APLICACIÓN DEL MODELO DE ASESORIA Y APOYO EMPRESARIAL DE LA FUNDCACION CARVAJAL A 4 MICROEMPRESAS UBICADAS EN LAS COMUNAS 15 Y 21 DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI.

ELIER RODOLFO MUÑOZ

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
CONTADURÍA PÚBLICA
SANTIAGO DE CALI
2013

APLICACIÓN DEL MODELO DE ASESORIA Y APOYO EMPRESARIAL DE LA FUNDCACION CARVAJAL A 4 MICROEMPRESAS UBICADAS EN LAS COMUNAS 15 Y 21 DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI.

ELIER RODOLFO MUÑOZ

Anteproyecto

Tutora
SANDRA ESPAÑA BASTIDAS

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
CONTADURÍA PÚBLICA
SANTIAGO DE CALI
2013

NOTA DE ACEPTACION:

_____

Firma del presidente del jurado

_____

Firma del jurado

_____

_____

Firma del jurado

Santiago de Cali, 15 de junio del 2013

DEDICATORIA

A Dios, por haberme permitido llegar a este punto y darme la fortaleza para cumplir una de mis más importantes metas.

A mi madre Betty Muñoz por su apoyo infinito, por sus consejos, por su gran amor y apoyo incondicional durante mi camino.

A mi padre Iván Muñoz, por haberme infundido el valor para de salir adelante y por su gran amor.

A mis hermanos Yeison, Sara, Diego y Nashly por acompañarme siempre en cada momento de mi vida y por su amor incondicional.

AGRADECIMIENTOS

A mi alma mater Universidad del Valle, por formarme como un competente profesional de la Contaduría Pública.

A la Fundación Carvajal, por abrirme sus puertas y poder compartir durante este periodo experiencias que me han ayudado a crecer personal y profesionalmente.

A la profesora Sandra España, por su gran apoyo, orientación y paciencia durante este proceso.

A la tutora de la Fundación Carvajal, Carolina Manzano, por su orientación y motivación durante este proceso.

A los empresarios Luz Mery Mafla, Beatriz Camayo, Ana Milena Mendoza e Isidora Mosquera, por brindarme la oportunidad de vivir una experiencia única e inolvidable, por enseñarme luchar día a día por nuestros sueños.

TABLA DE CONTENIDO

Pág.

INTRODUCCIÓN
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA---------- 6
1.1. Definición del problema---------- 6
1.1.1. Antecedentes de investigación---------- 6
1.1.2. Descripción del problema---------- 7
1.1.3. Formulación del problema---------- 8
1.2 OBJETIVOS---------- 9
1.2.1 Objetivo general---------- 9
1.2.2 Objetivos específicos---------- 9
1.3 JUSTIFICACION---------- 10
1.4 DISEÑO METODOLOGICO---------- 11
1.4.1 Tipo de investigación---------- 11
1.4.2 Método de investigación---------- 11
1.4.3 Técnicas de investigación---------- 11
1.4.3.1 Fuentes primarias---------- 11
1.4.3.2 Fuentes secundarias---------- 11

2. MARCO REFERENCIAL---------- 11
2.1. MARCO TEORICO---------- 11
2.1.1. Modelo de la Fundación Carvajal---------- 11
2.1.2. Teorías Administrativas---------- 12
2.1.2.1 La obra de Taylor---------- 12
2.1.2.2 La obra de Fayol---------- 13
2.1.3 Contabilidad---------- 14
2.1.4 Planeación Estratégica---------- 15
2.1.5 Matriz FODA---------- 15
2.1.6 Mercadeo---------- 16
2.1.7 Finanzas---------- 16
2.2 MARCO CONCEPTUAL---------- 17
2.2.1 Pymes en Colombia---------- 17
2.2.2 Tipos de empresa---------- 17
2.2.3 Asesoría---------- 17
2.2.4 Diagnostico---------- 17
2.2.5 Costo---------- 18
2.2.6 Punto de equilibrio---------- 18
2.2.19 Margen de contribución---------- 18
2.2.20 Gasto de administración---------- 18
2.2.21 Contabilidad---------- 18
2.2.22 Balance general---------- 18
2.2.23 Estado de resultados---------- 18
2.2.27 Marketing---------- 18

2.3 MARCO CONTEXTUAL---------- 19
2.3.1 Aspectos demográficos---------- 19
2.3.2 Mapa de la ciudad de Santiago de Cali---------- 20
2.3.3.1 Comuna 15 – Santiago de Cali---------- 20
2.3.3.2 Salud---------- 22
2.3.3.3 Educación---------- 22
2.3.3.4 Pesquería Yimar---------- 23
2.3.3.5 Minitienda Johana---------- 23
2.3.3.6 Variedades AMM---------- 24
2.3.4.1 Comuna 21 – Santiago de Cali---------- 24
2.3.4.2 Salud---------- 26
2.3.4.3 Educación---------- 26
2.3.4.4 Panelas las Caucanitas---------- 26

3. RESULTADOS---------- 27
3.1. PESQUERÍA YIMAR---------- 27
3.1.1. Reseña histórica---------- 27
3.1.2. Acompañamiento – Área de costos---------- 27
3.1.3. Acompañamiento – Área contable y financiera---------- 28
3.1.3.1 Balance inicial---------- 28
3.1.3.2 Razones financieras---------- 29
3.1.3.3 Estados financieros finales---------- 29
3.1.3.4 Variación estados financieros---------- 29
3.1.3.5 Variación razones financieras---------- 30
3.1.4. Acompañamiento – Área de mercadeo---------- 30
3.1.4.1 Encuesta---------- 31
3.1.5. Acompañamiento – Área legal ---------- 31
3.1.6. Acompañamiento – Área administrativa---------- 32
3.1.6.1 Matriz DOFA---------- 32
3.2. PANELAS LAS CAUCANITAS---------- 32
3.2.1. Reseña histórica ---------- 33
3.2.2. Acompañamiento – Área de costos---------- 33
3.2.3. Acompañamiento – Área contable y financiera---------- 34
3.2.3.1 Balance inicial---------- 34
3.2.3.2 Razones financieras---------- 35
3.2.3.3 Estados financieros finales---------- 36
3.2.3.4 Variación estados financieras---------- 37
3.2.3.5 Variación razones financieras---------- 38
3.2.4 Acompañamiento – Área mercadeo---------- 39
3.2.4.1 Encuesta---------- 40
3.2.5. Acompañamiento – Área legal---------- 41
3.2.6. Acompañamiento – Área administrativa---------- 42
3.2.6.1 Matriz DOFA---------- 43

3.3. VARIEDADES AMM----------
3.3.1. Reseña histórica ---------- 33
3.3.2. Acompañamiento – Área de costos----------
3.3.3. Acompañamiento – Área contable y financiera----------
3.3.3.1 Balance inicial---------- 34
3.3.3.2 Razones financieras---------- 35
3.3.3.3 Estados financieros finales---------- 36
3.3.3.4 Variación estados financieras---------- 37
3.3.3.5 Variación razones financieras---------- 38
3.3.4 Acompañamiento – Área mercadeo---------- 39
3.3.4.1 Encuesta---------- 40
3.3.5. Acompañamiento – Área legal---------- 41
3.3.6. Acompañamiento – Área administrativa---------- 42
3.3.6.1 Matriz DOFA---------- 43
3.3.3.1 Balance inicial---------- 34
3.3.3.2 Razones financieras---------- 35
3.3.3.3 Estados financieros finales---------- 36

4. PLAN DE ACCIÓN Y PROPUESTA DE MEJORAMIENTO----------
4.1. PESQUERÍA YIMAR----------
4.1.1. Área de costos----------
4.1.2. Área contable y financiera----------
4.1.3. Área de mercadeo----------
4.1.4. Área legal----------
4.1.5. Área administrativa----------
4.2. PANELAS LAS CAUCANITAS----------
4.2.1. Área de costos----------
4.2.2. Área contable y financiera----------
4.2.3. Área de mercadeo----------
4.2.4. Área legal----------
4.2.5. Área administrativa----------
4.3. VARIEDADES AMM----------
4.3.1. Área de costos----------
4.3.2. Área contable y financiera----------
4.3.3. Área de mercadeo----------
4.3.4. Área legal----------
4.3.5. Área administrativa----------

5. RECOMENDACIONES----------

6. APRENDIZAJES----------

CONCLUSIONES---------- 55

BIBLIOGRAFIA---------- 56

ANEXOS---------- 57

INTRODUCCION

La Fundación Carvajal es una organización sin ánimo de lucro, creada en 1961 con el propósito de promover el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades más necesitadas de Cali y la zona rural del Valle del Cauca, en Colombia.

El distrito de Aguablanca, es uno de los sectores con las condiciones socio-económicas más difíciles en la ciudad de Cali. La Fundación Carvajal, en alianza con entidades públicas y privadas, decidió realizar allí una intervención integral que tiene por objeto mejorar las condiciones sociales, familiares, y de vida de esta comunidad a través de la generación de ingresos, el desarrollo de competencias laborales, de educación y mejoramiento de vivienda y entorno.

La práctica empresarial como modalidad de grado en la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Valle en convenio de la Fundación Carvajal, tiene como finalidad que los estudiantes apliquemos nuestros conocimientos adquiridos durante la carrera y en el diplomado ofrecido por la Fundación Carvajal en microempresas ubicadas en sectores vulnerables de Santiago de Cali, buscando que estos negocios tengan mejores oportunidades en el mercado, que sus propietarios adquieran un conocimiento práctico y técnico que puedan aplicar en sus negocios, pero primordialmente que estos empresarios junto con sus familias mejoren su calidad de vida.

El proceso de asesoría en las microempresas asignadas inicia con la implementación de un diagnóstico de cada microempresa, elaboramos una matriz DOFA donde se ven a la vista las debilidades y fortalezas de cada microempresa, finalmente elaboramos un plan de acción por cada área funcional de las microempresas asignadas y unas estrategias que llevaremos a cabo para mejorar la situación de la empresa en el tiempo estipulado.

El trabajo de campo se desarrollara en el distrito de agua blanca, comunas 15 y 21, las microempresas asignadas son: Pesquería Yimar a cargo Luz Mery Mafla que se encuentra ubicada en el barrio el Retiro, Panelas las Caucanitas a cargo de Beatriz Camayo Ruco que se encuentra ubicada en el barrio Decepaz, Minitienda Johana a cargo de Isidora Mosquera ubicada en el barrio Laureano Gómez y Variedades AMM a cargo de Ana Milena Mendoza ubicada en el barrio Ciudad Córdoba.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DEFINICION DEL PROBLEMA

1.1.1. Antecedentes de investigación. La Fundación Carvajal en convenio con la Universidad del Valle han venido trabajando desde el año 2008 en un proyecto socioeconómico, por medio de la aplicación de un modelo de asesoramiento empresarial a microempresarios de las zonas más vulnerables del Valle del Cauca, entre estos microempresarios encontramos comerciantes, artesanos, tenderos, entre otros.

A continuación mencionamos o referenciamos algunos de los trabajos desarrollados por parte de estudiantes de la Universidad del Valle quienes aplicaron la metodología de fortalecimiento de la Fundación Carvajal.

Aplicación de la metodología de fortalecimiento y emprendimiento empresarial de la Fundación Carvajal y formulación de planes de negocio a participantes pertenecientes al programa de la alta consejería para la reintegración (ACR), ubicados en el distrito de Aguablanca de la ciudad de Santiago de Cali, Colombia (2010)[1]. La autora en este trabajo de investigación trabajo con varios emprendedores de la zona quienes tenían una idea de negocio y con la ayuda de la Fundación Carvajal, estas ideas se podrían llevar a cabo, pero. La autora con la colaboración de los empresarios desarrollo trabajo de costos, mercadeo, aspectos legales, sociales, etc. Con el objetivo de mirar la viabilidad del plan de negocios de cada empresario. Los resultados del proyecto de investigación arrojaron que los negocios eran viables en respuesta de los estudios de costos que se aplicaron y que arrojo que los negocios cubrían sus costos y gastos fijos mensuales.

Implementación de la metodología de la Fundación Carvajal a tres microempresas del programa desarrollo empresarial del Distrito de Aguablanca (barrio el Retiro) - Cali, Colombia[2]. En este trabajo se llevó a cabo mediante la aplicación de la metodología de la Fundación Carvajal a tres microempresas ubicadas en el Distrito de Agua Blanca. El desarrollo del trabajo

[1] VALENCIA GARCIA, Jennifer. Aplicación de la metodología de fortalecimiento y emprendimiento empresarial de la Fundación Carvajal y formulación de planes de acción en participantes pertenecientes al programa de alta consejería para la reintegración (ACR), ubicados en el Distrito de Aguablanca de la ciudad de Santiago de Cali Colombia. Trabajo de grado. Contaduría Pública. Universidad del Valle, 2010.

