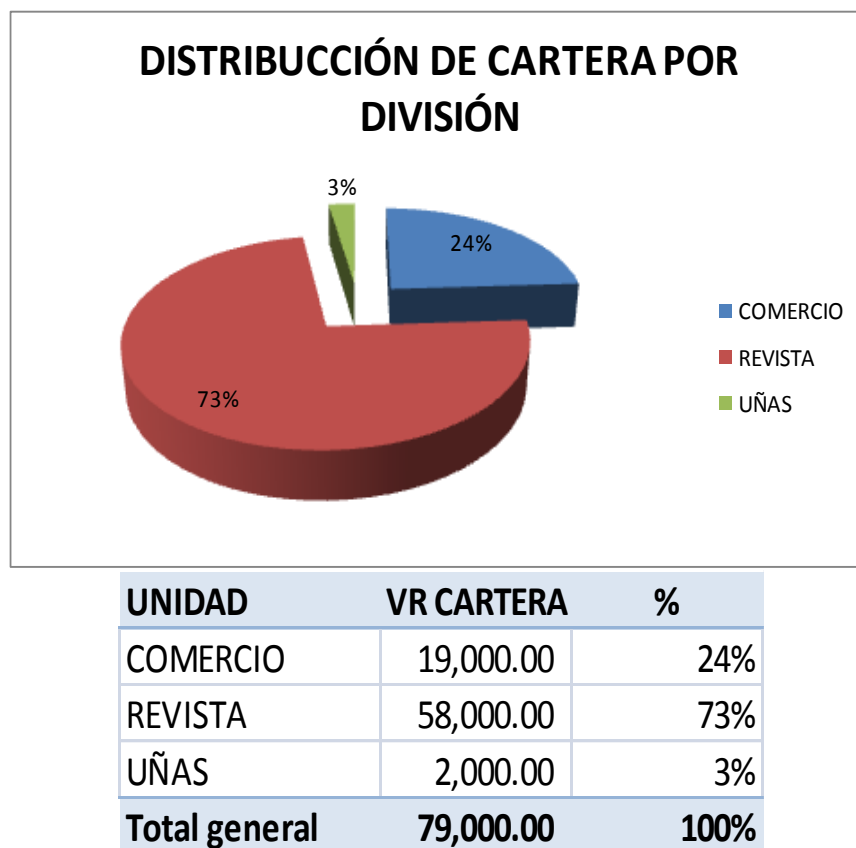
Cifras en Pesos

Con corte a 31 de Octubre de 2014

DESCRIPCION	DIVISION	TOTAL CARTE	FECHA VENTA	DIAS VENCIMIENTO	%
MARY	REVISTA	\$ 54,000	17/09/2014	44	68%
JENNIFER	COMERCIO	\$ 2,000	01/09/2014	60	3%
JOHANA OLAYA	COMERCIO	\$ 11,000	01/09/2014	60	14%
MARCELA	UÑAS	\$ 2,000	27/09/2014	34	3%
DARLY	COMERCIO	\$ 6,000	13/09/2014	48	8%
ESTEPHANIA	REVISTA	\$ 4,000	17/09/2014	44	5%
TOTAL		\$ 79,000			100%

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 19. Distribución de cartera por División Sala de manos y Pies Franshesca



Fuente: Elaboración Propia

El comportamiento de la cartera para el periodo de octubre respecto al anterior periodo fue favorable porque recuperó cartera por \$124.500 y decidió no fiar artículos de la vitrina y el servicio de manicure y pedicure. A su vez informa que por esta temporada no ofrecerá venta por catalogo porque es la temporada en que los clientes destinan sus recursos para los gastos de fin de año y se puede dar el comportamiento que no paguen y la empresaria no está dispuesta a asumir esta carga.

La disminución que se presentó respecto al periodo anterior fue del 61.2%, lo cual es muy positivo. La empresaria no presentó cartera nueva para el mes de octubre, se dedicó a recuperar los recursos, prestar su servicio de contado y vender los artículos de comercio de contado. Informa que no ofreció artículos de los catálogos.

3.3.5.2 Estado de Resultados

Se realizó el levantamiento de la información para la elaboración del Estado de Resultados de la microempresa tomando los valores que la microempresaria registró en un cuaderno, una vez se le orientó y explicó para que iniciara con los registros diarios de ingresos y egresos.

Tabla 32. Estado de Ganancias o pérdidas Sala de Manos y Pies Franshesca

ESTADO DE GANANCIAS O PERDIDAS				
EMPRESA	SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA			
PERIODO DE	01-oct-14	A	31-oct-14	
VENTAS				%
Ventas al Contado	\$ 674,000			97%
Otros ingresos	\$ 21,500			3%
TOTAL VENTAS			\$ 695,500	100%
COSTO DEL PRODUCTO VENDIDO				
Inv. Inicial de Materia Prima	\$ 42,513			
Inv. Inicial de Mercancías	\$ 44,400			
TOTAL INVENTARIOS INICIALES			\$ 86,913	
Compras de Materia Prima.				
	Contado	\$ 158,800		
Costos de Fabricación				
	Costos producción	\$ 15,283		
TOTAL COSTOS DE FABRICACION			\$ 174,083	
Inv. Final de Materia Prima	\$ 100,625			
Inv. Final de Mercancías	\$ 28,700			
TOTAL DE INVENTARIOS FINALES			\$ 129,325	
(-)COSTO DEL PRODUCTO VENDIDO			\$ 131,671	19%
(=) UTILIDAD BRUTA			\$ 563,829	81%
GASTOS DE ADMINISTRACION				
	Gastos Administración	\$ 534,701		
(-)TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION			\$ 534,701	77%
(=) UTILIDAD LIQUIDA			\$ 29,128	4%

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

Análisis Vertical

Se observa un comportamiento poco favorable del 100% obtenido por ventas de contado y otros ingresos, el 19% corresponde a costo del producto vendido, el 77% a gastos de administración y solo un 4% a la utilidad líquida, esto se debe a que la empresaria está pagando crédito a agiotista cuyos intereses son al 60% y cubre el pago de pedidos de revista de catálogo, también incurre en compra de artículos para el hogar a crédito. Por otro lado las ventas han disminuido debido a que no prestó los servicios por una semana debido a que se le presentó una calamidad.

Ventas

En cuanto a las ventas han presentado disminución, si lo comparamos con el estudio de costos estimado, debido a que la empresaria tuvo una calamidad y por una semana no prestó el servicio, adicionalmente los lunes no atiende, por lo que también puede ser una razón de la disminución de sus ingresos. Octubre es un mes considerado como alto pero al no tener definidos horarios de atención afecta enormemente este rubro.

Inventarios

En el momento de realizar el inventario se habían realizado compras de materia prima por lo que significó un aumento. Esto se debe porque la empresaria se está preparando para realizar apertura en el nuevo punto en la carrera 39, donde le alquilaran un espacio y lo puede acondicionar a su gusto.

Compras de materia prima

Las compras de materia prima son las ideales para prestar el servicio. Se compró más materia prima porque está próxima la apertura de un local en la carrera 39, el local será compartido con otra empresaria que comercializa mercancía.

Costos de fabricación

Los costos disminuyeron y tiene relación proporcional con las ventas que también representaron una baja.

Gastos de administración

Los gastos de administración fueron los más altos, esto se debe a que en el sueldo del empresario se presentan variaciones por otros gastos no previstos y gastos en que incurre la empresaria para adquirir artículos del hogar a crédito. Finalizando el mes de noviembre la empresaria cancela la última cuota al agiotista y termina su ahorro en una cadena, lo que permitirá tener más flujo en caja para comprar materiales, mercancía o realizar otro tipo de inversión en el negocio.

Utilidades

Las utilidades que arrojó el estado de resultados fueron acordes a la realidad que afronta actualmente la empresaria, es decir cubre todos los costos y gastos fijos y variables y quedó una utilidad para ser destinada a compra de materia prima o ahorro, pero se deben establecer medidas para que genere valor a la dueña y se recupere la autonomía del negocio. Se recomienda empezar a pagar a Fundación Carvajal para mejorar indicadores

3.3.5.3 Razones e indicadores financieros

Se calculó las razones financieras a partir de la información obtenida de los estados financieros

Tabla 33. Razones e indicadores financieros Sala de Manos y Pies Franshesca

CLASE	RAZONES	FORMULA	BALANCE INICIAL A 30/09/14	BALANCE FINAL A 31/10/14	INTERPRETACION
LIQUIDEZ	CAPITAL DE TRABAJO	AC-PC	-\$ 522,508	-\$ 489,596.00	La operación no tiene liquidez y no garantiza el pago a corto plazo a los acreedores
	LIQUIDEZ CORRIENTE	AC/PC	\$ 0.36	\$ 0.40	Por cada peso que la empresa debe a corto plazo dispone de \$0.4 para pagar dicha deuda, para el segundo periodo no presentó un comportamiento muy favorable
	PRUEBA ACIDA	AC-INV/PC	\$ 0.25	\$ 0.30	Por cada peso que la empresa debe a corto plazo dispone de \$0.3 para pagar dicha deuda sin disponer de los inventarios, para el segundo periodo no presentó un comportamiento muy favorable
ENDEUDAMIENTO	RAZON DE ENDEUDAMIENTO	PAS/ACT*100	109%	105%	Pasó del 109% al 105% que nos indica que porcentaje de la empresa le corresponde a los acreedores
	RAZON DE AUTONOMIA	PAT/ACT	-9%	-5%	Al ser la razón negativa, quiere decir que la empresa ya no corresponde a los propietarios, la autonomía es de los acreedores, pese a que presentó una baja de 4% este indicador no mejoró
RENTABILIDAD	RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	UTIL LIQ/VENTAS	12%	4.2%	La empresa generó 12% para el mes de septiembre y 4.2% para el mes de octubre de rentabilidad sobre sus ventas
	RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS	UTIL LIQ/ACT	17%	3.8%	La empresa pasó de generar 17% a 3.8% de rentabilidad sobre sus activos, que se ve afectada por la baja utilidad que se obtuvo en el mes de octubre
	RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO	UTILI LIQ/PAT	-186%	-74%	La rentabilidad sobre el patrimonio es en los dos periodos es negativa. Es decir que los fondos aportados por la propietaria no generaron rentabilidad, pese a que se observa una disminución la tendencia es negativa.

FUENTE: Elaboración propia.

Luego de revisar las cifras obtenidas en el balance general y estado de resultados tanto inicial como final, se estudian los indicadores financieros más importantes como son los de liquidez, endeudamiento y rentabilidad. En cuanto a la **liquidez**, las razones de prueba acida y liquidez corriente no son las ideales porque la empresaria no tiene como garantizar el pago de los créditos, debido a que no administra eficazmente los recursos y lo que obtiene lo destina para gastos diferentes al negocio . En cuanto al capital de trabajo La operación no tiene liquidez y no garantiza el pago a corto plazo a los acreedores, que en este caso es Fundación Carvajal.

En cuanto al **endeudamiento**, la razón de autonomía es del -5% que no es lo ideal, e indica que la empresaria no es dueña del negocio y corresponde a sus acreedores, pese a que presentó una baja de 4% respecto al anterior periodo este indicador no mejoró. En cuanto a la razón de endeudamiento pasó del 109% al 105% que nos indica que porcentaje de la empresa le corresponde a los acreedores por lo que no se ha logrado una mejora en este indicador, ya que requiere de la voluntad, disciplina y una administración eficaz de los recursos para mejorar los indicadores financieros.

En cuanto a la **rentabilidad**, la rentabilidad sobre activos se evidencia que empresa pasó de generar el 17% en septiembre al 3.8% en octubre , es decir que disminuyó de un periodo a otro el valor para la socia, esto básicamente se debe a dos razones, que en el estudio de costos inicial se tomaron cifras estimadas por el empresario que pueden tener sesgo en la información porque no provienen de una fuente documental y su origen es de lo que el empresario estima en promedio de las ventas de septiembre y otra razón se debe a que las ventas en octubre disminuyeron porque la empresaria no atendió por una semana debido a una calamidad que se le presentó y porque no es constante en el horario de apertura y no tiene definido horario de atención para sus clientes.

En cuanto a la rentabilidad sobre el patrimonio su comportamiento es negativo y pasó del -186% al -74.2%, lo que indica que los fondos aportados por la socia no generaron rentabilidad y le están representando una pérdida, pese a que se observa una disminución la tendencia es negativa. Esto se presenta porque el negocio está presentando pérdidas acumuladas debido a que no se administra eficazmente los recursos y se utilizan para otros gastos distintos al negocio. Esta situación afecta el giro normal de su actividad y ha descapitalizado su inversión.

Por último si revisamos la rentabilidad sobre ventas pasó del 12% al 4.2%, lo que quiere decir que la utilidad se ve afectada por el alto gasto administrativo, que deben ser mejorados en cuanto al sueldo del empresario y también se puede deber a un sesgo en la información porque no proviene de una fuente documental la información tomada del mes de septiembre.

3.3.6 Área de mercadeo

La empresaria tiene algunos conocimientos de esta área por una amiga que estudia mercadeo y le aporta ideas para ser aplicadas a su negocio, pero no ha realizado ninguna estrategia de mercadeo para incrementar las ventas y atraer nuevos clientes.

Cuadro 30. Debilidades y fortalezas en el área de mercadeo de la Microempresa Sala de Manos y Pies Franshesca.

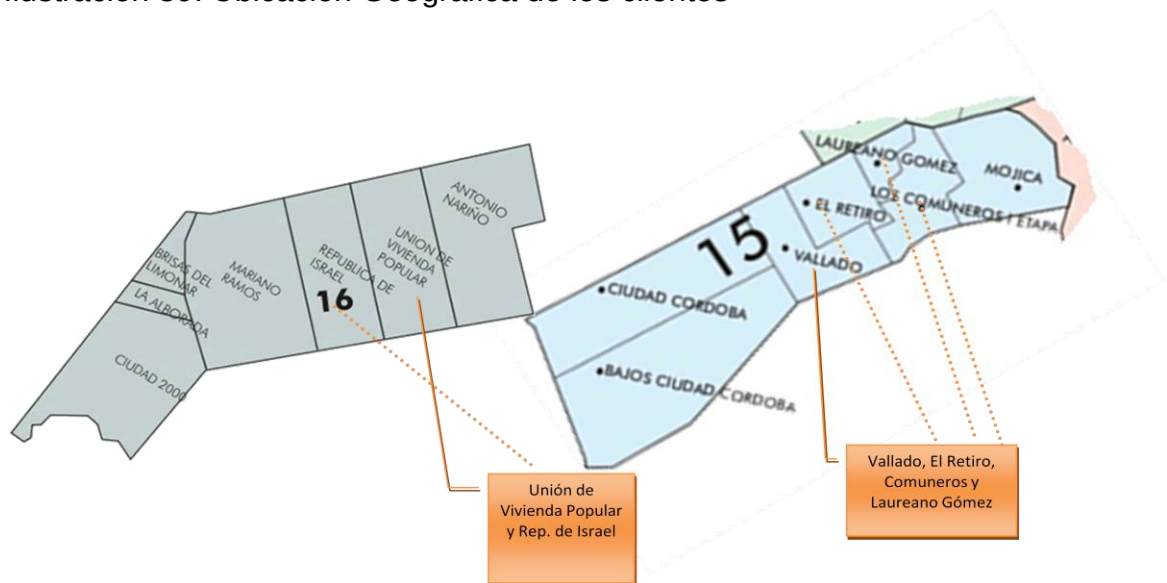
Debilidades	Fortalezas
No posee imagen corporativa	Tiene excelentes relaciones con sus clientes.
No posee dotación de uniformes adecuada	Es una persona muy flexible y aprende con facilidad.
No se ha fijado metas de ventas	Habilidad en decoración de uñas
Carecen de estrategias de mercadeo para atraer nuevos clientes	.
No maneja horario atención	

Fuente: Elaboración Propia

- **Clientes**

Sus clientes están ubicados en el barrio Vallado, El Retiro, Comuneros y Laureano Gómez, Unión de Vivienda Popular y Republica de Israel

Ilustración 39. Ubicación Geográfica de los clientes



Fuente:

http://www.cali.gov.co/ipc/publicaciones/empresa_social_del_estado_ese_oriente_comunas_13_14_15_21_pub

- **Producto**

Los servicios que ofrece Francisca Asprilla son: uñas en gel, extensiones de uñas, manos y pies con decoración y manos y pies con maquillaje sencillo.

La empresaria manifiesta que quiere actualizarse sobre las nuevas técnicas de manicure y pedicure, pero el costo de los cursos han sido una barrera según lo que manifiesta.

A su vez comercializa productos en una vitrina que son: Pulseras, aretes, ganchos, desodorantes y bolsos por encargo.

La diferenciación frente a la competencia es que ofrece el servicio de uñas en gel. Se caracteriza por generar confianza en el cliente y tiene una comunicación efectiva. Los clientes manifiestan que no maltrata las manos y pies en el momento de realizar la limpieza y posee habilidad para decorar las uñas. La estrategia es seguir generando confianza en el cliente, la comunicación efectiva y crear marca para diferenciarse de otros negocios.

A continuación se muestra la imagen que se trabajó con la empresaria

Ilustración 40. Diseño imagen corporativa



Fuente: Elaboración estudiante y empresaria

- **Plaza**

Utiliza el canal de distribución tradicional, que es su local ubicado en su casa y donde adaptó un espacio para ofrecer sus productos y servicios.

Actualmente está buscando un punto más central y una amiga le ofreció un espacio en un local ubicado en la carrera 39 y el arriendo serían \$70.000. En este espacio tiene libertad para decorar utilizando los colores y diseños a su gusto.

- **Publicidad**

La publicidad se da por medio del marketing relacional (Voz a voz por recomendados). No hay tarjetas de presentación, ni se cuenta con aviso exterior que identifique el negocio. Al no existir publicidad, se desconoce que servicios ofrece, por lo tanto existe un gran potencial para que por medio de la publicidad (Creación nombre) el negocio sea conocido y se mantenga en el recuerdo de los clientes.