[2] BETANCOURT MENDOZA, Edisson Eduardo. Implementación de la metodología de la Fundación Carvajal a tres microempresas del programa de desarrollo empresarial del distrito de Aguablanca (barrio el Retiro) – Cali, Colombia. Trabajo de grado. Contaduría Pública. Universidad del Valle, 2009.

inicio con un diagnóstico de todas la áreas de cada microempresa, área de costos, contable y financiera, mercadeo, administrativa, legal, laboral y tributaria. Las microempresas: Misceláneas y Papelería Orquídeas del barrio El Poblado, Rapitienda Pipe del barrio El Poblado y Tienda Liceth del barrio el Vallado.

Práctica empresarial Universidad del Valle Fundación Carvajal asesorías para microempresarios del distrito Aguablanca, Santiago de Cali[3]. Este trabajo de investigación se desarrolló a cuatro tenderos ubicados en el Distrito de Agua Blanca con el objetivo de evaluar la factibilidad de cada negocio y poder ayudar al microempresario a que adopte herramientas técnicas que pueda aplicar a su negocio para su buen funcionamiento. Inicialmente se desarrolló un diagnostico en cada área funcional del negocio para conocer las debilidades y fortalezas de cada área y poder determinar un plan de acción y mejoramiento.

1.1.2. Descripción del problema. En Colombia Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) constituyen la principal fuente de generación de empleo, y son parte fundamental del sistema económico, estimulan la economía y tienen una gran responsabilidad social al intervenir en la disminución de las situaciones de pobreza, subempleo y desempleo. Desgraciadamente es muy poca la atención que se tiene a este sector por parte de las organizaciones del estado y por parte de los privados.

Las pequeñas y medianas empresas colombianas, generan más del 50% del empleo nacional, significan el 36% del valor agregado industrial, el 92% de los establecimientos comerciales y el 40% de la producción total del país, lo cual demuestra su importancia y su gran potencial de crecimiento, sin embargo sus exportaciones son muy bajas tan solo corresponden a no más del 20% del total de las exportaciones[4].

La Mipyme en Colombia necesita tener un acompañamiento especial, ya sea por entidades privadas o públicas que colaboren a fortalecer este sector que representa un gran porcentaje del crecimiento de nuestra economía.

La fundación Carvajal, entidad sin ánimo de lucro que surgió como una propuesta de los líderes del sector privado de Cali, quienes sabían que los problemas sociales son el principal autor de la poca falta de oportunidades. La intervención realizada por la fundación Carvajal tiene que ver con el fortalecimiento de las microempresas ubicadas en los sectores vulnerables del valle del cauca, sectores donde la falta de oportunidades es muy visible. Generación de ingresos es un

[3] OLAVE MESA, Maryuri. Práctica empresarial Universidad del Valle Fundación Carvajal asesorías para microempresarios del distrito Aguablanca, Santiago de Cali. Trabajo de grado. Contaduría Pública. Universidad del Valle, 2009.

[4] ASOPYMES. la importancia de la pymes. [en línea], [Citado 05 de abril del 2013] Disponible en: http://asopymescolombia.org/blog/la-importancia-de-las-pymes/

programa dirigido por la Fundación Carvajal, el cual consiste en un asesoramiento continuo a los microempresarios en las áreas de costos, finanzas y contabilidad, mercadeo, legal y tributaria y administración que servirán como una herramienta practica para que el microempresario aprenda a aplicar en su negocio.

Uno de los principales de las microempresas en las que se realizara el estudio es la falta de organización, sus propietarios no poseen los recursos necesarios para poner en funcionamiento sus negocios, los integrantes de la familia del empresario por lo general dependen de los ingresos del negocio. Es por esta razón que uno de los objetivos a desarrollar es fortalecer todas las áreas de las microempresas y que el microempresario adquiera un conocimiento que pueda aplicar para el buen funcionamiento de su negocio.

1.1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo aplicar el modelo de asesoría y apoyo empresarial de la Fundación Carvajal a 4 microempresas ubicadas en las comunas 15 y 21 de la ciudad de Santiago de Cali?

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Aplicar el modelo de asesoría y apoyo empresarial de la Fundación Carvajal en convenio con la Universidad del Valle a las microempresas Pesquería Yimar, Panelas las Caucanitas, Mini tienda Johana y Variedades AMM ubicadas en las comunas 15 y 21 de la ciudad de Santiago de Cali.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un diagnóstico de cada área funcional de la microempresas, identificando sus fortalezas y debilidades para realizar un plan de acción.

- Realizar una matriz DOFA para cada una de las microempresas identificando las estrategias en cada una de sus áreas.

- Elaborar y establecer un plan de acción y mejoramiento por cada una de las áreas funcionales de las microempresas.

- Presentar a la Universidad del Valle, la Fundación Carvajal y los microempresarios los resultados del proyecto final.

1.3. JUSTIFICACION

El proyecto de investigación mediante el convenio de la Fundación Carvajal y la Universidad del Valle tiene como objetivo fortalecer los conocimientos adquiridos en nuestra carrera, además contribuir con la aplicación de la misión de la Universidad del Valle, contribuyendo con el desarrollo social de nuestro país.

Para la Universidad del Valle y la Fundación Carvajal es muy importante el desarrollo de este trabajo, ya que son dos entidades comprometidas en la búsqueda de soluciones a los problemas sociales que aquejan nuestra región y buscan que los estudiantes conozcamos la realidad social de nuestro país y demos cuenta de la pobreza y la falta de oportunidades que se viven en las zonas vulnerables del valle del cauca, pero lo más importante contribuir con el mejoramiento de la calidad de vida de estas personas que ven un futuro en sus negocios.

Desde el punto de vista personal, el desarrollo de este trabajo es de vital importancia, ya que es un requisito para obtener el título como Contador Público Profesional en la Universidad del Valle, además aplicare todos los conocimientos que adquirí durante la carrea y en el diplomado que dicto la Fundación Carvajal, pero lo más importante es que aportara en el desarrollo personal y social en mi vida, gracias al trabajo conjunto que se realiza en el sector y con los empresarios.

Para los microempresarios, quienes serán los principales beneficiados, será muy importante el desarrollo de este trabajo, ya que podrán adquirir herramientas y conocimientos que podrán aplicar en cada uno de sus negocios. De esta manera día a día serán más competitivos en su sector y generar mejores condiciones de vida en sus familias.

1.4. DISEÑO METODOLOGICO

1.4.1. Tipo de investigación. El tipo de investigación utilizado para el desarrollo del trabajo será la investigación descriptiva, ya que este enfoque nos permite medir aspectos muy precisos y seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio. La investigación descriptiva nos permitirá conocer los resultados del trabajo de campo que se realizara a las microempresas, además conocer de manera general las costumbres y actitudes de cada microempresario, esto a través del diagnóstico que nos indica las debilidades y fortalezas de cada área funcional de las empresas.

1.4.2. Método de la investigación. El método utilizado para la realización del trabajo es el inductivo, que obtiene proposiciones generales, a partir de la observación de hechos particulares. Este método nos permite ir de lo particular a lo general en el estudio de cada microempresa, para esto realizaremos en nuestro trabajo de campo una matriz DOFA que nos permita conocer la situación general de cada microempresa.

1.4.3. Técnicas de investigación. En el trabajo de investigación acudiremos a varias fuentes de información, fuentes de información primarias y fuentes de información secundarias.

1.4.3.1. Fuentes de información primarias. Información directa que recolectamos los asesores mediante la observación, como lo son las entrevistas, documentación que tiene almacenado el empresario, asesorías o trabajo de campo que se hacen directamente en la microempresa, encuestas a los clientes, lo cual nos ayuda a conocer el funcionamiento de la empresa y su relación con el entorno.

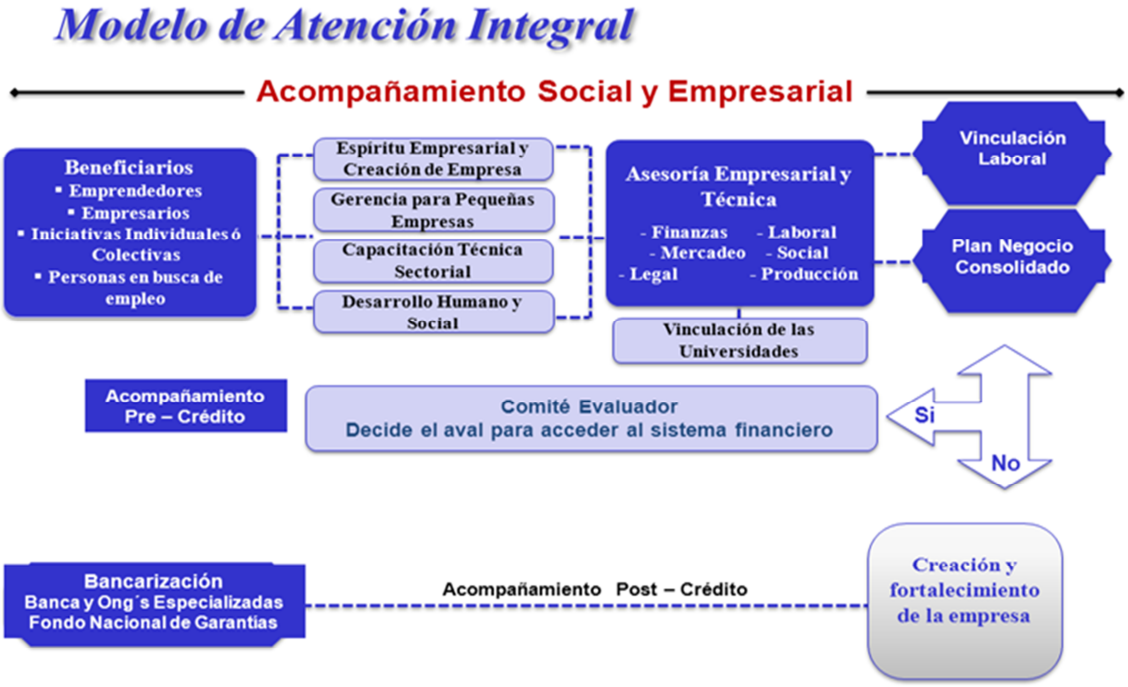
1.4.3.2. Fuentes de información secundarias. Las fuentes de información secundaria son las tesis o trabajos de grado que hayan sido objeto de análisis y evaluación, revistas, periódicos e información suministrada por la Fundación Carvajal.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEORICO

2.1.1. Modelo de la fundación Carvajal. El modelo de atención integral de la fundación Carvajal tiene como fin realizar asesorías empresariales en las áreas de finanzas, laboral, mercadeo, social, legal y producción a empresarios y emprendedores, con el objetivo de que estas personas puedan mejorar la calidad de vida y la de sus familias, proceso que se lleva a cabo mediante la generación de ingresos en cada una de las microempresas.

Estos programas que brinda la Fundación Carvajal permite que los empresarios adopten herramientas para que las familias de los sectores más vulnerables de Valle del Cauca puedan generar ingresos y así contribuir a romper sus trampas de pobreza y salir adelante por sus propios medios, a través de un modelo de atención integral de formación y acompañamiento.



Fuente: Diplomado Fundación Carvajal

A través de diferentes estrategias se busca mejorar las capacidades locales, la productividad, la competitividad y la inserción en el mercado laboral de las personas y el micro y pequeñas empresas urbanas y rurales. Los programas que se desarrollan en esta línea están dirigidos a brindar herramientas para que las familias puedan generar ingresos y así contribuir a romper sus trampas de

pobreza y salir adelante por sus propios medios, a través de un modelo de atención integral de formación y acompañamiento.

2.1.2. Teorías administrativas

2.1.2.1. La obra de Taylor. Frederick Winslow Taylor (1856-1915), fundador de la administración científica, nació en Filadelfia, Estados Unidos.

Para Taylor el tipo de organización por excelencia es la organización funcional. "la administración funcional consiste en dividir el trabajo de manera que cada hombre, desde el asistente hasta el superintendente, tengan que ejecutar la menor variedad posible de funciones. Siempre que sea posible, el trabajo de cada empleado deberá limitarse a la ejecución de una sola función". Según Taylor, "la característica más sobresaliente y visible de la administración funcional es el hecho que cada operario, en vez de estar en contacto directo con la administración en un único punto, por intermedio de su jefe de grupo, recibe orientación y ordenes diarias de ocho encargados diferentes, cada uno de los cuales desempeña su propia función".

Principio de la administración científica según Taylor:

1. *Principio de planeación*: sustituir el criterio individual, la improvisación y la actuación empírica 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 produje más, en concordancia con el método planeado. Disponer y distribuir racionalmente las máquinas y los equipos de producción.
3. *Principio de control:* controlar el trabajo para cerciorarse de que está ejecutándose de acuerdo a 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[5].

Taylor dividió cada tarea, trabajo y proceso en sus elementos más importantes. Con la ayuda de un reloj, cronometro y obtuvo métodos ideales de trabajo, se basó en el perfeccionamiento de los mejores elementos humanos del proceso. Busco suprimir movimientos equivocados, lentos e inútiles.

[5] CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la teoría general de la administración. 7 ed. México D.F. McGraw-Hill, 2007. 56p.

2.1.2.2. La obra de Fayol. Henry Fayol (1841-1925), creador de la teoría clásica, nació en Constantinopla y falleció en Paris.

Fayol se distingue de Taylor por darle más importancia a la dirección de los negocios en forma integral, que exclusivamente a las operaciones. Percibió muy temprano que todas las tareas deben estar debidamente planificadas, organizadas, dirigidas, coordinadas y controladas desde la dirección general.

Seis funciones básicas que debe cumplir toda empresa:

1. *Funciones técnicas:* relacionadas con la producción de bienes y servicios de la empresa.
2. *Funciones comerciales:* relacionadas con la compra, la venta o el intercambio.
3. *Funciones financieras:* relacionada con la búsqueda y gestión de capitales.
4. *Funciones de seguridad:* relacionadas con la producción y preservación de los bienes y las personas.
5. *Funciones contables:* relacionadas con los inventarios, los registros, los balances, los costos y las estadísticas.
6. *Funciones administrativas:* relacionadas con la integración de las otras cinco funciones. Las funciones administrativas coordinan, sincronizan las demás funciones de la empresa que están siempre por encima de ellas.

El concepto administrativo de Fayol define el acto de administrar como planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. Las funciones administrativas abarcan los elementos de la administración, es decir, las funciones del administrador.

1. *Planeación*: avizorar el futuro y trazar el programa de acción
2. *Organización*: construir las estructuras material y social de la empresa.
3. *Dirección*: guiar y orientar al personal.
4. *Coordinación*: enlazar, unir y armonizar todos los actos y esfuerzos colectivos.
5. *Control*: verificar que todo suceda de acuerdo a las reglas establecidas y las órdenes dadas.

Estos elementos de la administración, que constituyen el llamado proceso administrativo, se hallan presentes en cualquier actividad del administrador y en cualquier nivel o área de actividad de la empresa. En otras palabra, el director, el gerente, el jefe, el supervisor, el capataz o el encargado (cada quien en su nivel) desempeñan actividades de planeación, organización, dirección, coordinación y control, puesto que son actividades administrativas fundamentales.

2.1.3. Contabilidad. La Asociación Americana de Contadores públicos (American Accounting Association), define la Teoría contable como un conjunto cohesivo de proposiciones conceptuales hipotéticas y pragmáticas que explican y orientan la

acción del contador en la identificación, medición y comunicación de información económica", es decir, trata de explicar y predecir los fenómenos que se presentan en la práctica contable.

Para lograr la correcta administración de una empresa es imprescindible contar con un adecuado sistema de información que permita tomar decisiones acertadas y en el momento preciso. De este sistema de información forma parte el *sistema contable*, que tiene como objetivo la captación y procesamiento de datos que permitan alcanzar los objetivos y fines de la contabilidad[6].

2.1.4. Planeación estratégica. Es un proceso que mantiene unido al equipo directivo para traducir la misión, visión y estrategias en resultados tangible; 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. Este proceso inicia con el establecimiento de metas organizacionales, define estrategias y políticas para lograrlas y desarrolla planes detallados para asegurar la implantación de las estrategias para obtener los fines que se buscan[7].

Los pasos para hacer una planeación estratégica en una empresa son:

- Identificar la misión actual, objetivos y estrategias actuales
- Realizar un diagnóstico con el objeto de identificar amenazas y oportunidades del medio ambiente externo y detectar loa puntos débiles y fuertes del medio ambiente de la organización.
- Determinar alternativas, estrategias de solución a los problemas encontrados en el medio ambiente interno y externo de la organización.
- Seleccionar las estrategias específicas para cada una de las categorías seleccionadas.
- Seleccionar la estrategia genérica de la organización.
- Proponer la misión operativa (desde el punto de vista productivo) y la misión estratégica (desde el punto de vista de la mercadotecnia)[8].

2.1.5. Matriz FODA. Este análisis permite una rápida apreciación de la situación del medio ambiente interno y externo de una organización. La sigla FODA significa: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Análisis de ambiente externo: oportunidades y amenazas

[6] VAZQUEZ, Roberto. Principios de teoría contable. 1 ed. Argentina 2008. 40p.
[7] ORTEGA CASTRO, L. AFLONSO. Planeación financiera estratégica. 1 ed. México D.F. McGraw-Hill, 2008. 27p.
[8] CASTRO CORRALES, CARMEN. Mercadotecnia. 1 ed. México D.F. Editorial universitaria potosina, 1997. 50p.

El contexto de una empresa debe ser analizado continuamente para visualizar con anticipación las oportunidades y amenazas que pueden presentarse en el futuro. Es recomendable que sean identificadas a tiempo, para poder responder eficientemente ante las mismas.

- *Oportunidades:* futuras acciones de los actores que forman parte del entorno, que podrían brindar un beneficio para la organización si son detectadas a tiempo y aprovechadas oportunamente.
- *Amenazas:* son las acciones potenciales de los actores del entorno cuyo efecto podría resultar perjudicial para el normal desempeño para la organización.

Análisis de ambiente externo: fortalezas y debilidades

El análisis FODA también permite estudiar la organización puertas adentro y distinguir las fortalezas y debilidades que presenta en relación con la competencia. Las fortalezas y debilidades son las características de la organización en su ambiente interno.

- *Fortalezas:* son aquellos aspectos de la organización que le otorgan una ventaja porque le ofrecen mayores beneficios con respecto a su competencia.
- *Debilidades:* son las características de la organización que representan una desventaja en relación con la competencia[9].

Mercadeo. El mercadeo es una función organizacional y un conjunto de procesos para crear, comunicar y brindar valor a los clientes y para gestionar las relaciones con los clientes en forma que beneficien a la organización y a sus interesados.
Philip Kotler, padre del Marketing, lo define como el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios.

Finanzas. La teoría de las finanzas consta de un grupo de conceptos que ayudan a organizar la forma de organizar recursos a través del tiempo, así como de un conjunto de modelos cuantitativos que auxilian en la evaluación de alternativas, la toma de decisiones y la puesta en práctica de la misma. Los mismos conceptos básicos y modelos cuantitativos se aplican a todos los niveles de la toma de decisiones, desde la decisión de arrendar un auto, hasta la del director financiero de una compañía importante de ingresar al negocio de las telecomunicaciones o la del Banco Mundial acerca de cuáles proyectos de desarrollo debe financiar.

[9] BOLAND, LUCRECIA. Funciones de la administración – Teoría y práctica.. 1 ed. Argentina. Editorial de la Universidad del Sur, 2007. 57p.

Un principio básico de las finanzas establece que la función primordial del sistema es satisfacer las preferencias de consumo de la gente, incluyendo todas las necesidades básicas de la vida, entre ellas la alimentación, el vestido y la vivienda. Las organizaciones económicas, como las empresas y los gobiernos, tienen el propósito de facilitar el logro de esta función primordial[10].

[10] MERTON, Robert. Finanzas. 1 ed. México D.F. 1999. 2p.

2.2. MARCO CONCEPTUAL

A continuación se describen algunos conceptos importantes que se deben tener en cuenta al desarrollar el trabajo de investigación.

2.2.1. En Colombia, según la Ley 590 del 2000, las PYMES se clasifican:

- Mediana empresa: Personal entre 51 y 200 trabajadores. Activos totales por valor entre 100.000 a 610.000 UVT.
- Pequeña Empresa: Personal entre 11 y 50 trabajadores. Activos totales mayores a 501 y menores a 5.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- Microempresa: Personal no superior a 10 trabajadores. Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

2.2.2. Tipos de empresas:

- Microempresas de subsistencia: son las más pequeñas e inestables, y poseen poco o ningún capital operativo. Los excedentes que generan no permiten la acumulación de capital y muchas veces no cubren ni siguiera las necesidades básicas de sus integrantes. Sus actividades son marginales, y motivadas por el instinto de conservación.
- Microempresas en expansión: son aquellas que generan excedentes que cubren los gastos básicos y permiten mantener la producción y reparar los equipos existentes.
- Microempresas de acumulación ampliada: son aquellas que generan excedentes que les permiten acumular capital[11].

2.2.3. Asesoría. Es un programa de desarrollo microempresarial en el cual se debe tener como principal objetivo el fortalecimiento de las unidades microempresariales, conservando su capacidad de generar empleo, mejorando y su productividad y su situación en el mercado, haciéndolas microempresas estables y dinámicas, con capacidad real de acumulación[12].

2.2.4. Diagnóstico. Consiste en recoger información sobre el funcionamiento de la empresa en toda y cada una de sus áreas, organizarla de tal manera, que pueda servir de base para un análisis global de su situación y para formulación de un plan de acción[13].

[11] DIPLOMADO ASESORAMIENTO EMPRESARIA. contexto de las Mipymes en Colombia, febrero 2013.
[12] FUNDACIÓN CARVAJAL. manual del asesor. primera parte, 2010. 70p.
[13] FUNDACIÓN CARVAJAL. manual del asesor. primera parte, 2010. 70p.

2.2.5. Costo. Los costos son las inversiones que se realizan con la expectativa de obtener beneficios presentes y futuros. Por lo tanto reconocer los costos de una actividad es reconocer el monto de la inversión realizada[14].

2.2.6. Punto de equilibrio. Es el número de unidades que debe vender una compañía para salir a mano-ni obtener utilidad, ni incurrir en pérdidas[15].

2.2.7. Margen de contribución. Mide la cantidad que cada unidad vendida aporta para cubrir los costos fijos y aumentar la utilidad.[16]

2.2.8. Gastos de administración. Son los gastos en que incurre una empresa para su funcionamiento administrativo, organizacional y gerencial[17].

2.2.9. Contabilidad. Es un medio de revelación financiera que facilita la comprensión de la situación económica de un ente a una fecha determinada, la que debe, en la medida de lo posible, permitir un registro en forma sistemática y estructurada de las operaciones realizadas, con el fin de producir informes que, analizados e interpretados, permitan planear, controlar, y tomar decisiones sobre la actividad de la empresa[18].

2.2.10. Balance general. Comprende el resumen de la información contable de la empresa para dar a conocer razonablemente la situación financiera de una fecha determinada, debidamente revelada en Activos, Pasivos y Patrimonio[19].

2.2.11. Estado de resultados. Es un informe en el cual la sumatoria de los ingresos, los costos y gastos debidamente asociados, arrojan el resultado del periodo, con lo cual se podrá concluir si la empresa obtuvo utilidades o pérdidas[20].

2.2.12. Marketing. El marketing, más que ninguna otra función de negocios, se ocupa de los clientes. Marketing es la entrega de satisfacción a los clientes obteniendo una utilidad. La meta doble del marketing es atraer nuevos clientes al promover un valor superior y conservar y aumentar a los clientes actuales mediante la entrega de satisfacción[21].

---

[14] RINCON S, Carlos Augusto. VILLARREAL VASQUEZ, Fernando. COSTOS, decisiones empresariales. 1 ed. ECOE ediciones. Bogotá (Colombia, 2010. 13p.
[15] JIAMBALVO, James. Contabilidad Administrativa. 1 Ed. México D.C. Limusa, 2003. 23p.
[16] Ibíd., p. 23.
[17] GALINDO RUIZ, Carlos Julio. Manual para la creación de empresas, guía de planes de negocio. 2ed. Bogotá, 2006. 133p.
[18] MONNTAÑO OROZCO, Edilberto. Contabilidad y Legislación: Control, Valuación y Revelaciones. 3 ed. Colombia. Santiago de Cali, 2011. 75p.
[19] Ibíd., p. 87.
[20] Ibíd., p. 88.
[21] KOTLER, Philip. ARMSTRONG, Gary. Fundamentos de marketing. 6 ed. 4p.