La estrategia que se trabajó con la empresaria son: Volantes, tarjetas de presentación, Pendón con el nombre de la empresa, con logo y que identifique sus servicios y colocar en el espacio afiches o publicidad que se puede solicitar en la Colmena del Centro. A continuación se muestra el diseño de la tarjeta de presentación que se trabajó:

Ilustración 41. Diseño tarjeta de presentación Sala de Manos y Pies Franshesca



Fuente: Elaboración propia

Se socializó con la empresaria y manifestó que le gustó el diseño y enviará a diseñarlas con la dirección de su nuevo local. Se entregó archivo con el diseño.

- **Precio**

El precio de su servicio lo fijó de acuerdo a como se ofrece en el mercado, el precio de los artículos de la vitrina los fija teniendo en cuenta el costo de la mercancía y agrega un margen de ganancia, considerando los gastos en los que incurre como transporte. Vende en los estratos 1 y 2. La forma de pago de contado y a crédito. Los precios permiten tener un margen de contribución positivo para cada uno de los servicios y productos. A continuación detallamos el precio de venta, el costo variable y el margen de contribución que representa tanto en pesos como en porcentaje

Tabla 34. Margen de contribución por servicio Sala de Manos y Pies Franshesca Septiembre de 2014.

PRODUCTO	PRECIO DE VENTA DEL PRODUCTO B	COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO C	MARGEN DE CONTRIBUCION DE UNIDAD LA B-C=D	MARGEN DE CONTRIBUCION EN PORCENTAJE D/B X 100
MANOS SENCILLAS SIN DECORACION	4,000	1,218	\$ 2,782	70%
PIES SENCILLOS SIN DECORACION	4,000	1,219	\$ 2,781	70%
MANOS CON DECORACION	7,000	1,404	\$ 5,596	80%
PIES CON DECORACION	6,000	1,405	\$ 4,595	77%
GEL EN MANOS	25,000	6,587	\$ 18,413	74%
GEL EN PIES	10,000	6,614	\$ 3,386	34%
EXTENSIONES MANOS EN GEL CON DECORACION	15,000	3,770	\$ 11,230	75%

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

Tabla 35. Margen de contribución por producto Sala de Manos y Pies Franshesca Septiembre de 2014.

PRODUCTO	PRECIO DE COMPRA A	PRECIO DE VENTA	MARGEN DE CONTRIBUCION EN \$	MARGEN DE CONTRIBUCION EN %
SHALINA (BALACAS EN TELA)	\$ 1,800	\$ 3,000	\$ 1,200	40%
PULSERAS EN PIEDRAS	\$ 1,600	\$ 3,000	\$ 1,400	47%
MONEDEROS	\$ 3,000	\$ 5,000	\$ 2,000	40%
ARETES	\$ 1,600	\$ 3,000	\$ 1,400	47%
BOLSOS	\$ 16,000	\$ 30,000	\$ 14,000	47%

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

Se propuso las siguientes estrategias de precio:

1. Por compras de contado mayores a 20.000 se entrega una boleta para participar en la rifa de un artículo que comercializa (Bolsos, Lociones, etc.) o participa en el sorteo de un maquillaje de uñas y pies para el próximo mes.
2. Promoción los lunes y martes, manos y pies a \$10.000 solo por un mes.
3. Alianza con una maquilladora para el mes de octubre, en donde se ofrezca en “combo” el maquillaje de uñas y maquillaje rostro para “ Halloween”.
4. Cotizar en otras colmenas para adquirir los materiales.

Se presentó la siguiente cotización a la empresaria comparada frente a la colmena que habitualmente compra:

Cuadro 31. Cotizaciones Sala de manos y pies Franshesca Octubre de 2014

Material	Colmena Rochi (Centro)	Colmena Disglamour Cosmetics
ESMALTE MASGLO 13.5 ML	\$ 4,000	\$ 4,200
REMOVEDOR ESMALTE LITRO	\$ 7,000	\$ 8,000
REMOVEDOR DE CALLOS Y CUTICULA 250 ML	\$ 5,000	\$ 4,800.00
ALCOHOL 350 ML	\$ 1,700	\$ 1,700.00
GEL PARA UÑAS 1.2 OZ / 15 ML	\$ 14,500	\$ 13,000.00
GLITTER ESCARCHAS-DECORACION	\$ 1,000	\$ 1,500.00
PIEDRAS-DECORACION	\$ 1,000	\$ 1,500.00
ESPEJOS-DECORACION	\$ 1,000	\$ 1,500.00
ESTERILIZANTE LITRO MASGLO	\$ 25,000	\$ 19,000.00
SHAMPOO PROFESIONAL 500 ML	\$ 3,500	\$ 3,800.00
PEGANTE UÑAS ADORNO 3 GR / 0.11 OZ	\$ 1,800	\$ 1,800.00
UÑAS POSTIZAS MANOS PAQUETE X 20	\$ 1,000	\$ 1,000.00
BASE MASGLO 12.5 ML	\$ 4,800	\$ 4,500.00
MINIESMALTES DECORACION COLORES 7 ML	\$ 2,100	\$ 2,200.00
BRILLO BRESCIA 12.5 ML	\$ 3,500	\$ 2,500.00
ESMALTE BLANCO 12.5 ML	\$ 3,500	\$ 2,300.00
BRILLO SECANTE BRESCIA 12.5 ML	\$ 3,000	\$ 2,500.00
BASE CALCIO KEATINA 12..5 ML	\$ 2,500	\$ 3,000.00
ESMALTE BARDOT PERLADO BLANCO 9ML	\$ 1,200	\$ 1,600.00
ESMALTE BRESCIA COLOR SURTIDOS 12.5 ML	\$ 3,000	\$ 2,100.00
SUBTOTAL	\$ 90,100	\$ 82,500
Se adiciona transporte ida y vuelta	\$ 3,200	\$ 0.00
TOTAL INCLUIDO TRANSPORTE	\$ 93,300	\$ 82,500

AHORRO SI SE COMPRA EN LA COLMENA DISGLAMOUR



\$ 10,800

Fuente: Elaboración Propia

Si se compara los precios con la Colmena Disglamour Cosmetics, ubicada en la Avenida Ciudad de Cali, cerca al domicilio de la empresaria se obtendría un ahorro de \$10.800, ya que no se asume gasto de transporte. Se resaltaron los productos que se consiguen a precios más favorables en la Colmena Disglamour Cosmetics respecto a la colmena del centro.

- **Proveedores**

Se identificaron dos proveedores en el negocio, sin embargo hay una cantidad considerable de ellos en los alrededores. El proveedor que está cerca a su casa le compra en volúmenes pequeños porque se le agotó alguna materia prima (Algodón, esmaltes) y el proveedor que se ubica en el centro le compra cuando tiene liquidez. No se tiene poder de negociación con los proveedores. Hay materia prima que se deteriora por falta de uso (Esmaltes secos) o se desperdicia por mal manejo (espejos, escarchas, piedras)

Cuadro 32. Proveedores actuales y posibles Sala de Manos y Pies Franshesca.

PROVEEDOR	TIPO	UBICACIÓN
Colmena Rochi	Actual	Centro Comercial la Colmena, Centro sobre la Calle 13
Colmena Paola	Actual	El Retiro
Colmena Disglamour Cosmetics	Otras Opciones de proveedores.	Av. Ciudad de Cali, Calle 54 No 41F-16 Tel: 4040255-3176613722

Fuente: Elaboración propia

- **Competencia**

La empresaria identifica sus competidores directos, que en algunos casos ofrecen algunos de sus servicios a un precio inferior, que cuentan con buenas instalaciones, experiencia, publicidad, ubicación, y promociones. Sin embargo la empresaria ofrece un buen servicio que cumple con las expectativas de los clientes y es reconocida por la decoración de las uñas.

Cuadro 33. Análisis de la competencia Sala de Manos y Pies Franshesca.

	NOMBRE DE LA COMPETENCIA	
	PATRICIA(Cuenta con Local)	JULIETH (No cuenta con local)
Factores de éxito de la competencia		
Precio de compra de materiales	Igual	Igual
Precio de venta	Igual	Igual
Calidad del servicio	Bueno	Bueno
Atención de los clientes	Bueno	Regular
Horario de atención	Bueno	Regular
Canal de distribución	Bueno	Regular
Publicidad	Bueno	Regular
Presentación y ubicación del local	Bueno	Malo

FUENTE: Plantilla Herramienta acompañamiento fortalecimiento empresarial Agosto de 2014 de la Fundación Carvajal y datos tomados por estudiante de la Universidad del Valle.

Al comparar la Sala de manos y pies Franshesca en cuanto al precio de compra de materiales maneja los mismos que los de su competencia. El precio de venta es igual a la competencia en algunos servicios. La calidad del servicio ofrecida es igual de bueno. En cuanto a la atención a los clientes es buena. Por otro lado el horario es regular porque no tiene definido días y horarios de atención, esto es una desventaja frente a la competencia. En cuanto a la publicidad y presentación y ubicación del local, es un aspecto a mejorar pues no posee aviso, ni pendón y la competencia lo supera en este aspecto y la presentación y ubicación es otra mejora que se debe realizar.

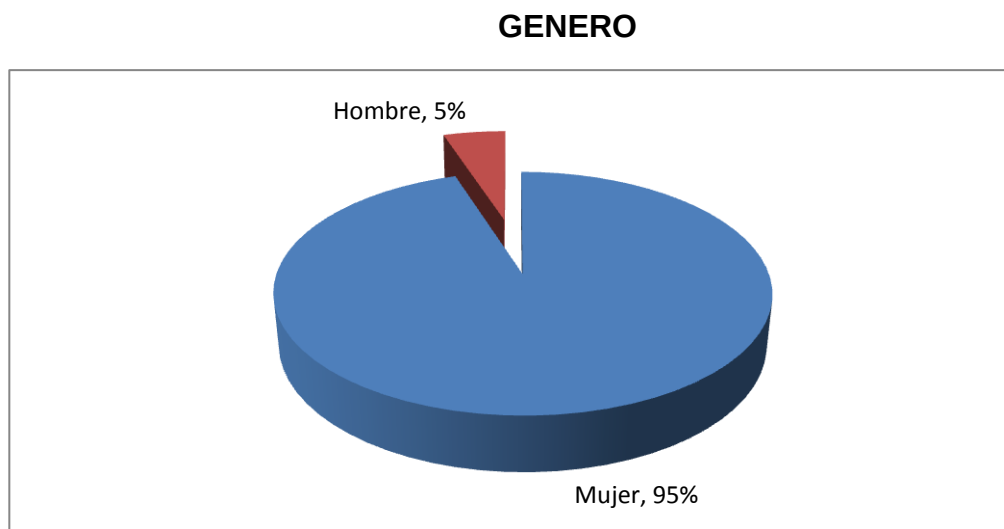
- **Encuesta**

Se realizó una encuesta (ANEXO E) con 14 preguntas cerradas para conocer tendencias de mercado sobre los servicios que presta. Los objetivos de la encuesta son

- ✓ Evaluar el servicio al cliente
- ✓ Conocer como perciben los clientes el servicio

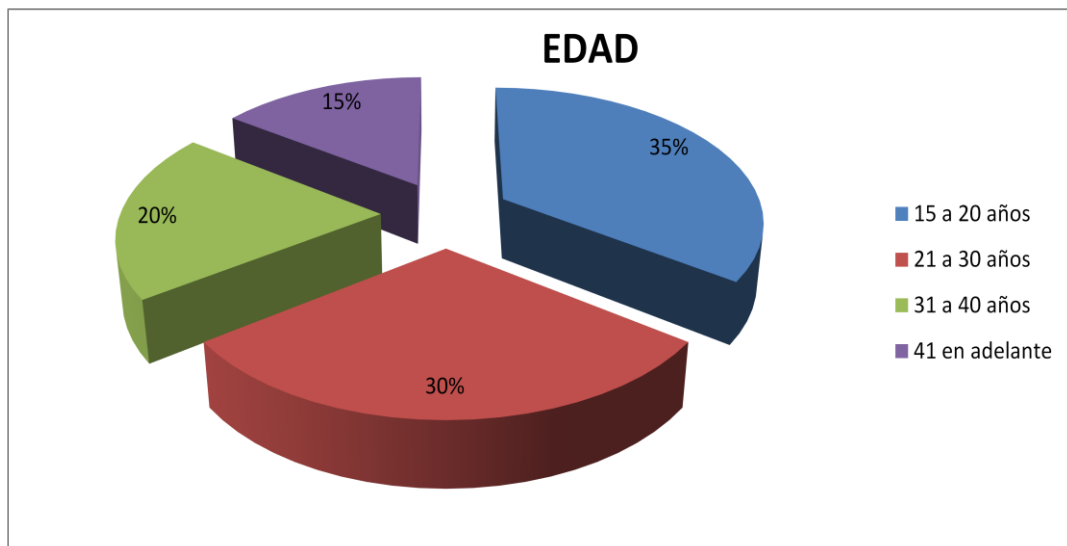
Las encuestas se realizaron a 20 personas ubicadas en el barrio el Retiro de la comuna 15, de la muestra se encontraron los siguientes resultados:

Grafico 20. Genero



La encuesta se realizó en su vivienda y solo se logró encuestar dos clientes, por lo que se dejó la tarea a Francisca Asprilla de encuestar a sus clientes cerca a su casa. Luego de que se tabuló la información arrojó 5% de clientes de género masculino y 95% de género femenino. Las mujeres están ubicadas cerca a su casa o en barrios cercanos.

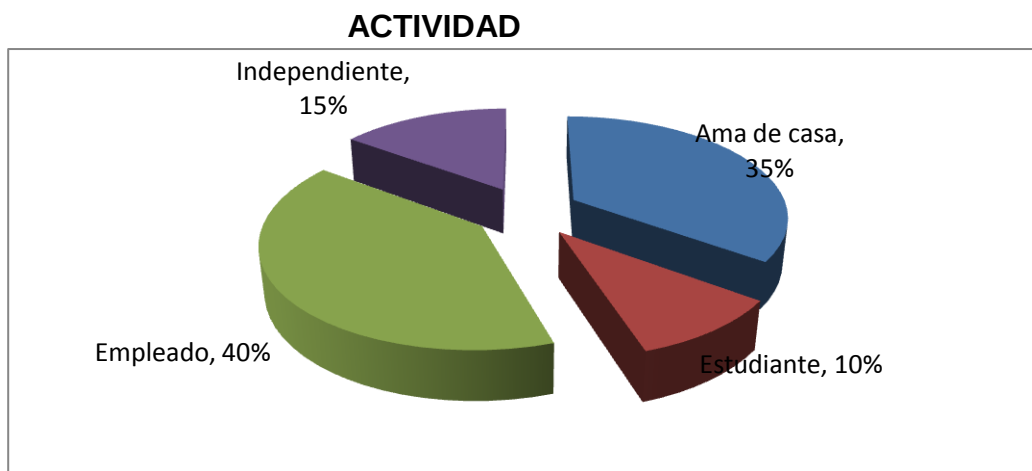
Grafico 21. Edad



La edad con mayor peso de las personas encuestadas se encuentran entre 15 a 20 años con un porcentaje del 35%, seguido del 30% correspondiente a una edad

ente 21 a 30 años, se encuentra relación de la edad, con la ocupación de las personas encuestadas.

Grafico 22. Actividad



La ocupación o actividad con mayor peso de las personas encuestadas se encuentran las amas de casa con un porcentaje del 40%, seguido del 35% de empleados.

Grafico 23. Tiempo que lleva tomando los servicios de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA

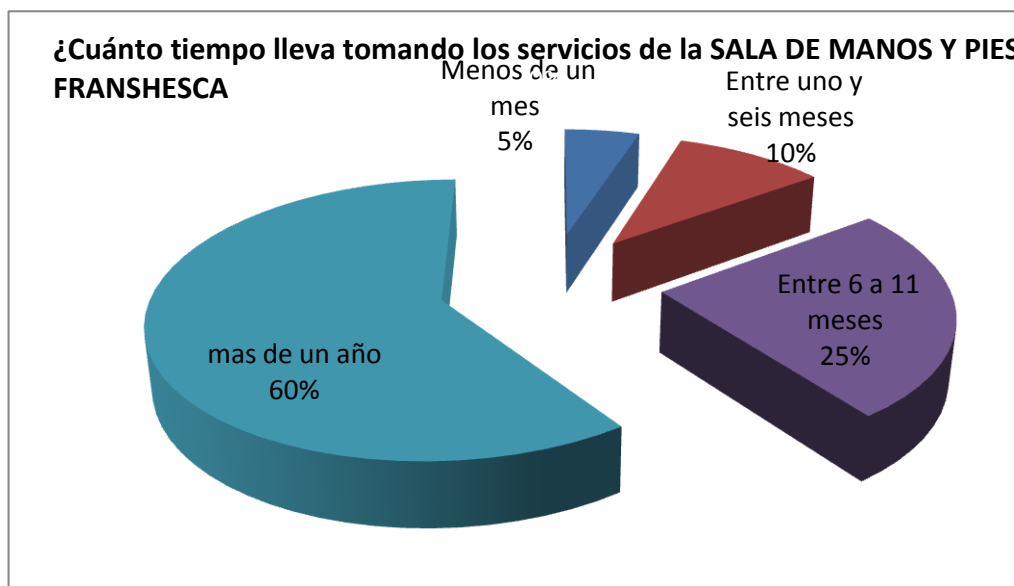


Grafico 24. Frecuencia de toma del servicio de manicure y pedicure

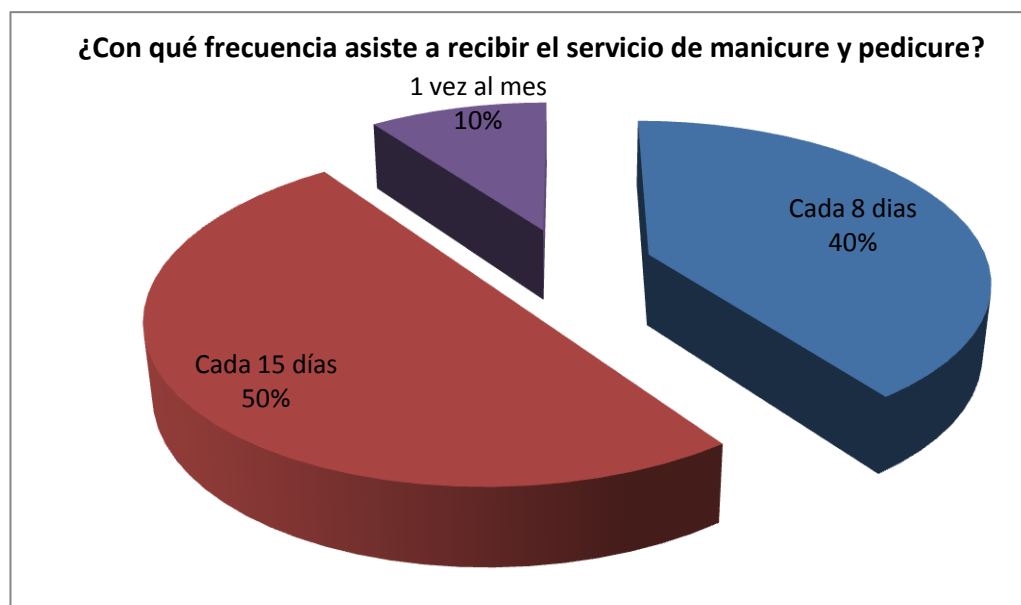


Grafico 25. Grado de satisfacción de los servicios de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA

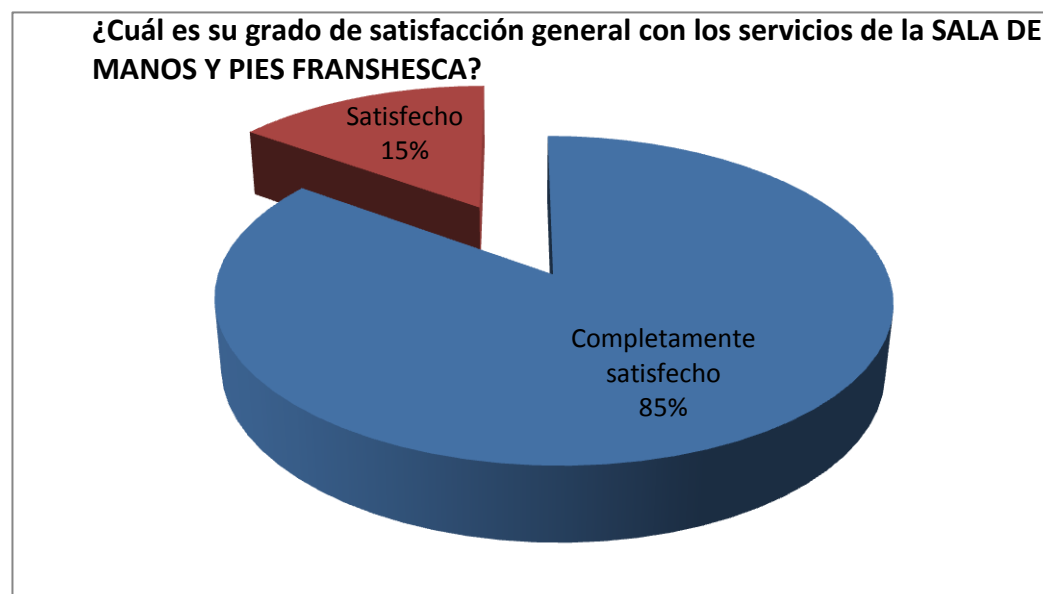


Grafico 26. Recomendación de los servicios de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA a otras personas

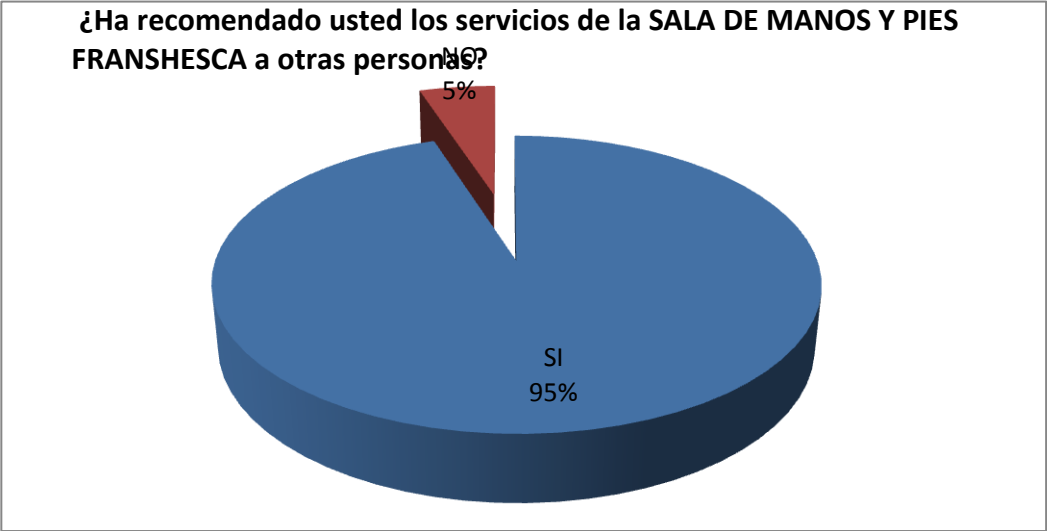


Gráfico 27. Satisfacción con los tiempos de servicio de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA

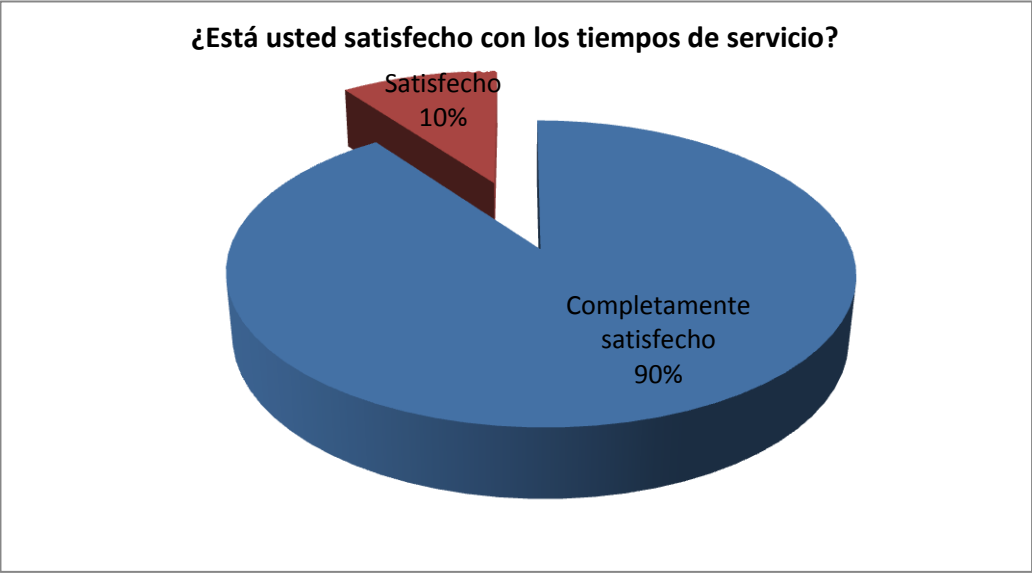


Gráfico 28. Tomaría los servicios de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA

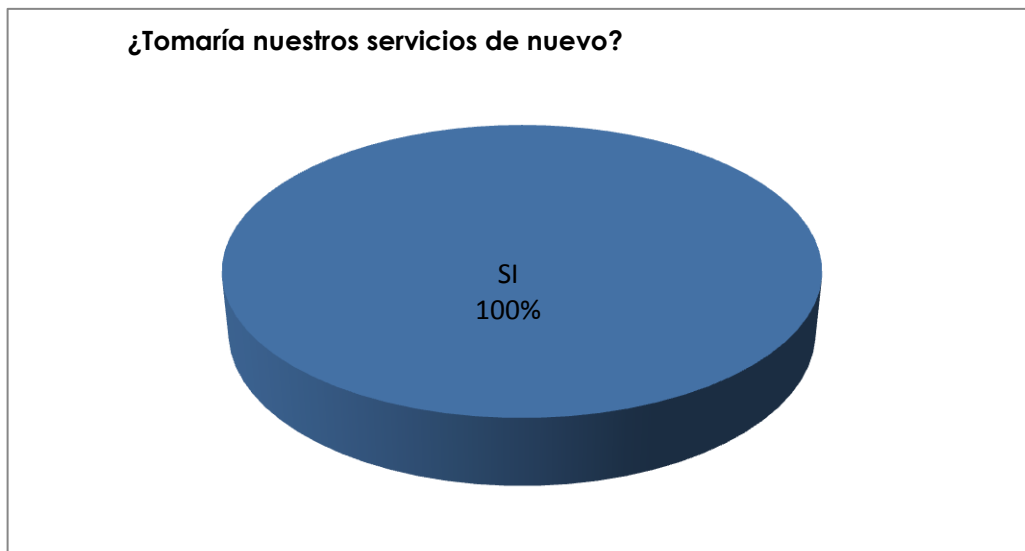


Gráfico 29. Se presentaron problemas a la hora de adquirir los servicios de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA



Gráfico 30. Percepción sobre la atención al cliente de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA

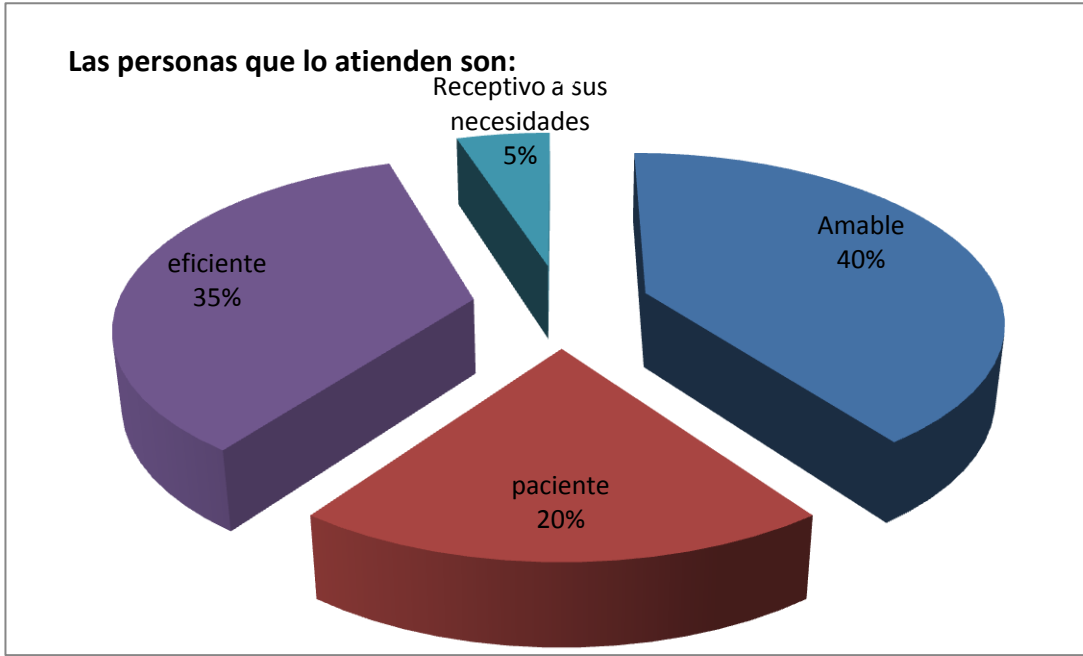


Gráfico 31. Servicios que toma frecuentemente en la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA

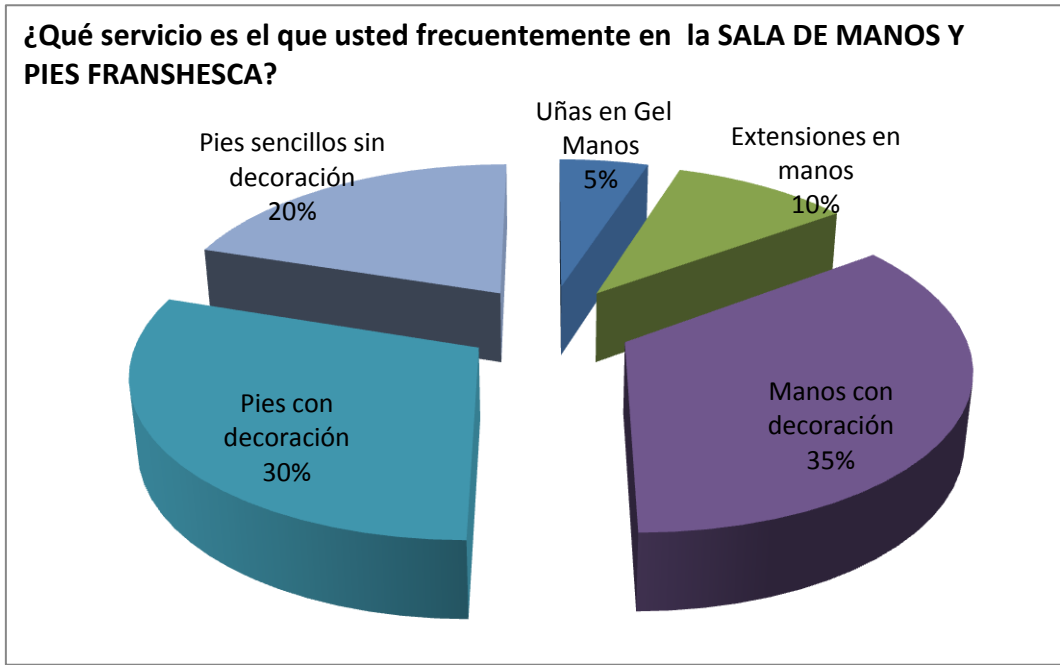


Grafico 32. Percepción del servicio de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA

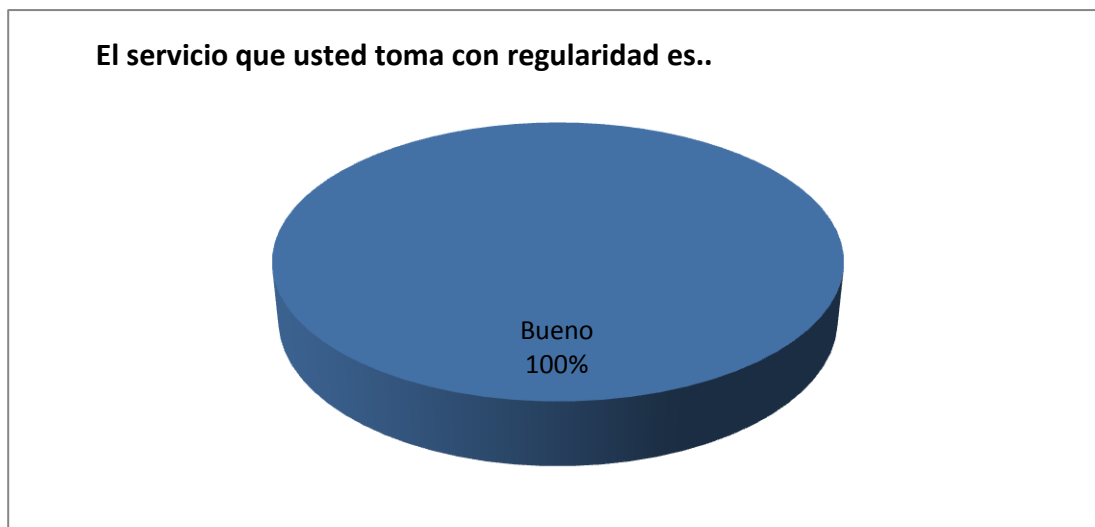


Grafico 33. Percepción sobre si la presentación personal de la empresaria es adecuada

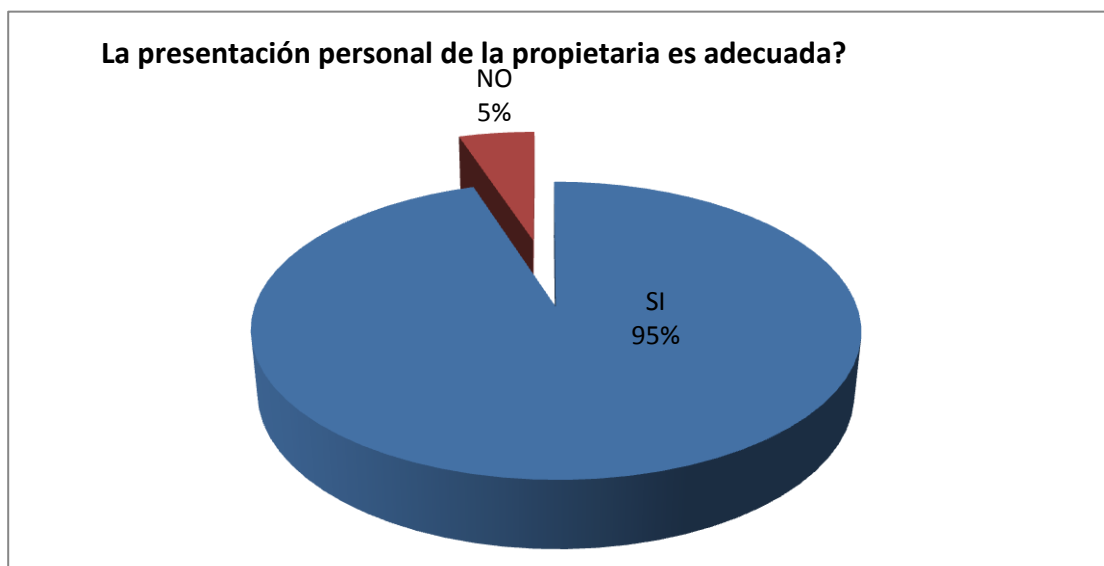


Grafico 34. Forma como se enteraron los clientes sobre la presencia de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA?

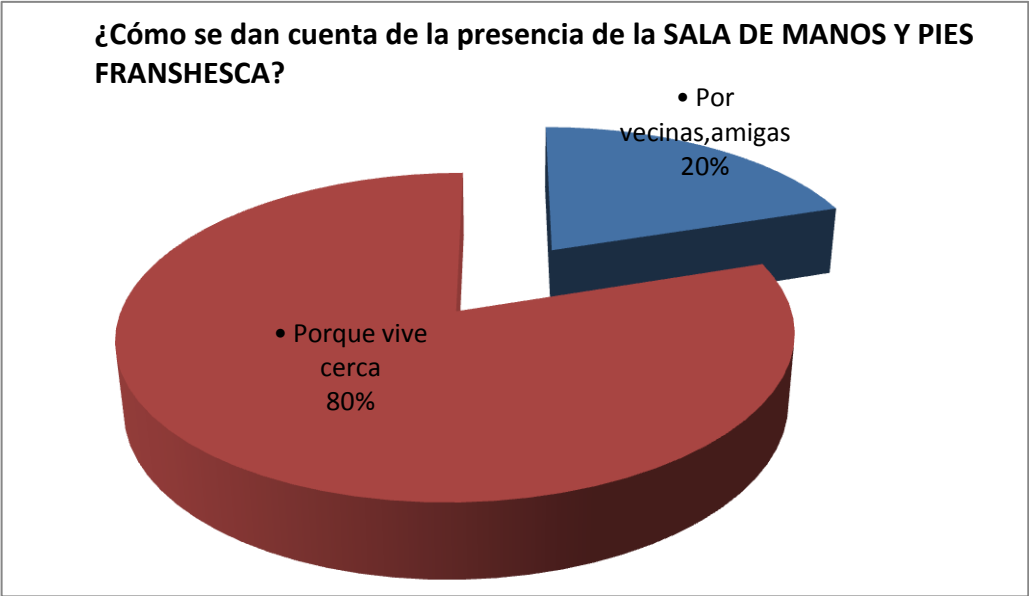


Grafico 35. Encuentra variedad en los tonos de esmalte

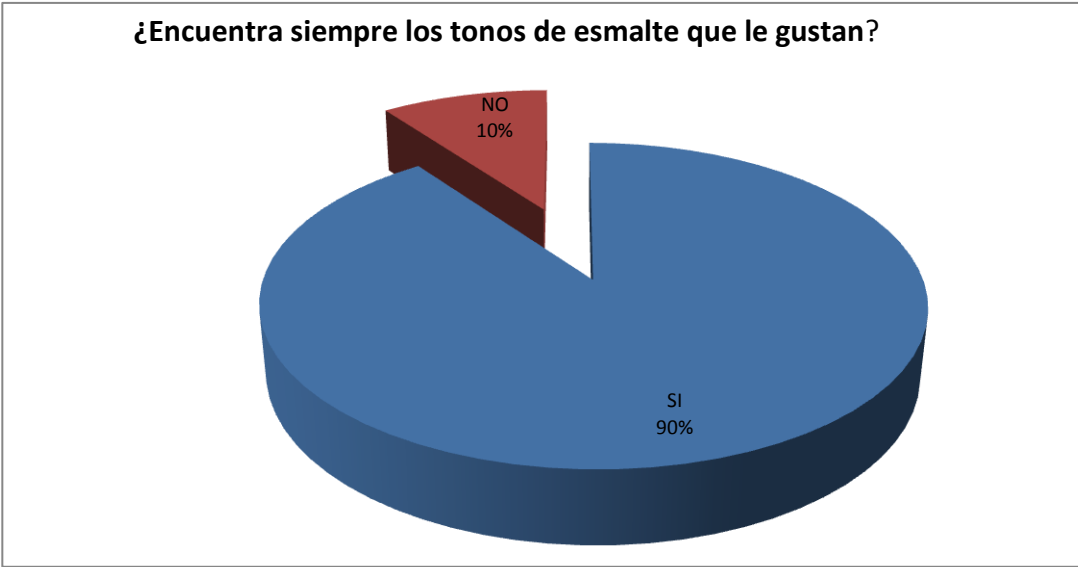
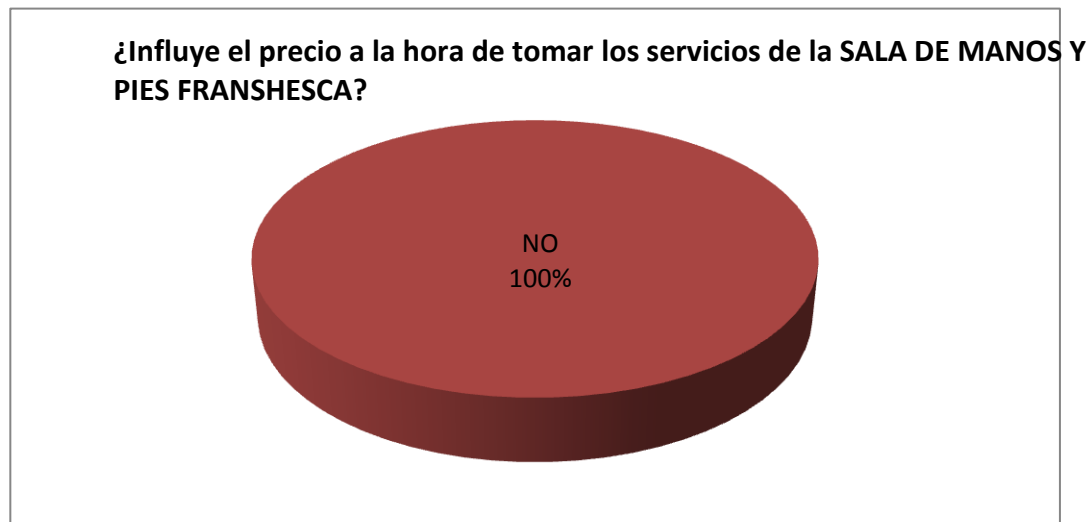


Grafico 36. Influencia de los precios a la hora de tomar los servicios de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA



Los clientes son amas de casa, empleados, trabajadores independientes y estudiantes que habitan por la zona y barrios aledaños. Presta el servicio tanto a hombres como mujeres de todas las edades, pero la tendencia entre sus clientes son mujeres. En general los clientes tienen una opinión positiva de la empresaria y de los servicios que se ofrecen, pero es recomendable incluir más tonos de esmaltes para ofrecer variedad.

La empresaria tiene clientes que lleva atendiendo hace más de un año, lo que quiere decir que confían en el servicio que ofrece y muestran su preferencia. El precio no influye a la hora de tomar los servicios, pues se sienten satisfechos y la empresaria tiene gran fortaleza para decorar las uñas. Opinan que la empresaria es amable y eficiente en el momento de la atención. Finalmente sobre la presentación personal la gran mayoría de los encuestados consideran que es adecuada, es recomendable que considere utilizar uniforme.

3.3.7 Área legal, laboral y tributaria

La microempresaria no conoce el área legal, laboral y tributaria de una empresa. Se explicaron los conceptos referentes a esta área, la importancia de cada uno de los trámites que se deben adelantar para formalizar su actividad más adelante y de las responsabilidades que se adquieren cuando el negocio crezca.

Cuadro 34. Debilidades y fortalezas área legal, laboral y tributaria Sala de Manos y Pies Franshesca.

Debilidades	Fortalezas
No cumplimiento de las normas de higiene y bioseguridad	Dispuesta a aprender sobre esta área y aplicarlo
No está formalizada ante cámara de comercio	
No posee RUT.	

Fuente: Elaboración Propia

- **Cámara de Comercio**

Se informó a la empresaria acerca de este requisito en el evento que quiera formalizar su actividad más adelante. Se da información acerca de la inscripción y la renovación que debe realizarse cada año, la cual tiene unos costos que debe asumir el negocio.

Se realizó consulta de homonimia en la cámara de comercio de Cali, el cual permite que el registro de nombres de personas naturales, personas jurídicas y nombres de establecimiento de comercio sea controlado y no se presente duplicidad de nombres. Esto se realiza con el fin de que la empresaria Francisca Asprilla en el momento que decida registrar el establecimiento ante Cámara de Comercio, tenga en cuenta este aspecto.

Ilustración 42. Pantallazo consulta homonimia Sala de manos y pies Franshesca

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://servicios.ccc.org.co/homonimiaYA/08/inicio>. The page has a purple header with the text "Realice aquí su consulta de homonimia". Below this, a grey box contains the instruction "Recuerde leer las recomendaciones antes de consultar el nombre". A search input field is labeled "* Digite el nombre a buscar:" and contains the text "SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA". Below the input field are two buttons: "Consultar" (blue) and "Limpiar" (orange). A large blue box titled "RECOMENDACIONES" contains the following text: "El control Nacional de Homonimia permite que el registro de nombres de personas naturales, personas jurídicas y establecimientos de comercio sea controlado, dando así cumplimiento a los parámetros establecidos en la ley para ello. El control de homonimia para las personas jurídicas aplica tanto para la razón social como para la sigla. Es responsabilidad del usuario realizar la Consulta de Marca para evitar conflictos con los nombres registrados ante la Superintendencia de Industria y Comercio." Below this, under the heading "NO SON DIFERENCIADORES", it lists: "1. Las abreviaturas o expresiones que identifican el tipo de sociedad y entidad sin ánimo de lucro. Ej.: Sociedad Anónima (S.A), Limitada (LTDA), Fundación, Cooperativa DE TRABAJO, Asociado (CTA), Asociación Mutua, etc." Under the heading "SE CONSIDERA COMO DIFERENCIADOR", it lists: "1. Adición de números.", "2. Dos nombres integrados por las mismas palabras pero en diferente orden.", "3. Diminutivos.", "4. Palabras genéricas." At the bottom of the page, a grey bar shows a red error icon and the text "No se encontraron resultados." On the right side of this bar is an orange button with a speech bubble icon and the text "¿Necesitas Ayuda? Chat en Línea".

Fuente: <https://servicios.ccc.org.co/homonimiaYA/08/inicio>

- **Impuesto de Industria y Comercio**

La microempresaria no conoce sobre el tributo de Industria y Comercio, se le explicó que es un tributo municipal que grava la realización de actividades industriales, comerciales y/o la prestación de servicios dentro del municipio de Santiago de Cali, que se desarrollen de manera permanente u ocasional, con establecimiento de comercio o sin él.

Se explicó que ella desarrolla actividades industriales y que en el momento que decida formalizarse en cámara de comercio y realice su inscripción, inmediatamente quedará obligada a presentar la declaración de Industria y Comercio cada año en las fechas señaladas por la Secretaria de Rentas y el no cumplimiento acarrea sanciones e intereses de mora.

- **Curso de Bioseguridad aplicada en cosmetología**

La Resolución 2263 del 2004, reglamenta las normas de funcionamiento y las normas de bioseguridad que se deben aplicar en los establecimientos de belleza, para lograr unas prácticas con mejor calidad, dentro de cada uno de los procesos; con el fin de evitar la transmisión de enfermedades a los usuarios y trabajadores.

Por la anterior razón se propuso a la empresaria tomar curso virtual **GRATUITO** que ofrece el **SENA**, el cual puede desarrollar en las instalaciones de Fundación Carvajal utilizando el servicio de internet. El curso tiene las siguientes características y exigencias:

- **Duración:** 40 horas
- **Metodología:** Curso apoyado en Televisión Educativa y Ambientes Virtuales de Aprendizaje
- **Requisitos de Ingreso:** Estar capacitado en el uso de herramientas informáticas. (Word, Windows Básico, Internet).

Disponer de los recursos necesarios para acceder a Internet durante dos horas diarias.

Estar trabajando en un establecimiento como: peluquería, salas de belleza, centros de estética facial, corporal, gimnasios, saunas, manicure y pedicure, cámaras de bronceo y afines, que hayan obtenido el NIT.

Ser mayor de edad y tener documento de identificación (Cedula de ciudadanía)

Tener motivación y disponibilidad de tiempo para alcanzar los objetivos del curso, lo cual le facilitará tener mayor productividad y competitividad en el mercado

- **Obligaciones y compromisos:** Será fundamental que los (las) estudiantes realicen al finalizar el curso un documento escrito en el que registren las acciones que se realizan en su lugar de trabajo teniendo en cuenta las normas de Bioseguridad. Este documento o protocolo servirá como soporte de lo aprendido junto con el certificado, ante la secretaria de salud y otras autoridades sanitarias.
- **RUT**

La empresaria no poseía RUT en el momento del diagnóstico inicial. Se explicó la importancia de obtener el RUT y se requiere en caso realizar transacciones con un

tercero que lo exija, además es requisito en caso de que tome el curso virtual de bioseguridad en el SENA.

Pasos para obtener el RUT

- Se verificó en el portal de la DIAN consultando el número de la cédula de la empresaria para validar que no estuviera inscrita anteriormente.
- Se procedió a sacar la cita en el portal de la DIAN
- Se entregó información a la empresaria del número de consecutivo que arrojó el sistema con fecha y hora y los documentos que debe llevar el día de la cita

Ilustración 43. Pantallazo asignación cita DIAN

The screenshot shows a web browser window with the URL www.emtelco.co/agendamientoweb/index.php/citas/cancelarcita. The page has a light yellow background and contains the following elements:

- * Nit**: A text input field containing the value "38461276".
- * Número de Identificación de quien cancela (CC, NIT, CE)**: A text input field.
- * Nombre de quien cancela**: A text input field.
- * Motivo Cancelación de la Cita**: A dropdown menu.
- Consultar citas asignadas**: A black button with white text.
- Este es el listado de citas asignadas.**: A heading followed by the text "recuerde que no puede cancelar citas asignadas para hoy mismo".
- Table of assigned appointments**: A table with 6 columns: Tipo, Fecha, Hora, Sede, and Consecutivo. It contains one row of data.
- Buttons**: Two blue buttons at the bottom, "Cancelar cita" and "Limpiar".

	Tipo	Fecha	Hora	Sede	Consecutivo
	Rut - Mecanismo Persona Natural	2014-12-11	10:30	Cali_Calicentro	7816911

Fuente: <http://www.emtelco.co/agendamientoweb/index.php/home/display>

3.3.8 Área administrativa

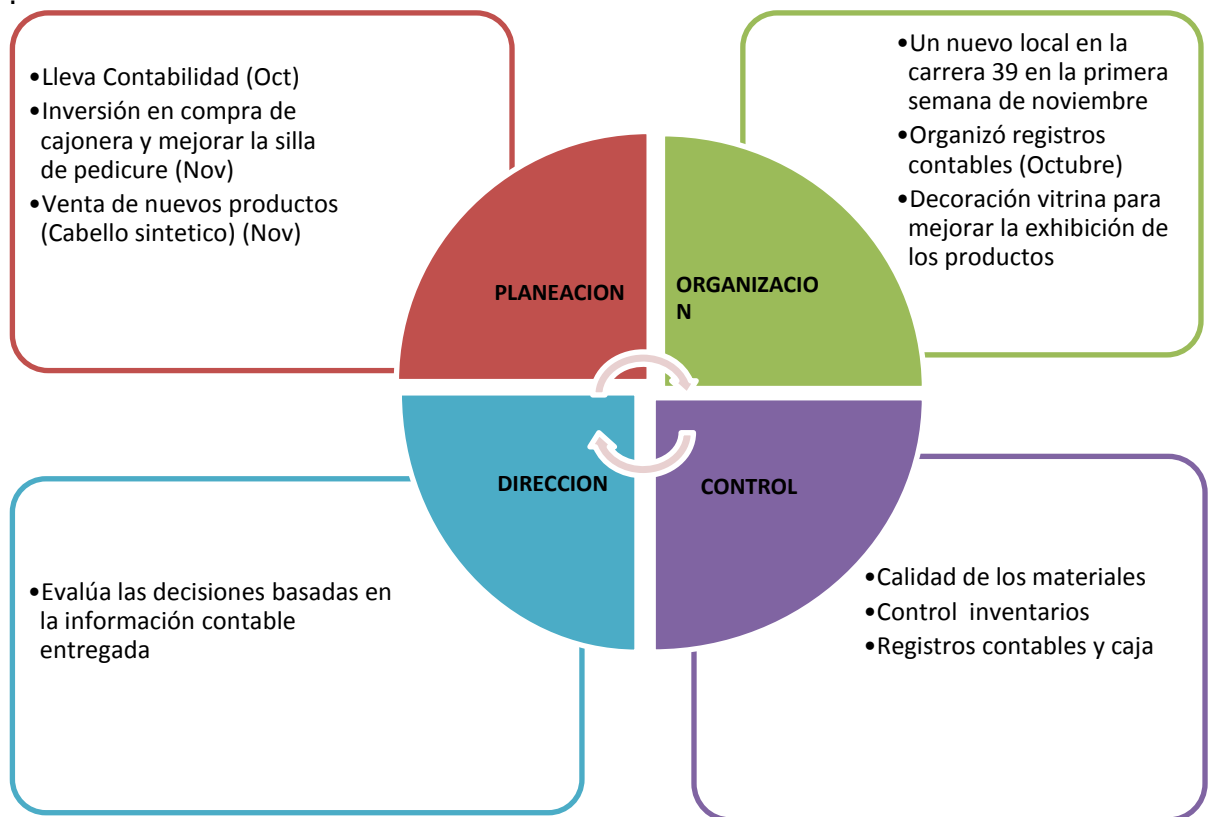
La microempresaria Francisca planea todas las actividades de su negocio, tiene control sobre los tiempos para las actividades, sobre las compras, los clientes y todas las decisiones.

Cuadro 35. Debilidades y fortalezas área administrativa Sala de Manos y Pies Franshesca.

Debilidades	Fortalezas
Las decisiones de la empresa no las toma con base en la información	Cuenta con el apoyo de su esposo
No posee misión, visión.	Planea todas las actividades de su negocio
Carece de objetivos	Es una persona muy flexible y aprende con facilidad

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 44. Proceso Administrativo



Fuente: Elaboración propia

• Planeación

La microempresaria desea incursionar la venta de nuevos productos y poco a poco tener una colmena. Se recomendó la planeación de las jornadas laborales y que maneje un horario de atención fijo, que se ajuste a sus necesidades familiares.