2.3. MARCO CONTEXTUAL

2.3.1. Aspectos demográficos. El distrito de Agua Blanca está ubicado en el oriente de la ciudad de Cali, en el departamento del Valle Del Cauca. Cuenta con alrededor de 1.200.000 habitantes los cuales están distribuidos en 4 comunas, La comuna 13 (la más grande compuesta por 23 barrios), la comuna 14 (compuesta por 10 barrios) la comuna 15 (compuesta por 7 barrios) y la comuna 21, distribuidas en una zona de 5.600 hectáreas que ocupan un 30% de la población caleña.

Los habitantes de esta comuna están asentados en invasiones debido a que fueron desplazados con sus familias, por la violencia que se vivía en el año 1960 en algunos departamentos como el Choco, Nariño, Cauca, Huila. La mayoría de los habitantes son inmigrantes que fueron urbanizando masivamente el sector, ya que no cuentan con un diseño urbanístico[22].

Desde la década de los 80, la Fundación Carvajal dedica su esfuerzo a contribuir con el desarrollo social y económico en zonas vulnerables del distrito de Aguablanca, implementando proyectos destinados a mejorar la calidad de vida de las familias, creando oportunidades de generación de ingresos, mejorando la calidad de la oferta educativa, procurando vivienda digna y estimulando la dinámica familiar, entre otros programas.

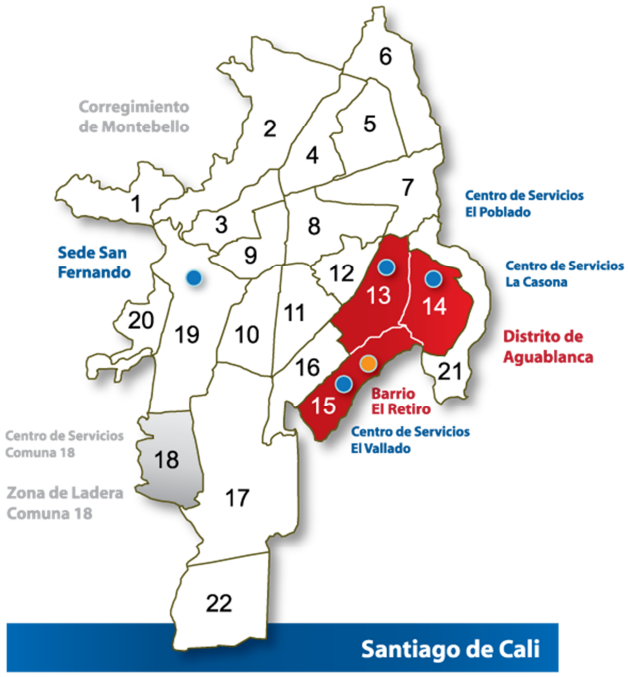
La Fundación trabaja desde hace más de 20 años en el Distrito de Aguablanca.

En 1962, la Fundación Carvajal decide acoger la propuesta de la Iglesia Católica para ayudar a los más necesitados. Con base en esto, inicia la construcción, dotación, administración y financiación de cinco centros parroquiales: San Juan Bautista (barrio El Guabal, comuna 10), Santiago Apóstol (barrio La Fortaleza, comuna 11), San Pedro Claver (bario La Independencia, comuna 11), Nuestra Señora de la Asunción (barrio Andrés Sanín, comuna 7) y San Joaquín (barrio Mariano Ramos, comuna 16). A través de estos Centros Parroquiales, se brindaba a la comunidad la atención necesaria para satisfacer sus necesidades básicas.

Luego de 20 años de asistencialismo en la ciudad de Cali, la Fundación Carvajal ve la necesidad de atender otras zonas de prioridad social: el Distrito de Aguablanca. Es así como en 1982, se traslada a esta parte de la ciudad, con una estrategia basada en el empoderamiento de los procesos que se implementarían. Se ponen en funcionamiento tres Centros de Servicios Básicos Comunitarios (ubicados en los barrios El Poblado, comuna 13; La Casona, comuna 14; y El Vallado, comuna 15) en los que tienen acceso a bienes y servicios, así como a varios de los programas de la Fundación Carvajal.

[22] COMUNA 15, Población, [en línea], [Citado 09 de abril del 2013]. Disponible en: http://aportescomunicacion.blogspot.com/

2.3.2. Mapa de la ciudad de Santiago de Cali. En el mapa se ubican las comunas que conforman el Distrito de Aguablanca en Cali (Comunas 13, 14 y 15). Igualmente, se ubican los tres Centros de Servicios que operan en la zona, en El Poblado, La Casona y El Vallado. Por último, se ubica el barrio El Retiro, foco de intervención de la Fundación Carvajal desde el año 2007[23].



Las microempresas se encuentran ubicadas en las comunas 15 y 21 del distrito de agua blanca.

2.3.3.1 Comuna 15 – Santiago de Cali. La Comuna 15 se ubica al Suroriente de la ciudad y constituye uno de los asentamientos más recientes de Cali iniciado en 1980 y años posteriores.

Como muchos de los barrios y comunas del sector oriental de Cali, la Comuna 15 fue formada principalmente por procesos de invasión y urbanizaciones ilegales con población proveniente de otros sitios de la ciudad, desplazados del campo, o de la Costa Pacífica después del terremoto de 1979.

Dentro de la Comuna persisten hoy varios sectores de invasión en sectores de El Retiro, Mojica, Comuneros y El Vallado. Vecino al sector se tiene proyectado

[23] FUNDACION CARVAJAL, zonas, distrito de agua blanca, [en línea], [Citado 09 de abril del 2013]. Disponible en: http://www.fundacioncarvajal.org.co/sitio/index.php?option=com_k2&view=item&id=47:distrito-de-aguablanca&Itemid=4&lang=es

desarrollar un gran proyecto urbanístico de Ciudadela Decepaz "Poligonal E" que albergaría unas 22.000 familias.

El entorno construido tiene una expresión variada que corresponde a los tres estratos socioeconómicos (I, II y III) presentes. No obstante, la heterogeneidad y la presencia de canales de aguas residuales abiertos generan un gran impacto negativo generalizado en la calidad ambiental.

En términos generales, podemos decir que la compatibilidad ecológica del asentamiento es relativamente baja, tanto por las características de inestabilidad de los suelos, más marcada en algunos sectores, como por la presencia de canales de aguas residuales abiertas y zonas pantanosas vecinas, que se constituyen en verdaderos focos de proliferación de vectores físicos como biológicos.

La suficiente infraestructura de servicios públicos es el factor más sobresaliente en la etiología de los problemas ambientales en esta Comuna.

La comuna está localizada en la parte oriental del Municipio de Santiago de Cali, teniendo como límites:

- Al sur la Carrera 50
- Al oriente el área rural, corregimiento de Navarro
- Al Norte la comuna 14 en la Carrera 28
- Al occidente las Comunas 16 y 13 en la Calle 48.

Los barrios o sectores que conforman la Comuna 15 son:

- Ciudad Córdoba
- Bajos de Ciudad Córdoba (Sector en proyecto de Urbanización)
- El Vallado
- El Retiro
- Laureano Gómez
- Comuneros I
- Mojica

De los 7 asentamientos que conforman esta Comuna, 3 (El Retiro, Comuneros I y Laureano Gómez) se iniciaron como invasiones piratas, sin cumplir con los requisitos legales, con lo cual el Gobierno Municipal se vio obligado a hacer grandes inversiones en infraestructura de servicios públicos para adecuar un área que por sus características nunca debió haberse urbanizado. Estos tres asentamientos fueron elevados a la categoría de barrios desde el año de 1982 (El Retiro y Comuneros I) y en 1985 (Laureano Gómez).

El índice de desempleo antes de la actual crisis (17%) era, según el informe Cali en cifras por comunas, uno de los más altos de la ciudad. La población económicamente activa (P.E.A) para la Comuna 15 era antes de la crisis actual de 40.510 personas. El índice de desempleo era del 10.23% mientras el promedio de la ciudad de Cali era del 7.0%.

La tasa de ocupación es del 89.77%, mucho menor que el índice de ocupación promedio de la ciudad (92.04%). Según ese reporte un 65% corresponde a trabajadores independientes, el 27.97% son empleados y el resto son obreros; indicando que la mayor parte de la población trabajadora se dedica a labores independientes tales como el comercio, el servicio doméstico y la economía informal o "el rebusque".

Esta comuna constituye el sector más densamente poblado de la Ciudad (360.73 hab/ha) y algunos de sus barrios como Laureano Gómez y El Vallado alcanzan cifras de 562.2 hab/ha y 406.7 hab/ha respectivamente[24].

2.3.3.2. Salud[25]:

La comuna cuenta actualmente con:

- 5 puestos de salud de atención básica
- Un centro de salud de atención primaria
- Un centro hospital "Carlos Holmes Trujillo" que aunque no pertenece a esta Comuna está comprendido dentro del Silos 5 al cual se asimila.

2.3.3.3 Educación[26]:

La comuna cuenta con 58 centros educativos, que resultan insuficientes para atender la alta demanda proveniente de una población de bajos recursos.

- El número de establecimientos para educación preescolar en la Comuna es de 31
- Para educación primaria 20
- Para secundaria 6
- Para un total de 12.456 alumnos matriculados.
- La modalidad académica presenta la mayor población educativa con un número de 9.096 alumnos.

[24] ALCALDIA DE SANTIAGO DE CALI, comuna 15, [en línea], [Citado 09 de abril del 2013]. Disponible en: http://www.cali.gov.co/publico2/gobierno/dagmaweb/comuna15.htm

[25] ALCALDIA DE SANTIAGO DE CALI, comuna 15, [en línea], [Citado 09 de abril del 2013]. Disponible en: http://www.cali.gov.co/publico2/gobierno/dagmaweb/comuna15.htm.

[26] ALCALDIA DE SANTIAGO DE CALI, comuna 15, [en línea], [Citado 09 de abril del 2013]. Disponible en: http://www.cali.gov.co/publico2/gobierno/dagmaweb/comuna15.htm.

De acuerdo con el censo económico de 2005, 3,6% de las unidades económicas de la ciudad se encontraba en esta comuna, de las cuales 69,9% pertenecen al sector comercio, 19,8% al sector servicios y 10,3% a industria. Esta composición es similar a la del total de la ciudad donde el comercio predomina, representando el 60,4% de todas las unidades económicas de la ciudad. Así, está comuna presenta una vocación hacia el comercio[27].

Las microempresas ubicadas en la comuna 15 son las siguientes:

- Pesquería Yimar, ubicada en el barrio El Retiro, a cargo de la señora Luz Mery Mafla.
- Minitienda Johana, ubicada en el barrio Laureano Gómez, a cargo de la señora Isidora Mosquera.
- Variedades AMM, ubicada en el barrio Ciudad Córdoba, a cargo de la señora Ana Milena Mendoza.

2.3.3.4 Pesquería Yimar. Esta microempresa está a cargo de la señora Luz Mery Mafla, tiene 44 años de edad, actualmente vive con sus tres hijos y sus tres nietos, la familia depende económicamente del negocio. Inicio su proceso como empresaria con el apoyo de la Fundación Carvajal, quien le hizo un préstamo para que iniciara con su proyecto de creación de empresa. Hoy en día el negocio de la venta de pescado y productos de la canasta familiar es de propiedad de la señora Luz Mery, pero su familia está al pendiente del manejo del negocio cuando se necesite. La empresaria no tiene ningún nivel de escolaridad, pero sus ganas de aprender son muy grandes, la empresaria es muy responsable, solidaria y sobre todo emprendedora.

2.3.3.5 Minitienda Johana. Esta microempresa está a cargo de la señora Isidora Mosquera, tiene 59 años de edad, actualmente vive con sus tres hijos, su ex esposo, un nieto y un hermano, la familia no depende económicamente del negocio. Inicio su proceso como empresaria en 1992 con el apoyo de la Fundación Carvajal, con un préstamo que adquirió en esta entidad inicio las actividades de su negocio, inicialmente como una tienda, pero con el tiempo se convirtió en una licorera, venta de bebidas alcohólicas. La empresaria realizo sus estudios hasta el bachillerato, es un persona amable, solidaria y emprendedora.

2.3.3.6 Variedades AMM. Esta microempresa está a cargo de la señora Ana Milena Mendoza, tiene 42 años de edad, actualmente vive con su esposo y su hijo, la dirección del negocio está a cargo de Ana Milena y su esposo Joaquín, su familia depende económicamente del negocio y de otros ingresos derivados como el arriendo del segundo piso de su casa y aportes de familiares. Inicio sus

[27] ALONSO C, Julio César., ARCOS, Mauricio Alejandro., SOLANO, Julieth Alejandra., VERA LLANOS, Rocío., GALLEGO, Ana Isabel., una mirada descriptiva a las comunas de Cali, Universidad ICESI, 2007.

actividades como empresaria en el año 2006 cuando decidió crear su miscelánea en un local de su casa. Ana Milena es una persona amable, solidaria, con muchas ganas de aprender cosas nuevas cada día y sobre todo una persona emprendedora.

2.3.4.1 Comuna 21 – Santiago de Cali. La comuna 21 se encuentra en el oriente de la ciudad. Delimita por el sur con el corregimiento de Navarro, por el oriente y nororiente con el límite del perímetro urbano de la ciudad. Al nor-occidente, linda con la comuna 13, al norte con la comuna 7, y al occidente con la comuna 14. (Ver Mapa 1-1). La comuna 21 cubre el 4% del área total del municipio de Santiago Cali con 482,9 hectáreas, que en términos comparativos, corresponde al 88% del área promedio por comuna de la capital[28]. La comuna 21 está compuesta por ocho barrios y seis urbanizaciones y sectores (ver Tabla 1-1). Comparativamente, esta comuna tiene el 3,3% de los barrios de la ciudad. Las urbanizaciones y sectores de esta comuna corresponden al 6,7% del total. Por otro lado, esta comuna posee 955 manzanas, es decir el 6,9% del total de manzanas en la ciudad.

Código	**Barrio, urbanización o sector**
2101	Pizamos I
2102	Pizamos II
2103	Calimio Desepaz
2104	El Remanso
2105	Los Lideres
2106	Desepaz Invicali
2107	Compartir
2108	Ciudad Talanga
2194	Villamercedes I- Villa Luz- Las Garzas
2195	Pízamos III- Las Dalias
2196	Potrero Grande
2197	Ciudadela del Río -CVC
2198	Valle Grande
2199	Planta de tratamiento

Fuente: Departamento Administrativo de Planeación Municipal

[28] MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI, plan de desarrollo 2008-2011 comuna 21. 3p.

Esta comuna cuenta con 18.858 predios construidos, y representa el 4% del total de la ciudad. Está conformada por 22.161 viviendas, lo cual corresponde al 4,4% del total de viviendas de la capital vallecaucana. Así, el número de viviendas por hectárea es 45,9 cifra superior a la densidad de viviendas para el total de la ciudad que es de 41,6 viviendas por hectárea.

En cuanto a población, en esta comuna habita el 4,5% del total de la ciudad, es decir 92.170 habitantes, de los cuales el 47,8% son hombres (44.057) y el 52,2% restante mujeres (48.113). Esta distribución de la población por género es similar al que se presenta para el consolidado de Cali (47,1% son hombres y el 52,9 mujeres). El número de habitantes por hectárea –densidad bruta- es de 190,9 cifra superior a la densidad bruta para Cali (168,7).

Por otro lado, la composición étnica de la población de esta comuna difiere ligeramente de la de toda la ciudad. Mientras que en esta comuna el 44,7% de sus habitantes se reconocen como afrocolombianos o afrodescendientes, en la ciudad este porcentaje alcanza el 26,2%. Por otro lado, la participación de la población indígena es del 0,4% de la población total, porcentaje parecido al del total de la ciudad (0,5%)[29].

De acuerdo con el Censo Económico de 2005, 2,5% de las unidades económicas de la ciudad se encontraban en esta comuna, de las cuales 67,7% pertenecen al sector comercio, 25,3% al sector servicios y 7,1% a industria. Esta composición es similar al total de la ciudad donde el comercio predomina, representando el 60,4% de todas las unidades económicas de la ciudad[30].

Para esta comuna encontramos que el 51,5% de los puestos de trabajo generados corresponde al sector servicios, mientras que para el total de la ciudad el sector genera únicamente el 47% de los puestos de trabajo. Vale la pena resaltar, que solo el 25,3% de los establecimientos de éste sector son de servicios. En cuanto al comercio, el 67,7% de los establecimientos son de éste tipo, pero solo generan el 43% de los empleos.

De esas unidades económicas, el 98,3% corresponde a micro empresas, 1,3% a pequeñas, 0,3% a medianas y tan solo el 0,1% son empresas grandes (Las empresas fueron clasificadas según el número de empleados). Por otro lado, si se emplea el pago de para-fiscales como una medida de la formalidad de la unidad económica, encontramos que en esta comuna el 6% de las unidades económicas son informales[31].

[29] MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI, plan de desarrollo 2008-2011 comuna 21. 4p.
[30] ALONSO C., Julio Cesar. Una mirada descriptiva a las comunas de Cali. Cali, 2007. 9p.
[31] MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI, plan de desarrollo 2008-2011 comuna 21. 12p.

2.3.4.2 Salud[32]**:** La comuna 21 no posee hospitales ni clínicas. Cuenta con un puesto y un centro de salud equivalentes al 2% de los puestos de salud de la ciudad, y el 2% de los centros de salud. Ésta comuna posee aproximadamente un puesto de salud y un centro de salud por cada 100.000 habitantes. En general, posee alrededor de dos establecimientos que presten atención médica por cada 100.000 habitantes, cifra preocupante si se tiene en cuenta que en promedio, en la ciudad, hay siete establecimientos por cada 100.000 habitantes, entre ellos, dos puestos de salud y tres centros de salud. Lo anterior es muestra de un problema de infraestructura en salud al que debe prestarse atención por sus implicaciones en la calidad de vida y salud de los habitantes de la comuna.

2.3.4.3 Educación[33]**:** En la comuna 21 asistían, para 2005, un total de 22.520 estudiantes matriculados a 133 establecimientos educativos. De este total, se encontraban matriculados en el nivel preescolar un 9,4% en 47 instituciones educativas. El mayor porcentaje de matriculados se encontraba en primaria, con un 48,5% en 47 establecimientos y, finalmente, en secundaria y media un 42,1% de los matriculados, en 39 establecimientos educativos. Así un 5,4% de la oferta educativa pública de la ciudad se encuentra en la comuna 21 y presta servicios de educación al 5,6% del total de estudiantes de la educación pública del municipio.

La microempresa ubicadas en la comuna 21 es la siguiente:

Panelas las Caucanitas, ubicada en el barrio Desepaz, a cargo de la señora Beatriz Camayo Ruco.

2.3.4.4 Panelas las Caucanitas. Esta microempresa está a cargo de la señora Beatriz Camayo Ruco, tiene 29 años de edad, actualmente vive con su esposo y sus 3 hijos, la dirección del negocio está a cargo de Beatriz Camayo, su familia no depende económicamente del negocio pero contribuye en gran parte al pago de los gastos de la familia. Inicio sus actividades como empresaria hace 6 meses cuando decidió buscar la manera de estar ocupada y ayudar en los gastos de su familia, pero principalmente por mejorar la calidad de vida de su familia. Beatriz es una persona solidaria, amable y emprendedora, su sueño es tener su casa propia y fortalecer su negocio para que el futuro de su familia sea el mejor.

[32] Ibíd., p. 6.
[33] Ibíd., p. 7.

3. RESULTADOS

3.1. PESQUERIA YIMAR

NOMBRE DEL EMPRESARIO	Luz Mery Mafla Anchico
# DE CEDULA DE CIUDADANIA	27.258.983
SECTOR	Comercio
ACTIVIDAD PRIMARIA	Venta de pescado y pollo
ACTIVIDAD SECUNDARIA	Tienda
ACTIVIDAD TERCIARIA	Venta de abarrotes
FECHA DE CONSTITUCION DE LA EMPRESA	15 de septiembre del 2.012
DIRECCION	Carrera 37 # 50-11
BARRIO	El Retiro

Fuente: Elaboración propia

3.1.1 Reseña histórica

Esta microempresa está a cargo de la señora Luz Mery Mafla, tiene 44 años de edad, actualmente vive con sus tres hijos y sus tres nietos, la familia depende económicamente del negocio. Inicio su proceso como empresaria con el apoyo de la Fundación Carvajal, quien le hizo un préstamo para que iniciara con su proyecto de creación de empresa. Hoy en día el negocio de la venta de pescado y productos de la canasta familiar es de propiedad de la señora Luz Mery, pero su familia está al pendiente del manejo del negocio cuando se necesite. La empresaria no tiene ningún nivel de escolaridad, pero sus ganas de aprender son muy grandes, la empresaria es muy responsable, solidaria y sobre todo emprendedora.

3.1.2 Acompañamiento en al área de costos

En la microempresa Pesquería Yimar nunca se ha realizado un estudio general de costos, por lo cual se desconoce el punto de equilibrio, el margen de contribución, los costos fijos y los gastos de administración. El empresario si conoce el costo variable de los productos, además guarda sus facturas de compra con el fin de fijar el precio de venta de sus productos. El empresario conoce sus costos fijos y gastos administrativos pero no lleva un registro de los mismos.

Cuadro 1: Fortalezas y debilidades área de costos.

Fortalezas	Debilidades
Se lleva un registro de ventas en un cuaderno.	No hay asignación de un sueldo para el empresario.
Guarda facturas de compra.	No conoce el margen de

	contribución, el punto de equilibrio del negocio.
Obtención de mercancía a bajos precios.	No se realizan inventarios ni se conoce las utilidades del negocio.
	No conoce los costos y gastos fijos.

Fuente: Elaboración propia

Para el cálculo del margen de contribución se tuvieron en cuenta los 25 productos más representativos y de mayor venta en el negocio, por lo cual podemos ver que los productos más importantes y que representan mayor venta son los pescados, seguidos del pollo y algunos productos de tienda.

Tabla 1: Margen de contribución

MARGEN DE CONTRIBUCION COMERCIO	**25,40%**
COSTO VARIABLE DE COMERCIO	**74,60%**

Fuente: Elaboración propia

Consideración. El margen de contribución promedio de la Pesquería Yimar es de 25.40%, lo que quiere decir, que por cada $100 que venda le están quedando $25.40 para sus costos y gastos fijos; este margen es considerado como muy bueno dentro del sector comercio. El costo variable de sus productos representa un 74.60%.

Tabla 2: Gastos personales

GASTOS PERSONALES		
Recreación	$ 50.000	
Servicios públicos	$ 70.000	
Parabólica	$ 10.000	
Arriendo	$ 250.000	
Alimentación en pesos	$ 60.000	
Total sueldo empresario		**$ 540.000**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Gastos de la empresa

GASTOS DE LA EMPRESA		
Servicios públicos	$ 60.000	
Transporte	$ 60.000	
Empaques	$ 103.000	
Gastos personales	**$ 540.000**	
Total Gastos Generales		**$ 763.000**

Fuente: Elaboración propia

Consideración. De acuerdo al calculo de los gastos personales y gastos fijos del empresario se puede ver que son altos, ya que muchos de estos gastos son familiares porque algunos miembros de la familia tienen dificultades para conseguir un empleo y no pueden contribuir con los gastos mensuales de la familia.

Tabla 4: Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO MES	$ 3.277.906
PUNTO EQUILIBRIO DIARIO	$ 109.264

Fuente: Elaboración propia

Consideración. El punto de equilibrio mensual de la Pesquería Yimar es de $3.277.906, lo cual equivale a un punto de equilibrio diario de $109.264. Lo que nos indica que la Pesquería Yimar mínimo tiene que vender $109.264 diario para poder cubrir sus gastos personales y gastos fijos del negocio.

Tabla 5: Estado de ganancias y pérdidas

Fecha de elaboración: 27 de marzo del 2.013

	%	ESTUDIO COSTOS
VENTAS PROMEDIO MES	100%	$ 3.471.429
COSTOS VARIABLES (-)	75%	$ 2.591.147
MARGEN DE CONTRIBUCION (=)	25%	$ 880.282
COSTOS FIJOS Y GASTOS (-)	24%	$ 831.208
UTILIDAD	1%	$ 49.073

Fuente: Elaboración propia

Consideración. Al inicio de la asesoría se calculó el estado de resultados de costos promedio de la empresa Pesquería Yimar, el cual nos arrojó una utilidad mensual de $49.073. Como podemos ver no es buena debido a que sus costos y gastos fijos son muy altos.