Se construye en el mes de octubre de 2014 la misión, la visión y los objetivos de la microempresa con la ayuda de la empresaria Francisca Asprilla. Previamente se explicó de qué se trata la misión, visión y objetivos de la empresa y cuál era su importancia.

La empresaria nos informó sobre los valores que desea aplicar en el negocio.

MISSION
Ofrecer un excelente servicio de manicure y pedicure a los clientes, en un ambiente agradable y adecuado, que cumpla con sus expectativas.

Fuente: Elaboración Estudiante y empresaria

VISION
Para el año 2015 realizar la apertura de un salón de uñas, cómodo y agradable para nuestros clientes, que cuente con personal calificado y orientado a la calidad del servicio.

Fuente: Elaboración Estudiante y empresaria

OBJETIVOS
• Mejorar los activos fijos(Corto plazo) • Trasladar el salón de uñas a un nuevo punto en la Carrera 39(Corto plazo) • Recibir capacitación sobre bioseguridad (corto plazo) • Recibir capacitación en las nuevas técnicas de maquillaje de uñas (Mediano plazo) • Contratar trabajadores para mejorar el servicio (Largo plazo)

Fuente: Elaboración Estudiante y empresaria

VALORES
• Respeto • Puntualidad • Compromiso • Responsabilidad

Fuente: Elaboración Estudiante y empresaria

- **Organización**

La microempresa solo está conformada por la señora Francisca Asprilla, razón por la cual no se trabajó en el organigrama porque no tienen empleados a cargo.

El proceso de la organización lo realiza en todos los aspectos de su negocio, así:

- Espacio del área de atención y prestación del servicio.
- Llevar una carpeta para proveedores y clientes
- Organización registros contables
- Decoración vitrina para mejorar la exhibición de los productos
- Organización de sus implementos de trabajo
- Organización de la materia prima
- **Control**

La microempresaria tiene control de las compras de materia prima. No llevaba control de registros de las ventas, costos, gastos y caja. A raíz del acompañamiento que se le realiza, se le explicó la manera de cómo llevar el cuadre de caja diario, registrando en un cuaderno las operaciones diarias de su negocio, que le permitan llevar un control y observar el comportamiento de las ventas, gastos y costos.

- **Dirección**

En cuanto a la dirección Francisca Asprilla toma las decisiones diarias de su negocio. Se está motivando para que tomen las decisiones basadas en la información contable y manifiesta que le ha sido de utilidad para aplicar tanto a su negocio como al manejo de su presupuesto familiar.

La empresaria cuenta con la experiencia y habilidad para realizar decoraciones de uñas y además genera confianza en los clientes.

3.3.9 Área de Producción

Francisca Asprilla cuenta con la experiencia en el maquillaje de uñas, técnicas de uñas en gel y extensiones. Conoce la calidad de la materia prima y busca que los esmaltes sean de calidad para satisfacer a los clientes. Conoce su proceso productivo.

Cuadro 36. Debilidades y fortalezas área de producción Sala de Manos y Pies Franshesca.

Debilidades	Fortalezas
No conserva orden en sus implementos y materiales de trabajo	Habilidad en el maquillaje y decoración de uñas.
No posee amplia gama de esmaltes y cuando compra lo hace por dos o tres unidades.	Conocimiento de su proceso productivo
No cumplimiento de las normas de higiene y bioseguridad	.

Fuente: Elaboración Propia

El diagrama de flujo se compone de cinco rectángulos rojos con esquinas redondeadas, cada uno con una imagen circular y un título. Los rectángulos están conectados por una flecha blanca horizontal que apunta hacia la izquierda, ubicada en la parte inferior del diagrama.

- PERSONAL:** Imagen de una mujer y un hombre. Texto: Cuenta con habilidad en la decoración de uñas y tiene la experiencia. Se capacitó en la Academia Ivonne.
- MATERIAS PRIMAS:** Imagen de herramientas de manicure. Texto: La encuentra cerca a su casa cuando requiere pocas unidades, también adquiere en la Colmena del Centro. Conserva los materiales y materia prima en una cajonera.
- PROVEEDORES:** Imagen de la fachada de la Colmena. Texto: Su proveedor se encuentra en el Centro Comercial la Colmena, en la Colmenita Rochi en el centro de Cali. Incurrir en gasto de transporte.
- PROCESOS:** Imagen de una persona aplicando gel. Texto: Cuenta con un espacio reducido en la sala de la casa y allí realiza su proceso.
- MAQUINARIA Y EQUIPO:** Imagen de una silla de manicure. Texto: Se utiliza para el proceso la silla de manicure y pedicura, cajonera, lámpara para uñas de gel y demás implementos.

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 46. Maquinaria y Equipo Sala de manos y pies Franshesca



- **Normas de higiene y bioseguridad**

Es importante que la empresaria conozca sobre las normas de bioseguridad y las aplique a su negocio. La empresaria utiliza alcohol en su proceso de manicure y pedicure y esteriliza los implementos al final del proceso en un líquido esterilizante marca Masglo, pero se observa que no aplica otras tan importantes como: uso de guantes, uso de tapabocas, bolsas plásticas de protección en los recipientes de manicure y pedicure, entre otras.

Se informó a la empresaria los costos sobre las bolsas plásticas de protección, cotizadas en la empresa Bolsas Plásticas Ltda. ubicada en el barrio la Floresta:

Paquete x 100 Bolsa manicure \$950

Paquete x 100 Bolsa Pedicure \$5.000

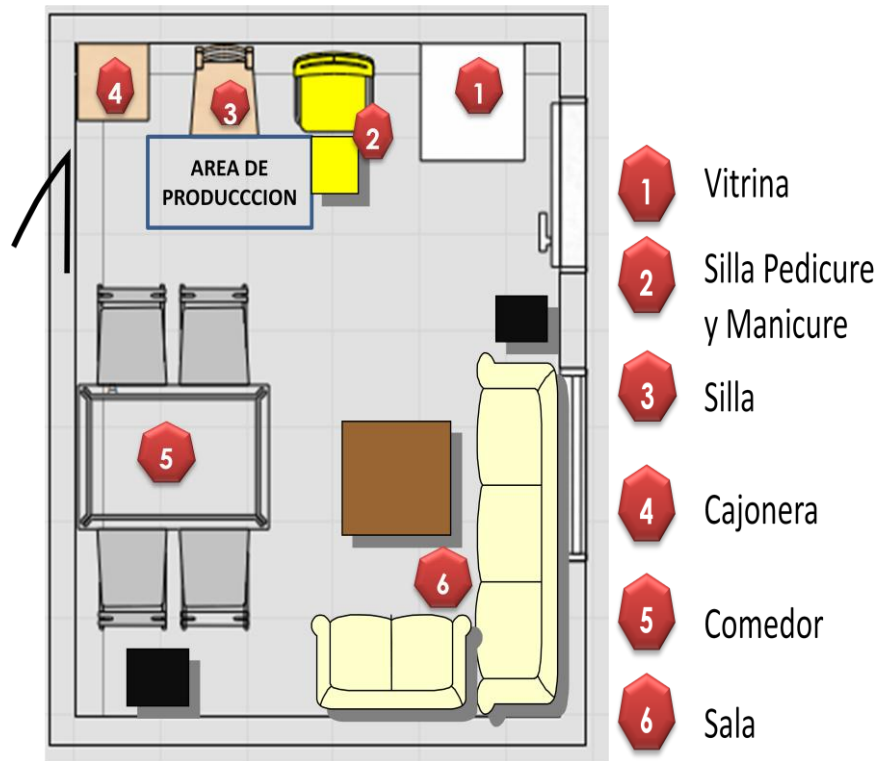
- **Planta de Producción**

La planta de producción de la Sala de Manos y Pies Franshesca está ubicada en la sala de su casa, en un espacio que ella acondicionó. No cuenta con un espacio adecuado para prestar el servicio pues donde ella tiene ubicado su sitio de trabajo es el paso hacia la cocina, habitaciones y baño.

Ilustración 47. Local Sala de manos y pies Franshesca



Ilustración 48. Distribución de la planta de producción

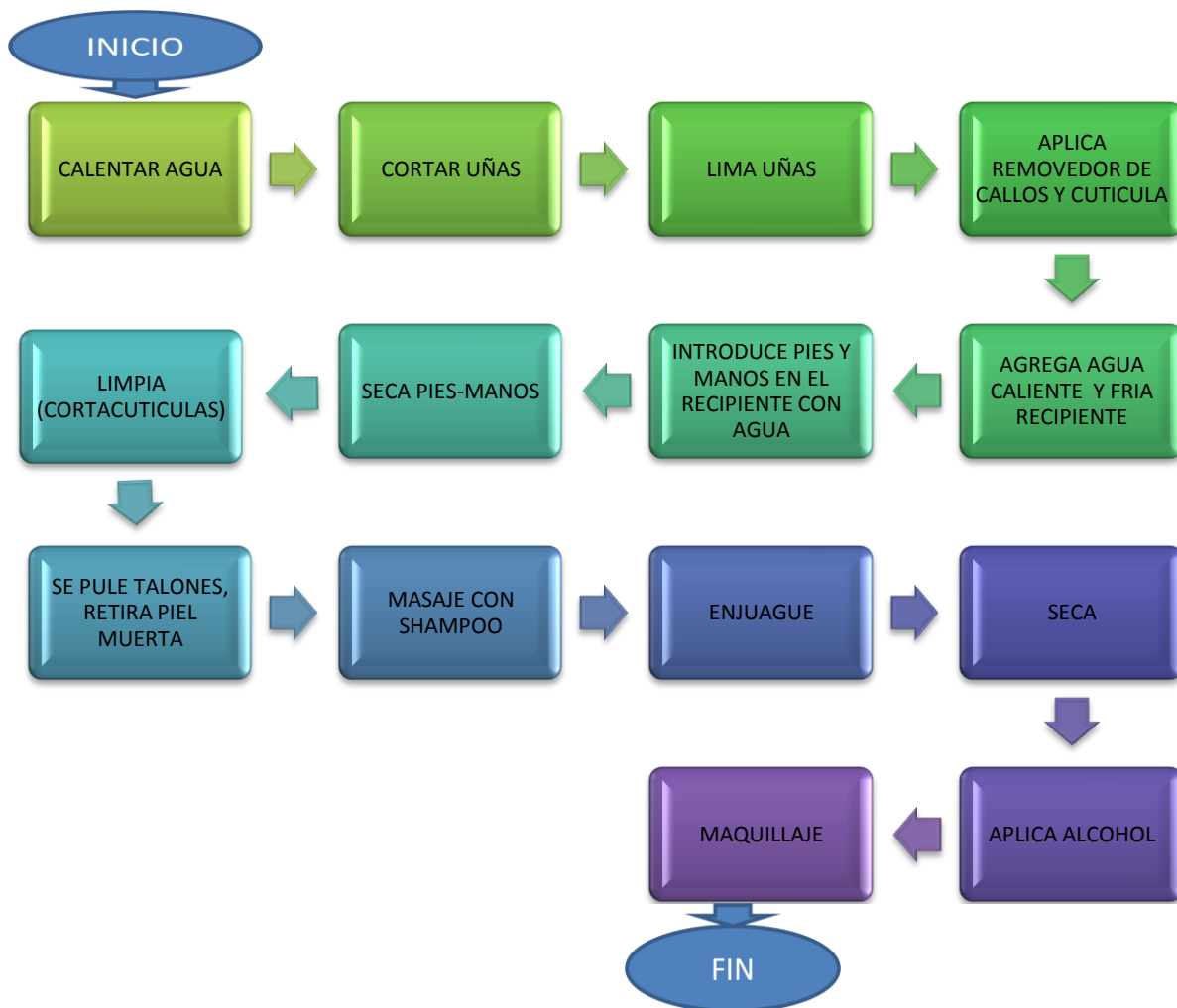


Fuente: Elaboración Propia-Distribución Planta - Vivienda Familiar

- **Procesos**

Conoce el flujo de su proceso. Cuenta con un espacio reducido en la sala de su casa que no hace que sea muy cómodo para ella.

Ilustración 49. Diagrama de Flujo Manicure y Pedicure



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 50. Proceso servicio de manicure y pedicure



4 PLAN DE ACCIÓN Y PROPUESTAS DE MEJORAMIENTO

4.1 MICROEMPRESA LAS DELICIAS A & Y

4.1.1 Área de costos

Objetivo: Lograr que el empresario reconozca que es costo, identificar el margen de contribución deseado y el punto de equilibrio

Cuadro 37. Plan de acción y logros área de costos las Delicias A & Y

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	EJECUCION	LOGROS
Reforzar la Formación en cuanto a costos con la orientación de la estudiante y aplicando la metodología de la Fundación Carvajal	1. Visitas por parte del Estudiante de la Universidad del Valle y Asesor constantemente para enseñar conceptos básicos en cuanto a costos aplicables en la empresa.	100%	Se cumplió con las visitas, enseñando los conceptos básicos de costos por medio de ejemplos y casos
	2. Llevar cuaderno de registros contables por columnas, separando compras, ventas diarios.	100%	La microempresaria lleva cuaderno con el registro diario de las operaciones, realizando control de caja.
	3. Calcular costo fijo y variables de los productos	100%	La microempresaria junto con el esposo identificó los costos variables de los productos, se realizaron ejercicios para los productos y el esposo tiene habilidad para realizar el costeo por producto. Se calcularon los costos fijos en conjunto.
	4. Calcular el punto de equilibrio	100%	La microempresaria identifica cuales deben ser las ventas diarias para estar en punto de equilibrio y le sirve como control.
	5. Calcular el margen de contribución	100%	Se establece junto con los empresarios que presenta margen de contribución positivo por cada producto

Fuente: Elaboración propia

4.1.2 Área contable y financiera

Objetivo: Registrar ordenadamente las cuentas de la empresa que le permita tomar decisiones acertadas.

Cuadro 38. Plan de acción y logros área contable y financiera las Delicias A & Y

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	EJECUCION	LOGROS
Reforzar la Formación en cuanto a contabilidad con la orientación de la estudiante y aplicando la metodología de la Fundación Carvajal	1. Visitas por parte del Estudiante de la Universidad del Valle y Asesor constantemente para enseñar conceptos básicos en cuanto a contabilidad aplicables en la empresa	100%	Se cumplió con las visitas, enseñando los conceptos básicos de contables por medio de ejemplos y casos aplicados a su negocio
	2. Llevar cuaderno de registros contables por columnas, separando compras, ventas diarios, gastos.	100%	La microempresaria lleva cuaderno con el registro diario de las operaciones, realizando control de caja.
	3. Archivar en una carpeta las facturas de compra	100%	La microempresaria archiva en una carpeta las facturas de compra y demás documentos
	4. Realizar levantamiento de inventarios de materia prima, producto terminado y producto en proceso	100%	La microempresaria y su esposo realizaron el ejercicio en conjunto para toma de inventarios y comprendieron los conceptos.
	5. Realizar estados financieros	100%	Los microempresarios entendieron de una manera didáctica los conceptos contables y se realizaron estados financieros con la información que se tomó en conjunto
	6. Calcular principales indicadores financieros	100%	Los microempresarios recibieron información acerca de los indicadores.

Acceder a crédito en la Fundación Carvajal para fortalecer su negocio para inversión en activos fijos.	1. Realizar cotizaciones de los activos fijos y entrega al asesor de Fundación Carvajal para estudio de crédito.	100%	La microempresaria junto con su esposo realizaron cotizaciones de mesa artesa, vitrina panorámica, mesas rimax y sillas y entregaron al asesor
	2. El asesor presenta proyecto de inversión de activos fijos ante el comité de Fundación Carvajal para estudio del crédito.	20%	El asesor realizó toda la gestión ante el comité de Fundación Carvajal pero la solicitud no fue aprobada

Fuente: Elaboración propia

4.1.3 Área de mercadeo

Objetivo: Implementar una estrategia de mercadeo adecuada para el negocio, en cuanto a publicidad, el punto de venta y la promoción que apunte al crecimiento del negocio.

Cuadro 39. Plan de acción y logros área de mercadeo Delicias A & Y

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	EJECUCION	LOGROS
Implementar publicidad para ser reconocida en el mercado.	1. Crear el nombre de la empresa en conjunto con el empresario.	100%	Se creó en conjunto con los empresarios el nombre, imagen, eslogan y colores que identifiquen el negocio
	2. Cotizar pendón con el nombre de la empresa y exhibirlo alrededor del puesto.	50%	Se cotizó pendón para ubicar en el punto de venta pero los empresarios no lo han llevado a cabo.
	3. Cotizar uniformes que lleven la imagen del negocio	50%	Se realizó cotización tomando en cuenta las necesidades de los empresarios en cuanto al color y diseño y se informó los precios cotizados, pero hasta el momento no han considerado adquirir la dotación.
	4. Realizar un aviso impreso sobre la promoción que se maneja de los productos	50%	Los empresarios manejan una promoción de 7 pandebonos o 7 buñuelos por \$2.000 pero no tienen visible esta información. Se diseñó y se imprimió un aviso en papel para pegar en el punto pero no lo exhibieron.

Fuente: Elaboración propia

4.1.4 Área de administración

Objetivo: Formar y orientar sobre la aplicación en todos los aspectos importantes sobre esta área en cuanto a la planeación, organización, dirección y control.

Cuadro 40. Plan de acción y logros área de administración las Delicias A & Y

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	EJECUCION	LOGROS
Implementar el proceso administrativo con el acompañamiento del estudiante de la Universidad del Valle	1. Explicar el proceso administrativo al empresario y su importancia	100%	La empresaria identificó que el proceso administrativo lo aplica a su negocio y es la responsable de realizar todas las actividades.
	2. Diseñar junto con el empresario la misión, visión, objetivos con sus propias palabras.	100%	La empresaria con sus palabras construyó la misión y visión
	3. Encaminar los objetivos hacia el logro de la misión y visión	100%	La empresaria construyó los objetivos a corto, mediano y largo plazo, que orientan hacia el logro de la misión y visión
	4. Enseñar a la empresaria la identificación de las fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades	100%	La empresaria identificó las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas que influyen en su negocio.