3.1.3. Acompañamiento en el área contable y financiera

El empresario tuvo acompañamiento por parte de un estudiante anteriormente, quien llevo a cabo todo el proceso de asesoría. Pero en la actualidad vemos que hay muchos vacíos, muchos conceptos y cálculos que fueron y olvidados y que se retomaron el la actual asesoría conjuntamente con el empresario.

No se han realizado inventarios de mercancía indispensable para realizar el balance general inicial y el cual se llevó a cabo con la ayuda del empresario.

Se enseñó a la empresaria a registrar todas sus ventas diarias, guardar facturas y registrar los gastos personales y del negocio. Realizamos el inventario por conteo físico del negocio junto con el empresario y construimos el balance general inicial de la microempresa.

Cuadro 2: Fortalezas y debilidades área contable y financiera

Fortalezas	Debilidades
Se lleva un registro de ventas diarias.	Actualmente no se llevan registros diarios de ventas.
Guarda facturas de compra.	No se realizan inventarios con frecuencia.
	No se conoce ni realizan estados financieros.
	Gran parte de las ventas son a crédito.

Fuente: Elaboración propia

3.1.3.1 Balance general inicial

Tabla 6: Balance general inicial

BALANCE GENERAL INICIAL					
NOMBRE DE LA EMPRESA	**PESQUERIA YIMAR**		**FECHA**	**22/04/2013**	
ACTIVOS			**PASIVOS**		
ACTIVOS CORRIENTES			**PASIVOS CORRIENTES**		
CAJA	$ 500.000	38%	OBLIGACIONES FINANCIERAS	$ 210.000	65%
CUENTAS POR COBRAR	$ 500.000	38%	PROVEEDORES	$ 115.000	35%
INVENTARIO DE MERCANCIAS	$ 309.293	24%	**TOTAL PASIVOS CORRIENTES**	**$ 325.000**	100%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**$ 1.309.293**	**32%**	**TOTAL PASIVOS**	**$ 325.000**	**100%**
ACTIVOS FIJOS			**PATRIMONIO**		
MAQUINARIA Y EQUIPO	$ 2.320.000	83%			
MUEBLES Y ENSERES	$ 465.000	17%	CAPITAL	$ 3.769.293	100%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**$ 2.785.000**	**68%**	**TOTAL PATRIMONIO**	**$ 3.769.293**	**100%**
TOTAL ACTIVOS	**$ 4.094.293**	**100%**	**TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO**	**$ 4.094.293**	

Fuente: Elaboración propia

Consideración. El proceso de asesoría en el área contable se llevó a cabo el 22 de abril del 2013, en la cual realizamos el inventario de mercancía y de activos fijos son el fin de determinar el valor de inversión que tiene el empresario en estos dos aspectos, además conocer su participación el balance inicial. Se contó el efectivo disponible en caja, el valor que den sus clientes actualmente y el valor de las obligaciones financieras.

Activos. Observamos que la estructura del activo corriente está compuesto por el efectivo que representa un 38%, las cuentas por cobrar que tienen una representación alta y que si se lleva a cabo el cobro aumentaría el efectivo de la empresa representa un 38% y finalmente el inventario de mercancía un 24%.

Los activos fijos son los que tienen mayor representación en los activos de la empresa con un 68%, y los activos corrientes un 32%.

Pasivos. La empresaria tiene una deuda con la Fundación Carvajal. Esta deuda fue realizada para iniciar con las actividades de su negocio, se invirtió en maquinaria y equipo y compra de mercancías. Actualmente debe tres cuotas para cancelar su deuda con la Fundación y que representa un 65% del total de sus activos.

El 25% de resto de los pasivos es representado por una deuda al proveedor de pescado que se cancelara a los 8 días por el plazo pactado con su proveedor.

Actualmente la empresa no tiene deudas a largo plazo con entidades financieras, lo cual es una de sus fortalezas.

Patrimonio. El capital de trabajo para iniciar las actividades fue por medio de un préstamo de las Fundación Carvajal y ahorros de la empresaria. Poco a poco se fue comprando maquinaria y muebles y enseres para el buen funcionamiento del negocio como también el buen surtido de productos que se ofrecen en el negocio. La acumulación de utilidades ha sido muy débil debido a que se tiene muchos gastos familiares que dificultan capitalizar la empresa.

3.1.3.2. Razones financieras

Cuadro 3: Indicadores financieros

INDICADOR FINANCIERO	ANALISIS
Liquidez corriente	Por cada $1 que debe la empresa, tiene $4.03 para cubrir la deuda, lo cual significa que la empresa puede hacerle frente a las obligaciones financieras. **BUENO**
Prueba de fuego	Por cada $1 que la empresa debe, tiene $3.08 sin contar con sus inventarios para cubrir sus obligaciones. **BUENO**
Razón de endeudamiento	Esto nos quiere decir que la empresa tiene un 8% de sus activos financiado por sus acreedores. **BUENO**
Razón de autonomía	Esto quiere decir que la empresaria tiene un grado de pertenencia de la empresa de un 92%. **BUENO**
Rentabilidad sobre las ventas	Esto nos indica que las utilidades de la empresa representan un 1.41% del total de las ventas.
Rentabilidad sobre activos	Esto nos indica que los activos de la empresa generaron un 1.20% de las utilidades.
Rentabilidad sobre patrimonio	Esto nos indica que el patrimonio de la empresa genero un 1.30% de las utilidades.

Capital de trabajo	Esto nos indica que la empresa tiene $984.293 en caja, cuentas por cobrar o en bancos para seguir desarrollando sus actividades normalmente.

Fuente: Elaboración propia

3.1.3.3. Estados financieros finales

Tabla 7: Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADO				
Nombre de la Tienda	**PESQUERIA YIMAR**			
De	**22-abr-13**	**Hasta**	**30-may-13**	
VENTAS MAS OTROS INGRESOS				
Ventas al contado	$ 2.759.400			91,70%
Ventas a crédito	$ 250.000			8,30%
Otros ingresos	$ -			
Total Ventas e Ingresos del Mes	**A**		**$ 3.009.400**	
COSTO MAS GASTOS DE FUNCIONAMIENTO DE LA TIENDA EN EL MES				
Inventario inicial de mercancías	$ 309.293			
Compras de contado	$ 2.589.200			
Compras a crédito	$ -			
Gastos personales del tendero (en efectivo)	$ 483.500			16,10%
Gastos del negocio	$ 204.000			6,80%
Inventario final de mercancías	$ 542.227			
TOTAL COSTO DE FUNCIONAMIENTO DE LA TIENDA EN EL MES	**B**		**$ 3.043.766**	
TOTAL GANANCIAS O PERDIDAS			**$ -34.366**	-1,10%

SUELDO TENDERO DEL MES		
Gastos personales	$ 483.500	16,10%
Sueldo en consumo		
TOTAL SUELDO MES	**$ 483.500**	

Costo de mercancía vendida		$ 2.356.266
Costo variable en porcentaje		78,30%
Margen de contribución		21,70%
Gastos del mes		$ 687.500
Número de días del periodo		38

Fuente: Elaboración propia

Consideración. El análisis se hace con base al total de las ventas de la empresa Pesquería Yimar, durante un periodo de 38 días.

Durante este periodo se realizaron ventas de contado por $2.759.700 que tienen una participación del 91.7% del total de ventas, mientras que las ventas a crédito se redujeron a $250.000 y que tienen una representación del 8.3% del total de ventas. A la empresaria se le aconsejo reducir sus ventas a crédito debido a que inicialmente estas se encontraban por un valor de $500.000, y se redujeron en un 50%, lo que se considera muy bueno. Para esto se introdujo un aviso publicitario que ayudo a disminuir las ventas a crédito.

Los gastos de la empresaria y del negocio redujeron un poco, debido a que sus hijos han colaborado a la empresaria a cubrir los gastos familiares, la empresa arrojo una perdida durante este periodo, debido a la grave situación de violencia que se vive en el barrio Retiro. Por esta razón la empresaria cerró su empresa durante una semana en la cual no se realizaron ventas. Al final del periodo se normalizo la situación en el barrio y el último día del periodo, el día 38, se surtió nuevamente de mercancía el negocio lo que aumento el valor de las compras del periodo.

El costo variable aumento a 78,30% debido a las pocas ventas durante el periodo y la mercancía retenida en inventario, el margen de contribución disminuyo a 21,70%. Este margen de igual manera se considera muy bueno en el sector comercio, la empresa actualmente se estabilizo y realiza actividades normalmente.

Tabla 8: Balance general final

BALANCE GENERAL FINAL					
NOMBRE DE LA EMPRESA	**PESQUERIA YIMAR**		**FECHA**	**30/05/2013**	
ACTIVOS			**PASIVOS**		
ACTIVOS CORRIENTES			**PASIVOS CORRIENTES**		
CAJA	$ 394.783	33%	OBLIGACIONES FINANCIERAS	$ 210.000	100%
CUENTAS POR COBRAR	$ 250.000	21%	PROVEEDORES	$ 0	0%
INVENTARIO DE MERCANCIAS	$ 542.227	46%	**TOTAL PASIVOS CORRIENTES**	**$ 210.000**	100%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**$ 1.187.010**	**30%**	**TOTAL PASIVOS**	**$ 210.000**	**100%**
ACTIVOS FIJOS			**PATRIMONIO**		
MAQUINARIA Y EQUIPO	$ 2.320.000	84%			
DEPRECIACION	$ 19.333	0,70%	CAPITAL	$ 3.769.293	101%
MUEBLES Y ENSERES	$ 465.000	12%	UTILIDADES DEL PERIODO	$ -34.366	-1%
DEPRECIACION	$ 7.750	0,28%	**TOTAL PATRIMONIO**	**$ 3.734.927**	**100%**
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**$ 2.757.917**	**70%**	**TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO**	**$ 3.944.927**	
TOTAL ACTIVOS	**$ 3.944.927**	**100%**			

Fuente: Elaboración propia

Consideracion. En este periodo se puede ver que los activos fijos son los que representan la mayor participacion con un 70%, las cuentas por cobrar se redujeron en un 50% en comparacion a las cuentas por cobrar del balance inicial, el inventario de mercancias aumento debido a que al final del periodo, el último día de actividades se surtio la empresa de mercancia, lo que no se habia podido realizar una semana antes por la situación de violencia en el barrio Retiro.

La caja o efectivo aumento significativamente debido a que se realizo los cobros de cartera y se invirtio en compra de mercancia. La caja de la empresa por lo general representa un pequeño valor debido a que realizan pagos a proveedores durante la semana por la compra de mercancia.

El rubro de los pasivos, especialmente las obligaciones financieras que se tiene con la Fundación Carvajal permanecieron iguales durante o dos periodos a pesar de que se aconsejó al empresario realizar dicho pago. El rubro de proveedores al final del periodo no tuvo representacion en los pasivos, ya que todas las compras se realizaron de contado.

En cuanto al patrimonio se obtuvo una perdida del periodo por valor de $34.366.

3.1.3.4. Variación de estados financieros

Tabla 9: Variación estado de reultados

VARIACION ESTADO DE RESULTADOS	27/03/2013	30/05/2013	VARIACION
	COSTOS	GANANCIAS O PERDIDAS	%
VENTAS MES	$ 3.471.429	$ 3.009.400	-13%
COSTOS VARIABLES (-)	$ 2.591.147	$ 2.356.266	-5%
MARGEN DE CONTRIBUCION (=)	$ 880.282	$ 653.134	-38%
COSTOS FIJOS Y GASTOS ADM. (-)	$ 831.208	$ 687.500	-17%
UTILIDAD LIQUIDA	$ 49.074	$ -34.366	$ -83.440

Fuente: Elaboración propia

Consideracion. Al 30 de mayo del 2013, las ventas del periodo se redujeron en un 13% en comparacion a las ventas iniciales del 27 de marzo del 2013, los costos variables se redujeron en un 5% , generando de esta manera una disminucion del margen de contribucion del 38%, estas reducciones se deben principalmente al cierre durante una semana de la empresa debido a los problemas de violenncia en el bario Retiro.

Los costos y gastos fijos se redujeron en un 17% por la colaboración de sus hijos para cubrir sus gastos familiares. La micorempresa paso de obtener una utilidad líquida inical de $49.074 y al final del periodo generar una perdida por un valor de $34.366.