Fuente: Elaboración propia

4.1.5 Área de producción

Objetivo: Formar al empresario en cuanto a los aspectos de aplicación de las Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos para garantizar productos inocuos.

Cuadro 41. Plan de acción y logros área de producción las Delicias A & Y

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	EJECUCION	LOGROS
Formar en Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos para garantizar productos inocuos	1. Investigar sobre las buenas prácticas de manipulación de alimentos	100%	La estudiante investigó sobre los aspectos de buenas prácticas de manipulación de alimentos
	2. Enseñar al empresario sobre las BPM	100%	La estudiante enseñó los aspectos más importantes que debe aplicar en su negocio
	3. Monitorear su aplicación en el sitio de trabajo y de producción.	100%	La estudiante monitoreo la aplicación pero se encontraron varios aspectos que se deben mejorar (Uso tapabocas, la limpieza de los equipos, barrer y limpiar el espacio y sus alrededores, no hablar sobre los alimentos que se preparan, proteger los alimentos de insectos, no manipular los alimentos y la plata al tiempo)
	4. Mostrarle que pasa si no las aplica, cuales son las consecuencias	100%	Se le explicó a la empresaria que no aplicar correctamente las normas de manipulación de alimentos pone en riesgo la salud de las personas y se puede exponer al cierre del negocio por la entidad competente.

Fuente: Elaboración propia

4.1.6 Área legal, tributaria y laboral

Objetivo: Formar al empresario en cuanto a los aspectos legales del negocio.

Cuadro 42. Plan de acción y logros área legal, tributaria y laboral Las Delicias A&Y

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	EJECUCIÓN	LOGROS
Realizar Trámite de Carnet de Manipulación de Alimentos	1. Investigar la entidad donde se realiza este trámite.	100%	La estudiante se comunicó con la Secretaría de Salud Pública de Cali y obtuvo la información sobre el curso y la obtención del carnet.
	2. Informar al empresario sobre el curso y los requisitos	100%	La estudiante informó al empresario que este trámite no tiene costo debido a que operan un puesto en espacio público, se le informaron los requisitos
	3. Realizar el curso y obtener el carnet.	0%	La estudiante ha monitoreado a la empresaria para que realice este trámite y hasta el momento no lo ha realizado, se le recalcó la importancia
Realizar Trámite de Obtención del RUT	1. Informar al empresario sobre la importancia de obtener el RUT.	100%	La estudiante informó al empresario que este trámite no tiene costo y los requisitos que debe entregar
	2. Sacar cita en la página de la DIAN para adelantar el trámite de obtención del RUT	100%	La estudiante brindó apoyo para sacar cita y entregó la radicación a la empresaria
	3. Asistir el día asignado a la DIAN y obtener el RUT	100%	La empresaria cumplió con el compromiso y obtuvo el RUT

Fuente: Elaboración propia

4.2 GLORIA DOMINGA JIMENEZ SINISTERRA

4.2.1 Área de costos

Objetivo: Lograr que el empresario reconozca que es costo, identificar el margen de contribución deseado y el punto de equilibrio

Cuadro 43. Plan de acción y logros área de costos Gloria Jiménez

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	EJECUCION	LOGROS
Reforzar la Formación en cuanto a costos con la orientación de la estudiante y aplicando la metodología de la Fundación Carvajal	1 Visitas por parte del Estudiante de la Universidad del Valle y Asesor constantemente para enseñar conceptos básicos en cuanto a costos aplicables en la empresa.	100%	Se cumplió con las visitas, enseñando los conceptos básicos de costos por medio de ejemplos y casos
	2 Llevar cuaderno de registros contables por columnas, separando compras, ventas diarios.	100%	La microempresaria lleva cuaderno con el registro diario de las operaciones, realizando control de caja.
	3 Calcular costo fijo y variables de los productos	100%	La microempresaria identificó los costos variables de los productos, se realizaron ejercicios para los productos. Se calcularon los costos fijos en conjunto.
	4 Calcular el punto de equilibrio	100%	La microempresaria identifica cuales deben ser las ventas diarias para estar en punto de equilibrio y le sirve como control.
	5 Calcular el margen de contribución	100%	Se establece con la empresaria que presenta margen de contribución positivo por cada producto

Fuente: Elaboración propia

4.2.2 Área contable y financiera

Objetivo: Llevar ordenadamente las cuentas de la empresa que le permita tomar decisiones acertadas.

Cuadro 44. Plan de acción y logros área contable y financiera Gloria Jiménez

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	EJECUCION	LOGROS
Reforzar la Formación en cuanto a contabilidad con la orientación de la estudiante y aplicando la metodología de la Fundación Carvajal	1 Visitas por parte del Estudiante de la Universidad del Valle para enseñar conceptos básicos en cuanto a contabilidad aplicables en la empresa	100%	Se cumplió con las visitas, enseñando los conceptos básicos de contables por medio de ejemplos y casos aplicados a su negocio
	2 Llevar cuaderno de registros contables por columnas, separando compras, ventas diarios, gastos.	100%	La microempresaria lleva cuaderno con el registro diario de las operaciones, realizando control de caja.
	3 Archivar en una carpeta las facturas de compra	100%	La microempresaria archiva las facturas de compra.
	4 Realizar levantamiento de inventarios de materia prima, producto terminado y producto en proceso	100%	La microempresaria realizó el ejercicio en conjunto para toma de inventarios y comprendió los conceptos.
	5 Realizar estados financieros	75%	La microempresaria entendió de una manera didáctica los conceptos contables y se realizó el balance general inicial. El balance final y estado de P y G no se pudo efectuar debido que la empresaria ingreso a laborar en un Colegio.
	6 Calcular principales indicadores financieros	100%	La microempresaria recibió información acerca de los indicadores.

Formar en cuanto a la educación financiera , mostrando el escenario del costo de créditos informales frente al costo del sector financiero	1. Enseñar el costo de adquisición de los créditos informales y los créditos ante entidades financieras	100%	La microempresaria conoce de este tema, pues ha tenido experiencia con el sector financiero, pero requirió del crédito con agiotista por una emergencia
	2.Incentivar el ahorro	100%	La microempresaria es muy disciplinada en cuanto a esta práctica y destina alcancías y cajas para realizar ahorros de los recibos públicos, cuota de crédito de Gases de Occidente, entre otros

Fuente: Elaboración propia

4.2.3 Área de mercadeo

Objetivo: Implementar una estrategia de mercadeo adecuada para el negocio, en cuanto a publicidad y promoción.

Cuadro 45. Plan de acción y logros área de mercadeo Gloria Jiménez

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	EJECUCION	LOGROS
Implementar publicidad para ser reconocida en el mercado.	1 Crear el nombre de la empresa en conjunto con el empresario.	50%	Se dejó tarea para la creación del nombre, pero solo se alcanzó a trabajar en las posibles propuestas de nombres y el color debido a que la empresaria entró a laborar en un colegio
	2 Cotizar pendón con el nombre de la empresa y exhibirlo alrededor del puesto.	50%	Se cotizó pendón para ubicar en el local pero la empresaria entró a laborar en un colegio y no se llevó a cabo esta actividad.

Fuente: Elaboración propia

4.2.4 Área de administración

Objetivo: Formar y orientar sobre la aplicación en todos los aspectos importantes sobre esta área en cuanto a la planeación, organización, dirección y control.

Cuadro 46. Plan de acción y logros área de administración Gloria Jiménez

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	EJECUCION	LOGROS
Implementar el proceso administrativo con el acompañamiento del estudiante de la Universidad del Valle	1 Explicar el proceso administrativo al empresario y su importancia	100%	La empresaria identificó que el proceso administrativo lo aplica a su negocio y es la responsable de realizar todas las actividades.
	2 Diseñar junto con el empresario la misión, visión, objetivos con sus propias palabras.	100%	La empresaria con sus palabras construyó la misión y visión
	3 Encaminar los objetivos hacia el logro de la misión y visión	100%	La empresaria construyó los objetivos a corto, mediano y largo plazo, que orientan hacia el logro de la misión y visión.
	4 Enseñar a la empresaria la identificación de las fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades	100%	La empresaria identificó las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas que influyen en su negocio.

Fuente: Elaboración propia

4.2.5 Área de producción

Objetivo: Formar al empresario en cuanto a los aspectos de aplicación de las Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos para garantizar productos inocuos.

Cuadro 47. Plan de acción y logros área de producción Gloria Jiménez

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	EJECUCION	LOGROS
Incentivar para el arreglo del activo fijo que se encuentra ocioso	1 Se averiguó con la asesora de Fundación Carvajal el dato de un técnico para reparación de la Fritadora	100%	La estudiante obtuvo la información por parte de la asesora
	2 Entregar a la empresaria la información de contacto del técnico	100%	La estudiante entregó datos del técnico y se recalcó la importancia de arreglar el activo para hacer más eficiente su proceso, ya que se genera un cuello de botella.
	3 Monitorear si se llevó a cabo la reparación.	0%	La empresaria no llevó a cabo esta tarea y decide devolver la fritadora a Fundación Carvajal porque informa que la va adquirir de contado y realizó cotización.

Fuente: Elaboración propia

4.2.6 Área legal, tributaria y laboral

Objetivo: Formar al empresario en cuanto a los aspectos legales del negocio.

Cuadro 48. Plan de acción y logros área legal, tributaria y laboral Gloria Jiménez

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	EJECUCIÓN	LOGROS
Realizar averiguación en Cámara de comercio referente a la renovación y cancelación de la matrícula	1 Comunicarse a la cámara de comercio y obtener información acerca de esta situación	100%	La estudiante obtuvo información en la Cámara de Comercio y debe renovar por los años 2009 al 2014 y luego proceder con la cancelación de dos matriculas que aparecen bajo el nombre del establecimiento y el nombre de la empresaria
	2 Averiguar el costo de la renovación por los años 2009 al 2014	100%	La estudiante ingresó al portal de la cámara de comercio y realizó autoliquidación de los años pendientes, calculando sobre el valor de los activos actuales y obtuvo el valor de la renovación.
	3 Informar a la empresaria sobre el costo y el proceso que debe adelantar	50%	La empresaria ingresó a trabajar y se le comunicó acerca de los costos y el trámite que debe adelantar.
Realizar Actualización del RUT	1 Se consultó en el portal de la DIAN sobre el RUT de la empresaria.	100%	La estudiante ingresó al portal de la DIAN y validó los datos que deben ser actualizados
	2 Informar a la empresaria sobre los datos a actualizar	100%	La estudiante informó a la empresaria sobre los datos a actualizar (Dirección, actividad económica), trámite que debe hacer presencialmente o virtualmente, no le toma mucho tiempo y obtiene copia del nuevo RUT.
	3 Actualizar el RUT	100%	En conjunto con la estudiante realizo actualización del RUT

Fuente: Elaboración propia

4.3 SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA

4.3.1 Área de costos

Objetivo: Lograr que el empresario reconozca que es costo, identificar el margen de contribución deseado y el punto de equilibrio de la empresa.

Cuadro 49. Plan de acción y logros área de costos Sala de manos y pies Franshesca

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	EJECUCION	LOGROS
Reforzar la Formación en cuanto a costos con la orientación de la estudiante y aplicando la metodología de la Fundación Carvajal	1. Visitas por parte del Estudiante de la Universidad del Valle y Asesor constantemente para enseñar conceptos básicos en cuanto a costos aplicables en la empresa.	100%	Se cumplió con las visitas, enseñando los conceptos básicos de costos por medio de ejemplos y casos
	2. Llevar cuaderno de registros contables por columnas, separando compras, ventas diarios.	100%	La microempresaria lleva cuaderno con el registro diario de las operaciones, realizando control de caja.
	3. Calcular costo fijo y variables de los servicios	100%	La microempresaria identificó los costos variables de su servicio, se realizaron ejercicios para los servicios que ofrece. Se calcularon los costos fijos en conjunto.
	4. Calcular el punto de equilibrio	100%	La microempresaria identifica cuales deben ser las ventas diarias para estar en punto de equilibrio y le sirve como control.
	5. Calcular el margen de contribución	100%	Se establece junto con la empresaria que presenta margen de contribución positivo por cada servicio

Fuente: Elaboración propia

4.3.2 Área contable y financiera

Objetivo: Registrar ordenadamente las cuentas de la empresa que le permita tomar decisiones acertadas.

Cuadro 50. Plan de acción y logros área contable y financiera Sala de manos y pies Franshesca

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	EJECUCCION	LOGROS
Reforzar la Formación en cuanto a contabilidad con la orientación de la estudiante y aplicando la metodología de la Fundación Carvajal	1. Visitas por parte del Estudiante de la Universidad del Valle y Asesor constantemente para enseñar conceptos básicos en cuanto a contabilidad aplicables en la empresa	100%	Se cumplió con las visitas, enseñando los conceptos básicos de contables por medio de ejemplos y casos aplicados a su negocio
	2. Llevar cuaderno de registros contables por columnas, separando compras, ventas diarios, gastos.	100%	La microempresaria lleva cuaderno con el registro diario de las operaciones, realizando control de caja.
	3. Archivar en una carpeta las facturas de compra	100%	La microempresaria utiliza carpeta que se le entregó.
	4. Realizar levantamiento de inventarios de materia prima y mercancía.	100%	La microempresaria con el apoyo de la estudiante realizó la toma de inventarios y comprendieron los conceptos.
	5. Realizar estados financieros	100%	La microempresaria entendió de una manera didáctica los conceptos contables y se realizaron estados financieros con la información que se tomó
	6. Calcular principales indicadores financieros	100%	La microempresaria recibió información acerca de los indicadores.

Realizar abonos al crédito en la Fundación Carvajal.	1. Informar sobre los beneficios que ofrece Fundación Carvajal.	100%	La estudiante informó el valor que adeuda a Fundación Carvajal, que en este momento no le están generando cobro de intereses solo pago del capital. A su vez le otorgan la facilidad de abonar los montos que desee en el mes, puede hacer abonos semanales, quincenales o como le quede asequible.
	2. Enseñar sobre el alto cobro de intereses que generan los agiotistas	100%	El estudiante enseñó sobre el alto impacto de intereses que cobran los agiotistas, que en el caso de la empresaria representaban el 54%. La empresaria realizó el ejercicio de averiguar en el Banco de la Mujer sobre crédito y comparó con el que había tomado con el agiotista, impactándola de manera positiva.

Fuente: Elaboración propia

4.3.3 Área de mercadeo

Objetivo: Implementar una estrategia de mercadeo acertada en cuanto a comunicación visual y acceso a capacitación.

Cuadro 51. Plan de acción y logros área de mercadeo Sala de manos y pies Franshesca

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	EJECUCION	LOGROS
Implementar publicidad para ser reconocida en el mercado.	1. Crear el nombre de la empresa en conjunto con el empresario.	100%	Se creó en conjunto con la empresaria el nombre, imagen, eslogan y colores que identifiquen el negocio
	2. Cotizar pendón con el nombre de la empresa y exhibirlo alrededor del puesto.	50%	Se cotizó pendón para ubicar en el punto de venta pero la empresaria no ha llevado a cabo la actividad.
	3. Cotizar uniformes que lleven la imagen del negocio	50%	Se realizó cotización tomando en cuenta la necesidad de la empresaria en cuanto al color y diseño, pero hasta el momento no ha considerado la empresaria adquirir la dotación. Informa que antes utilizaba uniforme cuando tuvo su local pero cuando quedó en embarazo de su hija cesó sus actividades y los uniformes que tenía los regaló. Toma en consideración esta recomendación para aplicarla en su nuevo local.
	4. Elaborar diseño de tarjetas de presentación	100%	La estudiante realizó el diseño de la tarjeta de presentación y la socializó a la empresaria. La estudiante le entregó el archivo y ella manifiesta que le gusto demasiado el diseño y enviará a imprimirlas cuando traslade su negocio a un nuevo local.
	5. Realizar un aviso impreso sobre la promoción que se maneja de los servicios o productos.	50%	La estudiante propuso a la empresaria manejar una promoción para los días más bajos, como manicure y pedicure a \$10.000. Se diseñó y se imprimió un aviso en papel tamaño carta para exhibir en el local pero la empresaria tiene dudas sobre realizar esta promoción. La estudiante también diseñó un aviso de "sistema de separado" para los artículos que comercializa y recalcó la importancia de manejar este sistema.

	6. Ubicar publicidad o afiches en las paredes que puede conseguir con sus proveedores	50%	La estudiante informó que sobre esta idea para dar presentación o imagen a su punto, pero la empresaria informa que por no ser su casa no tiene la libertad de hacer estas actividades. Lo tendrá en cuenta en su nuevo local.
	7. Ubicar un letrero de horario de atención a los clientes y un número de teléfono o celular para separar citas.	50%	La estudiante propuso a la empresaria manejar un horario de atención, y exhibirlo indicando el número de contacto para separar citas. La empresaria informa que debe ajustar su tiempo para poder considerar esta actividad.
Actualizarse en Nuevas técnicas de Manicure y Pedicure	1. Buscar oferta de cursos que dictan las academias de belleza	100%	La empresaria averiguó sobre la oferta que se ofrece en cursos.
	2. Revisar el costo de los cursos	100%	La empresaria informa que en una academia el costo
	3. Escoger la mejor opción para capacitarse en las nuevas técnicas.	50%	La oferta que averiguó la empresaria, que ofrecen algunas academias van de \$200.000 a \$350.000, dependiendo de las técnicas que desee aprender y los días que se requieran (Cursos de 15 días o cursos de dos meses) para capacitar en nuevas técnicas como uñas en acrígel, técnica de encapsulado o bajo relieve, 3D, manicure y pedicure para personas diabéticas, brillo ejecutivo para caballeros y decoración en acrílicos, entre otras técnicas. La limitante son los costos, requiere de disciplina para separar un ahorro para acceder a los cursos.

Fuente: Elaboración propia

4.3.4 Área de administración

Objetivo: Formar y orientar sobre la aplicación en todos los aspectos importantes sobre esta área en cuanto a la planeación, organización, dirección y control.

Cuadro 52. Plan de acción y logros área de administración Sala de manos y pies Franshesca

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	EJECUCION	LOGROS
Implementar el proceso administrativo con el acompañamiento del estudiante de la Universidad del Valle	1. Explicar el proceso administrativo al empresario y su importancia	100%	La empresaria identificó que el proceso administrativo lo aplica a su negocio y es la responsable de realizar todas las actividades.
	2. Diseñar junto con el empresario la misión, visión, objetivos con sus propias palabras.	100%	La empresaria con sus palabras construyó la misión y visión
	3. Encaminar los objetivos hacia el logro de la misión y visión	100%	La empresaria construyó los objetivos a corto, mediano y largo plazo, que orientan hacia el logro de la misión y visión
	4. Enseñar a la empresaria la identificación de las fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades	100%	La empresaria identificó las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas que influyen en su negocio.

Fuente: Elaboración propia

4.3.5 Área de producción

Objetivo: Formar al empresario en cuanto a los aspectos de aplicación de las normas de higiene y bioseguridad.

Cuadro 53. Plan de acción y logros área de producción Sala de manos y pies Franshesca

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	EJECUCION	LOGROS
Formar sobre las normas de higiene y bioseguridad adecuadas de acuerdo a lo solicitado por la Secretaría de Salud de Cali.	1. Investigar sobre las normas de higiene y bioseguridad.	100%	La estudiante investigó sobre los aspectos de bioseguridad.
	2. Enseñar al empresario sobre las normas de higiene y bioseguridad	100%	La estudiante enseñó los aspectos más importantes que debe aplicar en su negocio.
	3. Monitorear su aplicación en el sitio de trabajo y de producción.	100%	La estudiante monitoreo la aplicación pero se encontraron varios aspectos que se deben mejorar (Uso tapabocas, uso de guantes, uso de bolsas plásticas de protección en los recipientes de manicure y pedicure). La empresaria esteriliza los implementos con un líquido esterilizante marca Masglo.
	4. Mostrarle que pasa si no las aplica, cuales son las consecuencias	100%	Se le explicó a la empresaria que no aplicar correctamente las normas de bioseguridad pone en riesgo la salud de las personas por exponerlas a hongos y otras enfermedades y se puede exponer al cierre del negocio por la entidad competente.

Fuente: Elaboración propia

4.3.6 Área legal, tributaria y laboral

Objetivo: Formar al empresario en cuanto a los aspectos legales del negocio.

Cuadro 54. Plan de acción y logros área legal, tributaria y laboral Sala de manos y pies Franshesca

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	EJECUCIÓN	LOGROS
Realizar Trámite de Obtención del RUT	1. Informar al empresario sobre la importancia de obtener el RUT.	100%	La estudiante informó al empresario que este trámite no tiene costo y los requisitos que debe entregar
	2. Sacar cita en la página de la DIAN para adelantar el trámite de obtención del RUT	100%	La estudiante brindó apoyo para sacar cita y entregó la radicación a la empresaria
	3. Asistir el día asignado a la DIAN y obtener el RUT	0%	La empresaria debe asistir el jueves 11 de diciembre a las oficinas de la Dian del Centro a las 10:00 am.
Obtener certificado de realización de curso de bioseguridad	1. Averiguar sobre oferta de cursos en bioseguridad	100%	La estudiante averiguó sobre cursos de bioseguridad que se dictan en la ciudad de Cali y los costos. Una alternativa es realizar curso virtual en el SENA.
	2. Entregar información sobre curso	100%	La estudiante informo a la empresaria sobre el curso virtual en el SENA y los requisitos. Esta formación exige enviar un informe final sobre la aplicación de las normas en sus negocios, con esto obtienen el certificado y es soporte ante la Secretaria de Salud Pública de cumplimiento de este requisito
	3. Iniciar el curso	10%	La empresaria se mostró interesada porque le permite certificarse. Está adelantando el trámite de sacar el Rut que es un requisito para acceder al curso.

Fuente: Elaboración propia

5. CONCLUSIONES

Una vez concluido el acompañamiento durante el periodo Agosto Diciembre de 2014, el cual se aplicó la metodología de Fundación Carvajal a tres empresas del oriente de Cali; se puede concluir:

- Se contribuyó al fortalecimiento de algunos aspectos técnicos en las diferentes áreas de las microempresas, que se ha convertido en un generador de motivación y confianza para todos los empresarios que participaron en el.
- Se evidencia que durante el proceso de acompañamiento los empresarios se sintieron motivados, valorados, escuchados y agradecidos, con el apoyo del estudiante quien mostró interés en las diversas situaciones que se afrontan en la microempresa.
- Con el estudio de costos los empresarios conocieron sus costos fijos, costos variables, margen de contribución por producto y servicio, margen de contribución y el punto de equilibrio, que les permiten tomar decisiones acertadas.
- El desconocimiento sobre los aspectos técnicos relacionados con el correcto funcionamiento de sus negocios, es de carácter conceptual, es decir, ellos de manera empírica aplican varios aspectos pero desconocen con qué área se relacionan, como por ejemplo: Saben cuanto pueden gastar en asuntos personales y familiares, conocen de su proceso productivo, manejan el costo de la materia prima y cuanto se asigna a su producto de manera empírica, realizan todas las actividades de planeación, organización, dirección y control, etc.
- En el área contable y financiera, con la implementación del sistema de registro diario de operaciones, los empresarios inician con el control de las ventas, gastos, costos, identificando la importancia de conocer los datos reales y establecer donde se pueden ejercer más control. Se observa también que el empresario una vez termina el acompañamiento del estudiante, abandona esta práctica y vuelven a caer en la rutina anterior.
- En el área de mercadeo a través de la encuesta realizada a las microempresarias Francisca Asprilla y María Yuly Angulo se identifica que son reconocidas en el sector y tienen un concepto muy favorable de sus productos y servicios y de la atención, lo cual es favorable porque motiva a las empresarias en el desarrollo de su actividad.
- También se identificó la tenacidad, emprendimiento y motivación de cada una de las empresarias, que las ha llevado a formar su negocio y mantenerlo en el tiempo. Se valora que ante las adversidades las empresarias continúan con el desarrollo de sus actividades y afrontan todo

tipo de situaciones a nivel personal y familiar, pero siguen en frente de su negocio.

- En el aspecto legal, se identificó que algunos empresarios no conocían la importancia del RUT o no conocían la incidencia del registro en cámara de comercio o no conocían aspectos tan importantes como el carné de manipulación de alimentos o el curso de bioseguridad. En el caso específico de la señora Gloria Jiménez, el desconocimiento del aspecto legal en cuanto a cámara de comercio, la llevó a registrar un negocio en el año 2008 por sugerencia de un particular, pero no sabía que debía renovar cada año y que luego si no funcionaba su establecimiento debía realizar el trámite de cancelación para que no le generara cartera, a este momento han transcurrido 6 años que debe a la cámara de comercio y no conocía de esta situación.
- Por medio del análisis del proceso administrativo de cada empresa se construyó la misión, visión y objetivos y los empresarios vieron la importancia de este aspecto que los encamina hacia el logro de sus objetivos
- En cuanto a mercadeo en general los empresarios no implementan publicidad para ser reconocidas como marca en el mercado, porque no lo veían necesario, pero en el desarrollo de este acompañamiento descubrieron la importancia de tener un nombre e imagen que los identifique, de atraer clientes por medio de promociones y de la importancia que tiene el servicio al cliente.
- Con el acompañamiento se puso en práctica los conocimientos adquiridos en la Universidad del Valle, como estudiante de Contaduría pública y la metodología aprendida en el diplomado de Fundación Carvajal, sirvió de base para entregar de forma sencilla, comprensible y útil la información que los microempresarios necesitaban aplicar en sus negocios.
- Finalmente aportó al estudiante una experiencia de vida única, que lo puso en contacto con el aspecto social y despertó sensibilidad por las personas que pertenecen a las comunidades vulnerables, pero sobre todo aprendió como con tan pocos recursos estas personas sacan adelante sus iniciativas de negocio y ven en ellas una oportunidad de vida, aportando a su comunidad ser visibilizada positivamente. En general la estudiante estableció buenas relaciones con las empresarias y tuvo una comunicación efectiva que le permitieron conocer su situación particular.
- A continuación se detallan la situación anterior y actual de cada microempresario

Cuadro 55. Cambios logrados con la intervencion LAS DELICIAS A & Y

AREA	SITUACION ANTERIOR	SITUACION ACTUAL (Indicadores)
ADMINISTRACION Y PERSONAL	No conocía del proceso administrativo, en cuanto a lo conceptual	Comprendió que realiza todas las actividades y aplica el proceso administrativo en su negocio
	No había diseñado misión, visión y objetivos	La empresaria con sus palabras construyó la misión y visión y construyó los objetivos a corto, mediano y largo plazo
COSTOS	No llevaba registros contables	Lleva el cuaderno con el movimiento diario
	No tenía el cálculo de margen de contribución, punto de equilibrio, estudio de costos y costos variables y fijos de los productos	Se realizó en conjunto con el estudiante
FINANCIERA	No llevaba registros contables	Lleva el cuaderno con el movimiento diario y cuadre de caja
	No identificaba conceptos contables	Los empresarios aprendieron los conceptos básicos de la contabilidad
	No archivaba las facturas de compra	Archiva en una carpeta factura y demás documentos del negocio.
	No realizaba estados financieros e indicadores financieros	En conjunto con el estudiante se realizó balance inicial, estados financieros finales y los indicadores financieros iniciales y finales.
	No realizaba levantamiento de inventarios en formatos	En conjunto con el estudiante se realizó levantamiento de inventario inicial y final de materia prima, producto en proceso y producto terminado
MERCADEO	No poseía nombre o imagen corporativa que identificara el negocio	Se trabajó en propuestas y se creó la imagen corporativa
	No posee pendón o aviso	Se cotizó pendón y la empresaria piensa realizarlo más adelante
	No posee uniformes	Se trabajó en conjunto con la empresaria sobre los colores y la dotación de uniformes. Se realizó cotización y se socializó a la empresaria.
	No tiene exhibido aviso impreso sobre la promoción.	Se realizó propuesta impresa sobre la promoción que maneja de los buñuelos, pandebonos y dedos.
PRODUCCION	No conocía sobre las buenas prácticas de manipulación de alimentos	La estudiante le asesoró sobre los principales aspectos en manipulación de alimentos y los aplica actualmente.
ASPECTOS LEGALES	No poseía RUT	Obtuvo el RUT, con el acompañamiento y asesoría del estudiante para realizar este trámite.
	No ha realizado curso sobre manipulación de alimentos	Estudiante informó sobre el curso gratuito que se dictaban los martes en la Secretaría de Salud Pública de Cali para obtener el carnet sin costo.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 56. Cambios logrados con la intervención Gloria Dominga Jimenez Sinisterra

AREA	SITUACION ANTERIOR	SITUACION ACTUAL (Indicadores)
ADMINISTRACION Y PERSONAL	No conocía del proceso administrativo, en cuanto a lo conceptual	Comprendió que realiza todas las actividades y aplica el proceso administrativo en su negocio
	No había diseñado misión, visión y objetivos	La empresaria con sus palabras construyó la misión y visión y construyó los objetivos a corto, mediano y largo plazo
COSTOS	No llevaba registros contables	Lleva el cuaderno con el movimiento diario
	No tenía el cálculo de margen de contribución, punto de equilibrio, estudio de costos y costos variables y fijos de los productos	Se realizó en conjunto con el estudiante
FINANCIERA	No llevaba registros contables	Lleva el cuaderno con el movimiento diario y cuadre de caja
	No identificaba conceptos contables	Los empresarios aprendieron los conceptos básicos de la contabilidad
	No archivaba las facturas de compra	Archiva las facturas de compra en una carpeta.
	No realizaba estados financieros e indicadores financieros	En conjunto con el estudiante se realizó balance inicial y los indicadores financieros. La empresaria ingresó a laborar y no se concluyó est. financieros finales
	No realizaba levantamiento de inventarios en formatos	En conjunto con el estudiante se realizó levantamiento de inventario inicial de materia prima y producto en proceso
MERCADEO	No poseía nombre o imagen corporativa que identificara el negocio	Se trabajó en propuestas de nombres, logo, colores y eslogan, pero no se concluyó porque la empresaria ingresó a laborar.
PRODUCCION	Se encontró fritadora que le entregó Carvajal sin utilizar, porque faltaba reparación. Esto representa un cuello de botella	La empresaria cotizó fritadora y la compró y devolvió la fritadora a Fundación Carvajal, la cual le fue entregada como préstamo
ASPECTOS LEGALES	Se encontró RUT desactualizado en información básica como dirección, email	Se actualizó RUT en el portal de la DIAN.
	Se evidencia que aparece registrada desde el 2008 con un establecimiento de comercio y desde entonces no canceló las matriculas	Se informó que debe pagar las vigencias del 2009 al 2014 y luego cancelar las matriculas de establecimiento y persona natural ante cámara de comercio

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 57. Cambios logrados con la intervencion SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA

AREA	SITUACION ANTERIOR	SITUACION ACTUAL (Indicadores)
ADMINISTRACION Y PERSONAL	No conocía del proceso administrativo, en cuanto a lo conceptual	Comprendió que realiza todas las actividades y aplica el proceso administrativo en su negocio
	No había diseñado misión, visión y objetivos	La empresaria con sus palabras construyó la misión y visión y construyó los objetivos a corto, mediano y largo plazo
COSTOS	No llevaba registros contables	Lleva el cuaderno con el movimiento diario
	No tenía el cálculo de margen de contribución, punto de equilibrio, estudio de costos y costos variables y fijos de los servicios	Se realizó en conjunto con el estudiante
FINANCIERA	No llevaba registros contables	Lleva el cuaderno con el movimiento diario y cuadre de caja
	No identificaba conceptos contables	La empresaria aprendió los conceptos básicos de la contabilidad
	No archivaba las facturas de compra	Las guarda organizadas al interior de una carpeta.
	No realizaba estados financieros e indicadores financieros	En conjunto con el estudiante se realizó balance inicial, estados financieros finales y los indicadores financieros iniciales y finales.
	Posee endeudamiento con Fundación Carvajal no realiza abonos.	Se informó que puede realizar abonos de cualquier monto, que Fundación Carvajal congeló deuda y no le está cobrando intereses.
MERCADEO	No poseía nombre o imagen corporativa que identificara el negocio	Se trabajó en propuestas y se creó la imagen corporativa
	No posee pendón o aviso	Se cotizó pendón y la empresaria piensa realizarlo más adelante
	No tiene exhibido aviso impreso sobre promociones	Se propuso manos y pies a 10.000 para los días lunes y martes, la empresaria manifiesta que lo manejará cuando se ubique en un nuevo local.
	No tiene tarjetas de presentación.	Se realizó diseño de tarjetas de presentación, y se entregó diseño a la empresaria. Ya las envió a realizar.
	Actualizarse en Nuevas técnicas de Manicure y Pedicure	La empresaria está interesada en tomar cursos de nuevas técnicas la oferta de cursos oscila entre \$200.000 y \$350.000
PRODUCCION	No aplica en su totalidad las normas de higiene y bioseguridad en la prestación del servicio.	Usa bolsas plásticas de protección en los recipientes de manicure y pedicure y uso guantes
ASPECTOS LEGALES	No ha realizado cursos de higiene y bioseguridad.	La estudiante informó que se puede realizar curso virtual por el SENA, es gratuito pero se requiere el RUT. Al final el SENA le entrega certificado.
	No posee RUT	La estudiante sacó cita a la empresaria para diciembre con el fin de obtener el RUT, explicó los requisitos que debe cumplir.

Fuente: Elaboración propia

6. RECOMENDACIONES

Considero que cualquier modelo de negocio es rentable, si el empresario aporta su perseverancia, constancia y disciplina en todas las áreas que componen su negocio. La metodología diseñada por Fundación Carvajal para llevar los conocimientos a los microempresarios en las diversas áreas funcionales, es una herramienta comprensible, práctica y fácil de implementar en los negocios, pero requiere de la constancia y disciplina de los empresarios para que sus resultados se evidencien.

Es necesario que los microempresarios asesorados trabajen, desarrollen y continúen con los conocimientos adquiridos durante la asesoría que brindó el estudiante de la Universidad de Valle, y no sientan que es una obligación o un compromiso temporal, sino por el contrario verlo como un proceso de apoyo, de mejora, de aprendizaje y de aplicación a sus negocios y que continúen buscando el apoyo de Fundación Carvajal para reforzar sus conocimientos.

Por lo anterior se recomienda para la empresa Las Delicias A & Y, la adquisición de la vitrina, mesas, y sillas para así introducir nuevos productos que permitan ampliar su base de clientes. Es necesario que se trabaje en la imagen corporativa y consolidar un nombre en su negocio.

Para la empresa Sala de Manos y Pies Franshesca, se recomienda el mejoramiento de los activos fijos como la cajonera, la silla de manicure y pedicure, así como tener un stock de esmaltes que permitan ofrecerles a sus clientes otras alternativas. Es vital que la empresaria implemente darle imagen a su negocio por medio del nombre que se creó, para crear recordación en los clientes. En la medida de lo posible realizar la capacitación de nuevas técnicas de manicure y pedicure que permitan diferenciarse de la competencia y permitan ampliar la base de clientes. Se requiere disciplina y constancia de la empresaria para que los objetivos se alcancen.

Por último para la microempresaria Gloria Jiménez, se recomienda que adquiera fritadora, vitrina y mesa para mejorar su proceso, porque se presenta cuello de botella en el momento de freír el producto y no hace eficiente su proceso. Con la fritadora puede ofrecer nuevos productos. Es necesario que se trabaje en la imagen corporativa y consolidar un nombre en su negocio. Para finalizar solucionar la situación que se presenta ante Cámara de Comercio.

BIBLIOGRAFIA

AGUIRRE, José Gabriel. Sistema de Costeo: La asignación del costo total a productos y servicios. Bogotá 2004. Pág. 40.

CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la Teoría General de la Administración. México. Pág. 56.