Tabla 10: Variación en el balance general

VARIACIÓN BALANCE GENERAL	18-abr-13	30-may-13	
	BALANCE INICIAL	BALANCE FINAL	VARIACIÓN
ACTIVOS			
CAJA	$ 500.000	$ 394.783	-21%
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	$ 500.000	$ 250.000	-50%
INVENTARIOS	$ 309.293	$ 542.227	75%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	$ 1.309.293	$ 1.187.010	-9%
ACTIVOS FIJOS			
MAQUINARIA Y EQUIPO	$ 2.320.000	$ 2.320.000	0%
MUEBLES Y ENSERES	$ 465.000	$ 465.000	0%
DEPRECIACIONES	$ -	$ 27.083	
TOTAL ACTIVO FIJO	$ 2.785.000	$ 2.757.917	-1%
TOTAL ACTIVOS	**$ 4.094.293**	**$ 3.944.927**	**-4%**
PASIVOS			
OBLIGACIONES BANCARIAS	$ 210.000	$ 210.000	0%
PROVEEDORES	$ 115.000	$ -	-100%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	$ 325.000	$ 210.000	-35%
TOTAL PASIVOS	**$ 325.000**	**$ 210.000**	**-35%**
PATRIMONIO			
CAPITAL	$ 3.769.293	$ 3.769.293	0%
UTILIDAD DEL PERIODO	$ -	$ -34.366	
TOTAL PATRIMONIO	**$ 3.769.293**	**$ 3.734.927**	**-1%**
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	**$ 4.094.293**	**$ 3.944.927**	**-4%**

Fuente: Elaboración propia

Consideracion. Para realizar en analisis de cada cuenta se tomo en cuenta la variacion de un periodo a otro.

Caja, tuvo una variacion negativa de 21% debido a que al final del perido la empresaria surtio de mercancia la empresa y el pago a proveedores se realizo de contado.

Cuentas por cobrar clientes, se redujeron en un 50%, debido a que se le aconcejo a la empresaria a realizar estos cobros y a disminuir las ventas a credito porque representaban una mayor participacion del activo correiente y que ayuda aumentar la liquidez de la empresa.

Inventarios, aumentaron en un 75%, ya que al final del periodo se realizo surtido de mercancia, lo que no se habia podido podido llevar a cabo anteriormente por la grave situacion en el Barrio.

Activos fijos, sufrieron una disminucion del 1% debido al desgaste o al uso durante el periodo.

Obligaciones financieras, esta deuda se mantiene constante ya que la empresaria no ha llevado a cabo el pago de las cuotas del credito adquirido con la Fundacion Carvajal y que se ha aconcejado pagar.

Patrimonio, a final del periodo se genro una perdida, lo que disminuyo el total del patrimonio en un 1%.

3.1.3.5. Variación razones financieras

Tabla 11: Variación razones financieras

RAZONES FINANCIERAS	Inicial	Final	%
LIQUIDEZ CORRIENTE	$ 4,03	$ 5,65	$ 1,62
PRUEBA DE FUEGO	$ 3,08	$ 3,07	$ -0,01
RAZON DE ENDEUDAMIENTO	8,00%	5,32%	-2,68%
RAZON DE AUTONOMIA	92,00%	94,68%	2,68%
RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	1,41%	-1,14%	-2,55%
RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS	1,20%	-0,87%	-2,07%
RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO	1,30%	-0,92%	-2,22%
CAPITAL DE TRABAJO	$ 984.293	$ 977.010	$ -7.283

Fuente: Elaboración propia

Liquidez corriente, al final del periodo Pesqueiria Yimar obtuvo una liquidez corriente de $5,65, lo que significa que por cada peso que debe la empresa, tiene disponible para cubrir esta deuda $5,65.

La variación de un periodo a otro fue de $1,62, lo que significa que el pasivo corriente disminuyó debido a que se realizarón los pagos a proveedores.

Se considera que la líquidez es buena ya que la empresa tiene la capacidad de cacelar o responder por sus obligaciones a corto plazo.

Prueba de fuego, al final del periodo esta representa un $3,07, permanece constante y nos indica que la empresa tiene una alta representación en inventarios que es financiado por las ventas de mercancia. En comparacion con los dos periodos se puede ver que hubo una variacion negativa de $-0,01, lo que significa que hay menos efectivo en la caja.

Razón de endeudamiento, al final del periodo encontramos que este indicador tiene una participacion del 5,32%, lo que nos indica que cada peso que tiene invertido en los activos el 5,32% a sido financiado por los acreedores. En comparación de los dos periodos este indicador tuvo una variacion negativa del -2.68%, lo que nos indica que los pasivos disminuyeron, y se a utilizado recursos de la empressa para pagar esta deuda.

Razón de autonomia, este indicador nos muestra la capacidad que tiene la empresa para financiarse con recursos propio y que representan a final del periodo un 94,68%. En comparacion con el periodo anterior se puede observar que hubo un aumento del 2,68% y se debe a una pequeña disminución en el patrimonio.

Rentabilidad sobre ventas, al final del periodo hubo una disminucion del 1,14%, debido a la perdida operacional al final del periodo. En comparacion de los dos periodos hubo una variacion negativa del -2,55%, a causa de las pocas ventas y a que el costo variable se aumento porque se compro mucha mercancia al final del periodo.

Rentabilidad sobre activos, este indicador nos indica que los activos de la empresa se disminuyerón en un 0,87%, ademas que hubo una perdida operacional al final del periodo.

Rentabilidad sobre patrimonio, hubo una variacion negativa a final del periodo en este indicador debido a la perdida operacional del -2,22%.

Capital de trabajo, este indicador sufrio una pequeña variacion negativa de $7.283, pero no afecta las operaciones de la empresa.

3.1.4. Acompañamiento en mercadeo

Cuadro 4: Fortalezas y debilidades en el área de mercadeo

Fortalezas	Debilidades
Se tiene identificado los proveedores y son fáciles de conseguir.	La presentación del local no es la mejor. (falta de pintura)
Precios bajos	La empresa no tiene un aviso visible al cliente.
Buen portafolio de productos	No se tiene precios visibles de los productos que se ofrecen al cliente.
Productos de buena procedencia y buena calidad.	La ubicación de los estantes y refrigeradores no es la adecuada

	porque no reflejan muy bien los productos.
El local es muy amplio	

Fuente: Elaboración propia

Se realizó un listado de los productos que se ofrecen en la empresa, pescado y pollo con su respectivo precio.

Producto. Pesquería Yimar es una empresa que satisface las necesidades de los habitantes del barrio el retiro, ofreciendo productos frescos, de buena procedencia y muy buena calidad, como pescado, pollo, productos de consumo familiar (tienda) y abarrotes.

Los productos que se ofrecen en la Pesquería Yimar son de consumo familiar, de tal manera que el inventario de productos está en constante movimiento, para lo cual es importante que el empresario mantenga exhibidos de manera adecuada los productos necesarios para la venta.

La calidad de los productos como el pecado, pollo y revuelteria es revisado al momento de la compra en la galería de Santa Elena.

Promoción. Observamos que una estrategia para poder atraer a los clientes y posicionar la empresa en el sector es implementando un aviso visible, mejorar la presentación del local, pintando sus paredes, colocar precios visibles a los productos que se ofrecen en la empresa, ubicar mejor los estantes y refrigeradores para mejorar la visibilidad al cliente, prestar una buena atención al cliente y ofrecer un mejor portafolio de productos.

Con la ayuda del empresario se implementó un aviso para disminuir las ventas a crédito, ya que representan un gran porcentaje de los activos de la empresa y que se visible al cliente.



Fuente: Elaboración propia

Plaza. Uno de los grandes inconvenientes que presenta esta empresa en su buen funcionamiento es el grado tan alto de violencia en el sector.

Distribución. La distribución de los productos es al consumidor final directamente en el local comercial de la empresa.

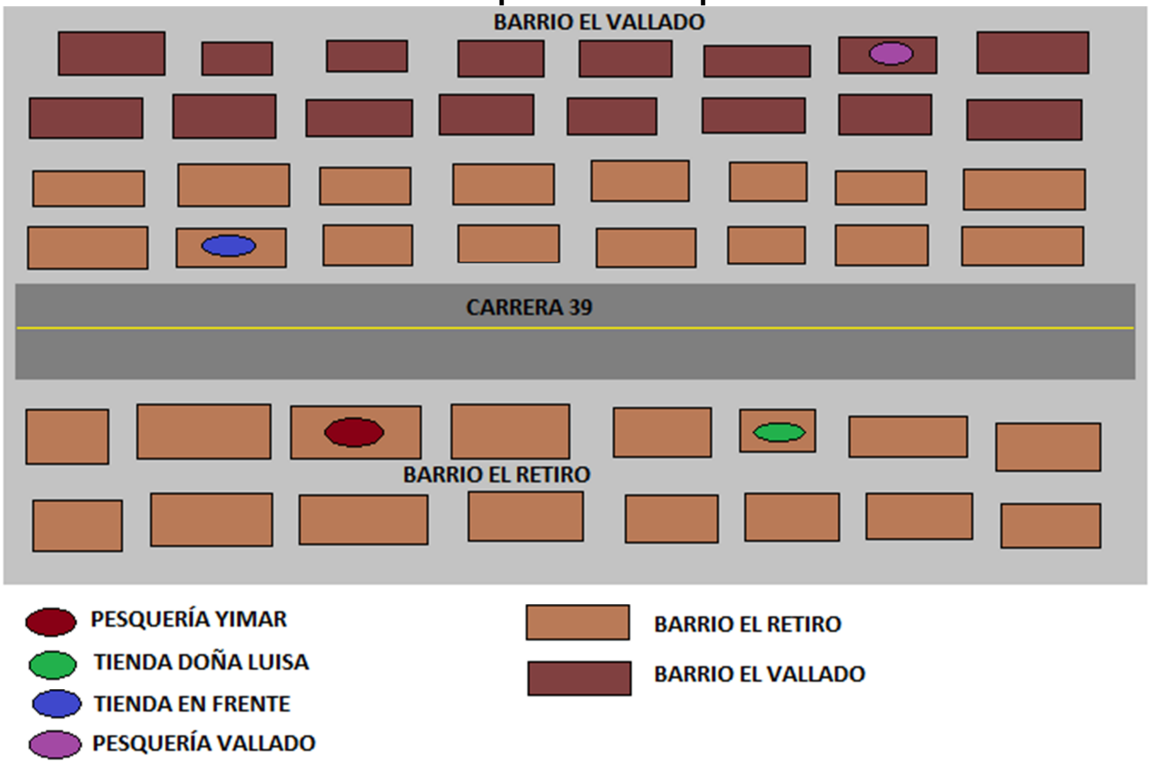
Grafico 1: Distribución



Fuente: Elaboración propia

Competencia. La competencia afecta a la empresa debido a que se encuentran ubicadas en el barrio el vallado, lo que fortalece y posiciona más a la Pesquería Yimar en el sector.

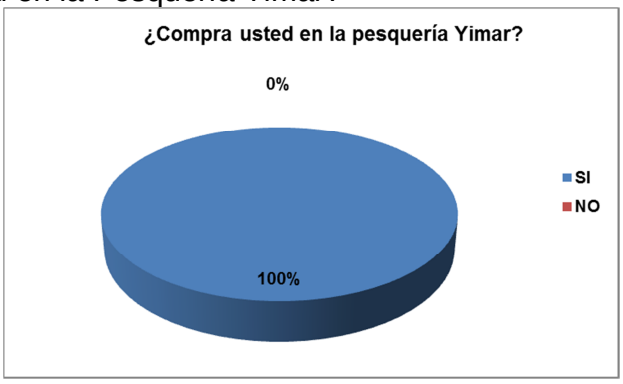
Grafico 2: Competencia Pesquería Yimar



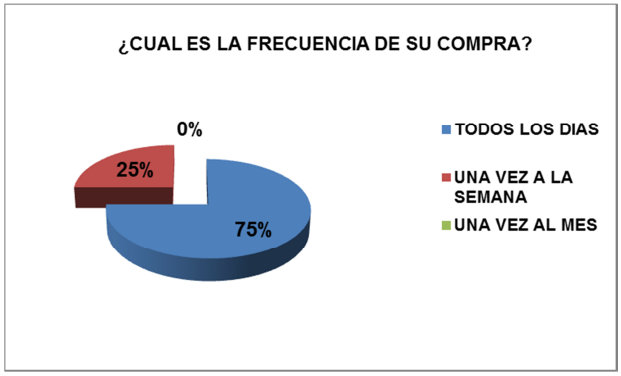
Proveedores. Los proveedores son fáciles de conseguir, en cuanto al pescado, el pollo y los abarrotes se tiene proveedores ubicados en la galería de Santa Elena quienes envían los productos directamente al negocio. Los productos de tienda son entregados en el local por los proveedores autorizados.