DAVID, F. Conceptos de Administración Estratégica. México. 1997. Citado por: MARIÑO, Amparo; CORTÉS Félix; GARZÓN, Luis Alejandro. Herramienta de software para la enseñanza y entrenamiento en la construcción de la matriz DOFA.

DAVILA, Carlos. Teorías organizacionales y administración. Enfoque critico. México. Pág. 236

DA SILVA, Reinaldo. Teorías de la administración. Thompson. 2002. Pág. 400

Diapositivas. Diplomado – Formación de asesores empresariales. Fundación Carvajal. 2014.

HERNANDEZ, Sergio. Administración: Teoría, Proceso, Áreas funcionales y Estratégicas para la competitividad. 2da edición. México. Pág. 35.

HERNANDEZ, Op. Cit., Pág. 39 y 40.

MARIÑO, Amparo; CORTÉS Félix; GARZÓN, Luis Alejandro. Herramienta de software para la enseñanza y entrenamiento en la construcción de la matriz DOFA. En: Revista Ingeniería e investigación Vol. 28 No. 3. Diciembre de 2008 (169-164).

MONTALVÁN, César. Los recursos humanos para la pequeña y mediana empresa. México 1999. Pág. 22.

ORTEGA CASTRO, Alfonso. Planeación Estratégica. México. Pág. 26.

Min CIT, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. [En línea] <http://www.mincit.gov.co/minindustria> (Consultado el 13 de Octubre de 2014).

Ley 905 de 2004. Congreso de Colombia, Agosto 2 de 2004.

Sitio oficial de la Alcaldía de Santiago de Cali, Colombia. [En línea] <http://www.cali.gov.co/publico2/gobierno/dagmaweb/comuna15.htm> (Consultado el 13 de Octubre de 2014)

Sitio oficial del DAGMA, Colombia. [En línea] <http://consejoambiental.files.wordpress.com/2009/10/comuna-151.pdf>. (Consultado el 13 de Octubre de 2014)

Sitio oficial de Fundación Carvajal Cali, Colombia. [En línea] http://www.fundacioncarvajal.org.co/sitio/index.php?option=com_k2&view=item&id=47:distrito-de-aguablanca&Itemid=4&lang=es (Consultado el 13 de Octubre de 2014)

SOLIS, Eddy. ESCOBAR, Rafael. Manual de capacitación de pequeñas centrales hidráulicas. Perú. 2008. Pág. 29.

ANEXOS

Anexo A. RUT Maria Yuly Angulo

DIAN		Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal		MUSCA MUNICIPIO DE SAN CARLOS		001	
2. Concepto: 0 1 Inscripción				4. Número de formulario: 14318805372			
							
5. Número de identificación Tributaria (NIT): 1 0 0 7 5 0 9 1 6 6 - 7		8. DV: 7		12. Dirección seccional: Inyente de Cal		14. Buzón electrónico: 1 5	
IDENTIFICACION							
24. Tipo de contribuyente: Persona natural o sucesión ilíquida		25. Tipo de documento: 2		26. Número de identificación: 1 0 0 7 5 0 9 1 6 6 - 7		27. Fecha expedición: 2 0 0 9 0 5 0 4	
Lugar de expedición: COLOMBIA		28. País: 1 6 9		29. Departamento: Cauca		30. Ciudad/Municipio: Guapi	
31. Primer apellido: ANGULO		32. Segundo apellido: ANGULO		33. Primer nombre: MARIA		34. Otros nombres: YULY	
35. Razón social:		36. Nombre comercial:		37. Sigla:			
USUCACION							
38. País: COLOMBIA		39. Departamento: Valle del Cauca		40. Ciudad/Municipio: Cali		0 0 1	
41. Dirección principal: CR 29 C 48 51 BRR POBLADO I							
42. Correo electrónico: myangulo@outlook.com		43. Apartado aéreo: 0		44. Teléfono 1: 3 1 3 7 9 2 0 6 5 7		45. Teléfono 2: 3 1 4 4 1 6 8 0 8 0	
CLASIFICACION							
Actividad principal		Actividad económica		Otras actividades		Ocupación	
46. Código: 5 6 1 9	47. Fecha inicio actividad: 2 0 1 4 1 0 2 7	48. Código: 8 2 9 9	49. Fecha inicio actividad: 3 0 1 4 1 0 2 7	50. Código: 1 2	51. Código: 5 3 2 0	52. Número asignación: 1 1	
Responsabilidades, Calidades y Atributos							
53. Código: 1 2							
12- Ventas régimen simplificado							
Usuarios aduaneros				Exportadores			
54. Código: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10				55. Forma: 1 2 3			
				56. Tipo: 1 2 3			
				57. Modo: 1 2 3			
				58. CPC: 1 2 3			
Para uso exclusivo de la DIAN							
59. Anexo: SI ☒ NO ☐		60. No. de folios: 1		61. Fecha: 2 0 1 4 1 0 2 7			
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponde exclusivamente a la realidad, por lo anterior, cualquier falsedad o inexactitud en sus datos podrá ser sancionada. Artículo 14 Parágrafo 1º del Decreto 1449 de 2013 Firma del solicitante:				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada: 964. Nombre: HOYOS TOSSE GLORIA AMPARO 965. Cargo: Gestor I			

Fecha generación documento PDF: 29-10-2014 02:24:48PM

Anexo B. Encuesta de satisfacción Maria Yuly Angulo

ENCUESTA DE SATISFACCION AL CLIENTE

Agradecemos nos dedique unos minutos de su tiempo, la información que nos proporcione será muy útil para los empresarios. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación. Por favor responda con honestidad la encuesta. Es muy importante su aporte para nosotros.

Edad: _____ **Genero** _____ **Estrato:** _____ **Ocupación:** _____

1. Consume usted productos de queso y fritos?

SI ☐ NO ☐

2. ¿Con qué frecuencia consume este tipo de productos?

- Una o tres veces a la semana ☐
- Cuatro a cinco días ☐
- Todos los días ☐
- Ocasionalmente en el mes ☐

3. ¿Cuánto tiempo lleva consumiendo los productos de Maria Yuly y Anderson?

- Menos de un mes ☐
- Entre uno y dos meses ☐
- Entre dos a 4 meses ☐

4. ¿Qué grado de importancia le da usted a los siguientes aspectos a la hora de comprar los productos de Maria Yuly y Anderson? utilice la escala de 1 a 4. Utilice 1 Muy importante 2. Importante 3 Poco importante 4. Nada importante

Descripción	Grado de Importancia al comprar
Calidad del producto y/o servicio	
Sabor	
Precio	
Atención al cliente	

Instalaciones	
Avisos, publicidad	
Horario	
Presentación del producto	
Variedad	
Otro ¿Cuál?	

5. **¿Cuál es su grado de satisfacción general con los productos de Maria Yuly y Anderson?**

Completamente satisfecho ☐ Satisfecho ☐ Insatisfecho ☐
Completamente insatisfecho ☐

6. **¿Ha recomendado usted nuestros productos a otras personas?**

SI ☐ NO ☐

7. **¿está usted satisfecho con los tiempos de despacho de su producto?**

Completamente satisfecho ☐ Satisfecho ☐ Insatisfecho ☐
Completamente insatisfecho ☐

8. **¿Comprará los productos de Maria Yuly y Anderson de nuevo?**

SI ☐ NO ☐ Si contesto NO,
¿porqué? _____

9. **¿Ha tenido usted algún problema a la hora de consumir los productos de Maria Yuly y Anderson?**

SI ☐ NO ☐
Cual? _____

10. **Las personas que lo atienden son:**

Descripción	SI	NO
Amable		
Paciente		
Eficiente		
Cortés		

11. ¿Qué producto es el que usted frecuentemente consume en el punto de Maria Yuly y Anderson? Puede marcar varias opciones

- Pandebono ☐
- Buñuelo ☐
- Dedos ☐
- Hojaldras ☐
- Chorizo ☐
- Arepa ☐
- Cafe ☐

12. **Teniendo en cuenta su experiencia con nuestro punto de venta la cantidad de productos que ofrece cubre mis necesidades.**

SI ☐ NO ☐ Si contesto NO,
¿porqué? _____

13. **¿La presentación personal de los empresarios es adecuada?**

SI ☐ NO ☐ Si contesto NO,
¿porqué? _____

14. **¿Cómo se dan cuenta de la presencia de este negocio?**

- Por vecinos, amigos ☐
- Por que vive cerca ☐
- Por que pasó y lo vio ☐
- Otro ¿Cual? _____

15. **¿Que otra variedad de productos le gustaria que ofreciera nuestro negocio?**

- Empanada ☐
- Papa Rellena ☐
- Maduro aborrajado ☐
- Otros ¿Cuales? _____

COMENTARIOS ADICIONALES: _____

ENCUESTA DE SATISFACCION AL CLIENTE

Agradecemos nos dedique unos minutos de su tiempo, la información que nos proporcione será muy útil para los empresarios. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación. Por favor responda con honestidad la encuesta. Es muy importante su aporte para nosotros.

Edad: ____ Estrato: ____ Ocupación: _____ Nivel de estudio: _____

1. Consume usted productos fritos?

SI ☐ NO ☐

2. ¿Con qué frecuencia consume este tipo de productos?

- Una o tres veces a la semana ☐
- Todos los días ☐
- Cuatro a cinco días ☐
- Ocasionalmente en el mes ☐

3. ¿Cuánto tiempo lleva consumiendo los productos de Gloria?

- Menos de un mes ☐
- Entre dos a 4 meses ☐
- Entre uno y dos meses ☐
- Más de 4 meses ☐

4. ¿Qué grado de importancia le da usted a los siguientes aspectos a la hora de comprar los productos de Gloria? utilice la escala de 1 a 4. Utilice 1 Muy importante 2. Importante 3 Poco importante 4. Nada importante

Descripción	Grado de Importancia al comprar
Calidad del producto y/o servicio	
Sabor	
Precio	
Atención al cliente	
Instalaciones	
Avisos, publicidad	
Horario	
Presentación del	

producto	
Variedad	
Otro ¿Cuál?	

5. ¿Cuál es su grado de satisfacción general con los productos de Gloria?

Completamente satisfecho ☐ Satisfecho ☐ Insatisfecho ☐
Completamente insatisfecho ☐

6. En comparación con la competencia, los productos de Gloria son:

Mucho mejor ☐ Mejor ☐ Igual ☐ No lo sé ☐ Peor ☐

7. ¿Ha recomendado usted nuestros productos a otras personas?

SI ☐ NO ☐

8. ¿está usted satisfecho con los tiempos de despacho de su producto?

Completamente satisfecho ☐ Satisfecho ☐ Insatisfecho ☐
Completamente insatisfecho ☐

9. ¿Comprará los productos de Gloria de nuevo?

SI ☐ NO ☐ Si contesto NO,
¿porqué? _____

10. ¿Ha tenido usted algún problema a la hora de consumir los productos de Gloria?

SI ☐ NO ☐
¿Cual? _____

11. Las personas que lo atienden son:

Descripción	SI	NO
Amable		
Paciente		
Eficiente		
Cortés		

12. ¿Qué producto es el que usted frecuentemente consume en el punto de Gloria?
Puede marcar varias opciones

- Masitas ☐
- Hojaldra ☐
- Café ☐
- Otro ☐
¿Cual? _____

13. Teniendo en cuenta su experiencia con nuestro punto de venta la cantidad de productos que ofrece cubre mis necesidades.

SI ☐ NO ☐ Si contesto NO, ¿porqué? _____

14. ¿La presentación personal de los empresarios es adecuada?

SI ☐ NO ☐ Si contesto NO, ¿porqué? _____

15. ¿Cómo se dan cuenta de la presencia de este negocio?

- Por vecinos, amigos ☐
- Por que vive cerca ☐
- Por que pasó y lo vio ☐
- Otro ¿Cual? _____

16. ¿Que otra variedad de productos le gustaria que ofreciera Gloria?

- Empanadas ☐
- Ali papas ☐
- Avena ☐
- Otros ¿Cuales? _____

COMENTARIOS ADICIONALES: _____

		Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal				001	
2. Concepto: 1 3 Actualización de oficio Recibo recibido por la DIAN 				4. Número de formulario: 14202582070 			
5. Número de identificación Tributaria (NIT): 3 1 9 8 5 0 0 8 - 8		8. DV: 8		12. Dirección seccional: Inyectora de Cali		14. Buzón electrónico: 5	
IDENTIFICACIÓN							
24. Tipo de contribuyente: Persona natural o sucesión ilíquida		25. Tipo de documento: Cédula de ciudadanía		26. Número de identificación: 3 1 9 8 5 0 0 8		27. Fecha expedición: 1 9 8 7 0 4 3 0	
28. País: COLOMBIA		29. Departamento: Valle del Cauca		30. Ciudad/Municipio: Cali		31. Primer apellido: JIMENEZ	
32. Segundo apellido: SINISTERRA		33. Primer nombre: GLORIA		34. Otro nombre: DOMINGA		35. Razón social: RESTAURANTE Y ASADERO SAZON PORTEÑO	
UBICACIÓN							
36. País: COLOMBIA		37. Departamento: Valle del Cauca		38. Ciudad/Municipio: Cali		39. Dirección principal: CR 241 85 110	
40. Correo electrónico: 		41. Apellido otro: 		42. Teléfono 1: 		43. Teléfono 2: 	
CLASIFICACIÓN							
Actividad económica				Ocupación			
44. Código: 4 7 2 9		45. Fecha inicio actividad: 2 0 0 8 0 2 2 2		46. Código: 		47. Fecha inicio actividad: 	
48. Código: 		49. Fecha inicio actividad: 		50. Código: 		51. Código: 	
52. Número establecimiento: 		53. Código: 		54. Código: 		55. Código: 	
Responsabilidades, Calidades y Atributos							
56. Código: 1 2							
12- Ventas régimen simplificado							
Usuarios aduaneros				Exportadores			
57. Código: 				58. Forma: 			
59. Tipo: 				60. Servicio: 			
61. Modo: 				62. Tipo: 			
63. CPC: 				64. CPC: 			
Para uso exclusivo de la DIAN							
65. Anexo: SI ☐ NO ☒				66. No. de Folios: 0			
67. Fecha: 2 0 1 2 1 2 2 3				68. Fecha: 2 0 1 2 1 2 2 3			
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponde exactamente a la realidad, por lo anterior, cualquier falsedad o inexactitud en sus incisos podrá ser sancionada. Artículo 148 del Decreto 1471 de Noviembre de 2013 Firma del solicitante:							
Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada: 994. Nombre: MORENO RODRIGUEZ FLOR ALBA 995. Cargo: Gestor II							

ENCUESTA DE SATISFACCION AL CLIENTE-SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA

Agradecemos nos dedique unos minutos de su tiempo, la información que nos proporcione será muy útil para la empresaria. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación. Por favor responda con honestidad la encuesta. Es muy importante su aporte para nosotros.

Edad: ____ **Estrato:** ____ **Ocupación:** ____ **Nivel de estudio:** ____

1. ¿Cuánto tiempo lleva tomando los servicios de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA?

- Menos de un mes ☐
- Entre uno y seis meses ☐
- Entre 6 a 11 meses ☐
- Más de 1 año ☐

2. ¿Con qué frecuencia asiste a recibir el servicio de manicure y pedicure?

- Cada 8 días ☐
- Cada 15 días ☐
- Una vez al mes ☐
- Ocasionalmente ☐

3. ¿Cuál es su grado de satisfacción general con los servicios de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA?

Completamente satisfecho ☐ Satisfecho ☐ Insatisfecho ☐ Completamente insatisfecho ☐ Si está insatisfecho ¿Por qué? _____

4. ¿Ha recomendado usted los servicios de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA a otras personas?

SI ☐ NO ☐

5. ¿Está usted satisfecho con los tiempos de servicio?

Completamente satisfecho ☐ Satisfecho ☐ Insatisfecho ☐ Completamente insatisfecho ☐

6. ¿Qué grado de importancia le da usted a los siguientes aspectos a la hora de recibir los servicios de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA? utilice la escala de 1 a 4. Utilice 1 Muy importante 2. Importante 3 Poco importante 4. Nada importante

Descripción	Grado de Importancia al comprar
Atención al cliente	
Resultados obtenidos	
Precio	
Variedad de servicios	
Decoración y ambiente del lugar	

Avisos, publicidad	
Horario	
Ubicación del lugar	
Higiene	
Otro ¿Cuál?	

7. ¿Tomaría nuestros servicios de nuevo?

SI ☐ NO ☐ Si contesto NO, ¿porqué? _____

8. ¿Ha tenido usted algún problema a la hora de adquirir los servicios de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA?

SI ☐ NO ☐ ¿Cual? _____

9. Las personas que lo atienden son:

Descripción	SI	NO
Amable	☐	☐
Paciente	☐	☐
Eficiente	☐	☐
Cortés	☐	☐
Receptivo a sus necesidades	☐	☐

10. ¿Qué servicio es el que usted frecuentemente en la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA? Puede marcar varias opciones

- Uñas en Gel Manos ☐
- Uñas en Gel Pies ☐
- Extensiones en manos ☐
- Manos con decoración ☐
- Pies con decoración ☐
- Manos sencillas sin decoración ☐
- Pies sencillos sin decoración ☐

11. El servicio que usted toma con regularidad es..

Bueno ☐ Malo ☐ Regular ☐

12. ¿La presentación personal de la propietaria es adecuada?

SI ☐ NO ☐ Si contesto NO, ¿porqué? _____

13. ¿Cómo se dan cuenta de la presencia de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA?

- Por vecinas, amigas ☐
- Porque vive cerca ☐
- Porque pasó y lo vio ☐

14. ¿Encuentra siempre los tonos de esmalte que le gustan?

SI ☐ NO ☐ Si contesto NO,
¿porqué? _____

15. ¿Influye el precio a la hora de tomar los servicios de la SALA DE MANOS Y PIES FRANSHESCA?

SI ☐ NO ☐ Si contesto SI,
¿porqué? _____

COMENTARIOS ADICIONALES: _____

Anexo F Punto de venta Maria Yuly Angulo “LAS DELICIAS A & Y”



Anexo G Punto de venta Gloria Jiménez



Anexo H Punto de venta Ana Francisca Asprilla