3.1.4.1 Encuesta

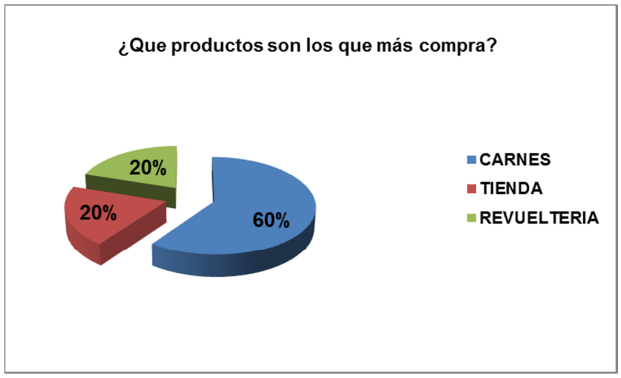
1. ¿Compra usted en la Pesquería Yimar?



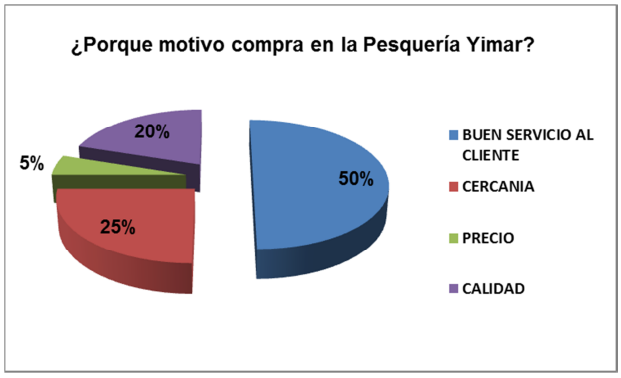
2. ¿Cuál es la frecuencia de su compra?



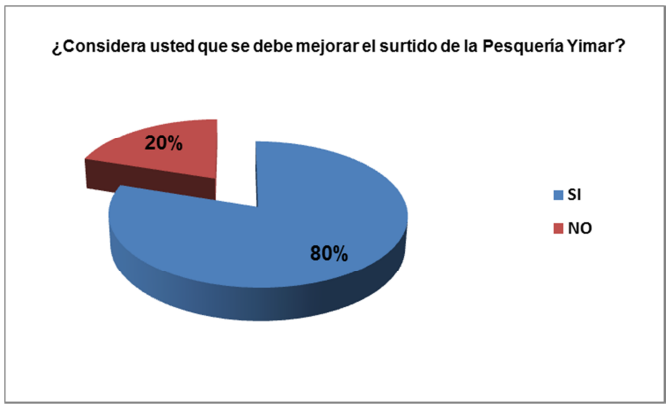
3. ¿Qué productos son los que más compra?



4. ¿Por qué motivo compra en la Pesquería Yimar?



5. ¿Considera usted que se debe mejorar el surtido de la Pesquería Yimar?



Para la realización de esta encuesta se tomó una muestra de 20 personas ubicadas en el Barrio el Retiro.

La realización de esta encuesta nos arrojó que de la muestra encuestada el 75% de sus clientes realizan compras todos los días, lo que nos permite afirmar que el movimiento de las ventas de la Pesquería Yimar es alto. Otro aspecto importante para resaltar que no arrojo la encuesta es que el 60% de sus clientes compran carnes en el negocio, y que las carnes (pollo y pescado) son los productos que mayor margen de contribución dejan a la empresa.

3.1.5 Acompañamiento área legal

La empresa no se encuentra registrada ante la cámara de comercio, no tiene RUT, por lo tanto se le dio a conocer todo el proceso para que el empresario conozca muy bien sus obligaciones al momento de ser necesario.

Registro mercantil. El registro mercantil tendrá por objeto llevar la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio, así como la inscripción de todos los actos.

Renovación de la matricula mercantil. Dentro de los meses de enero, febrero y marzo de cada año, se debe renovar la matrícula del establecimiento para obtener los beneficios que de ella se derivan y evitar las sanciones legales.

RUT. El Registro Único Tributario (RUT), administrado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a las personas jurídicas y naturales declarantes de las obligaciones tributarias.

Ventajas

- Permite el acceso a mejores mercados.
- Acredita a la empresa y al empresario en el deber de sus obligaciones legales.
- Facilita el acceso a créditos con entidades financieras.
- Mejora la imagen de la empresa.
- Mayor credibilidad por parte de sus clientes en la prestación de su servicio y venta de productos.

Desventajas

- La legalización de una empresa implica ser responsable de impuestos lo cual no es recomendable para este tipo de empresas que no están fortalecidas y que no podrían cubrir estas obligaciones.

3.1.6. Acompañamiento área administrativa

Cuadro 6: Fortalezas y debilidades área administrativa

Fortalezas	Debilidades
Están bien definidos los roles de sus familiares que colaboran en el funcionamiento de la empresa.	No se ha definido la misión y la visión de la empresa.
Existe motivación por parte de su familia que colabora en la empresa.	No se organizan las facturas de compra en una carpeta.
El empresario tiene buena disposición para el manejo del negocio.	No se ha establecido el organigrama de la empresa.
	No se tiene conocimiento del proceso administrativo
	El empresario no se ha asignado un salario mensual.

Fuente: Elaboración propia

Planeación. Los roles de los integrantes de la familia se encuentran definidos, cumpliendo con cada una de las actividades diarias de la empresa. La microempresaria realiza el proceso de planeación de compra de mercancía, el cual se hace semanalmente. No se encuentra definido actualmente la misión y la visión de la empresa.

MISIÓN   ***Somos una empresa que ofrece productos de consumo familiar a un buen precio y de buena calidad, satisfaciendo las necesidades de los vecinos del barrio el Retiro, ofreciendo un servicio al cliente con respeto y responsabilidad que nos caracteriza.***

Fuente: Elaboración propia

VISIÓN   ***En el 2014 ser una empresa mixta que ofrezca un mejor surtido de víveres, legumbres y carnes, brindando la mejor atención y los precios más bajos.***

Fuente: Elaboración propia

Objetivos

- Corto plazo: incrementar las ventas y mejorar el surtido del negocio.
- Mediano plazo: trasladar el negocio a otro sector comercial y que no se vea tan afectado por la violencia.
- Largo plazo: posicionarse como la mejor tienda mixta del sector.

Organización. No había organización en el área financiera, se recomendó en el proceso de asesoría que guardara las facturas de compra en una carpeta y se registren las ventas diarias y gastos fijos del negocio.

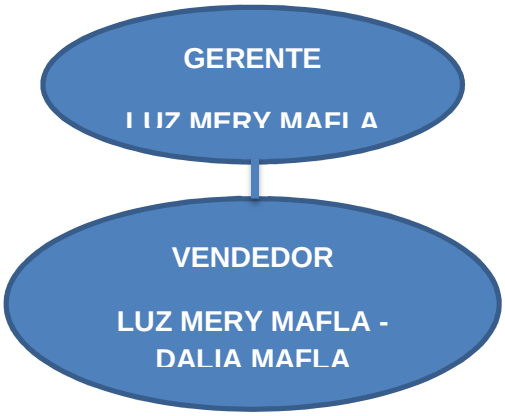
- Espacio: el local es muy amplio, ventilado iluminado y limpio, la organización de los estantes y los refrigeradores no es la adecuada, el local está ubicado en un primer piso, sobre una calle vehicular.

- Funciones: se elaboró un manual de funciones (ver cuadro 7) para asumir los roles de los encargados del negocio.

- Tiempo: la empresaria cuenta con el 80% para el manejo del negocio, cuando doña Luz Mery Mafla (gerente) no se encuentra es remplazada por su hija Dalia Mafla.

Organigrama.

Grafico 3: Organigrama



Fuente: Elaboración propia

Cuadro 7: Manual de funciones

LUZ MERY MAFLA	Gerente vendedora	- Abrir el negocio todos los días - Atender a los clientes - Hacer y recibir pedidos - Llevar la contabilidad - Cerrar la tienda
DALIA MAFLA	Colaboradora Vendedora	- Atender a los clientes cuando no se encuentre doña Luz Mery - Acompañar hacer pedido de pescado y pollo a Santa Elena

Fuente: Elaboración propia

Dirección

- Liderazgo: el liderazgo del negocio la asume doña Luz Mery Mafla, una mujer fuerte, responsable, emprendedora, solidaria y respetuosa.
- Motivación: la empresaria está motivada por cumplir todas sus metas, y recibe el apoyo de toda su familia.

Control

- en el área contable y finanzas se recomendó realizar inventarios cada tres meses, llevar los registros de ventas diarias, registrar los gastos personales y gastos del negocio y realizar un estado de ganancias y pérdidas mensual.

- El control en la compra de mercancías se hace de acuerdo a las existencias, de manera que se hace pedido cuando la mercancía está a punto de terminarse para mantener el abastecimiento. Se tiene un debido cuidado con la calidad de los productos que se compran, verificando su estado y fecha de vencimiento.

MATRIZ DOFA

MATRIZ DOFA EMPRESA		ANÁLISIS INTERNO	
		FORTALEZAS (F)	**DEBILIDADES (D)**
		1. Hay disposición para dirigir su empresa. 2. Lleva un registro de cuentas del y conoce los costos de su empresa. 3. El margen de contribución es bueno. 4. Maneja productos complementarios (pollo, pescados, revuelteria y tienda). 5. Aprendió a realizar inventario y conoce su importancia de hacerlos periódicamente.	1. No puede realizar los estados financieros de su empresa. 2. La empresa no se encuentra registrada en la cámara de comercio. 3. Su familia depende de las utilidades de la empresa. (hijos desempleados). 4. La empresaria se encuentra desmotivada por la violencia que se vive en el barrio Retiro.
ANÁLISIS EXTERNO	**OPORTUNIDADES (O)**	**ESTRATEGIAS (FO)**	**ESTRATEGIAS (DO)**
	1. Apoyo de la Fundación Carvajal. 2. Líder en la comunidad. 3. No tiene competencia en el sector. 4. Aspirante a créditos en la Fundación Carvajal.	1. Aplicar los conocimientos adquiridos para fortalecer la empresa. F1, F2, F3, O1. 2. Fortalecer el surtido de productos de la empresa. F3, F4, O1, O4. 3. Dar a conocer mejor los productos complementarios al cliente ya que no tiene competencia. F4, O3.	1. Aprovechar las asesorías, ayudas y capacitaciones de la Fundación Carvajal. D1, D2, D3, D4, O1, O4 2. Realizar adecuaciones para mejorar la presentación de local de la empresa. D4, O1, O2. 3. Aprovechar su liderazgo para que no se vea afectada por la violencia. D4, O3.
	AMENAZAS (A)	**ESTRATEGIAS (FA)**	**ESTRATEGIAS (DA)**
	1. Problemas de inseguridad. Conflicto entre pandillas. 2. Cobros de vacunas por pandillas. 3. Bajos ingresos en la comunidad	1. Ofrecer un buen portafolio de productos a bajos precios para fidelizar a sus clientes. F4, A3. 2. Aprovechar su liderazgo en la comunidad para no verse afectada por la violencia. F1, A1, A2. 3. Buscar un nuevo lugar para trasladar su empresa. F1, A1, A2.	1. Registrar la empresa ante la cámara de comercio. D2, A1. 2. Aprovechar el apoyo social de la Fundación Carvajal. D4, A1, A2.

Fuente: Elaboración propia

3.2. PANELAS LAS CAUCANITAS

NOMBRE DEL EMPRESARIO	Beatriz Camayo Ruco
# DE CEDULA DE CIUDADANIA	25.341.736
SECTOR	Comercio
ACTIVIDAD ECONOMICA	Venta de panela al por mayor y detal
FECHA DE CONSTITUCION DE LA EMPRESA	21 de mayo del 2.012
DIRECCION	Calle 120h # 20-05
BARRIO	Desepaz

Fuente: Elaboración propia

3.2.1. Reseña histórica

Esta microempresa está a cargo de la señora Beatriz Camayo Ruco, tiene 29 años de edad, actualmente vive con su esposo y sus 3 hijos, la dirección del negocio está a cargo de Beatriz Camayo, su familia no depende económicamente del negocio pero contribuye en gran parte al pago de los gastos de la familia. Inicio sus actividades como empresaria hace 6 meses cuando decidió buscar la manera de estar ocupada y ayudar en los gastos de su familia, pero principalmente por mejorar la calidad de vida de su familia. Beatriz es una persona solidaria, amable y emprendedora, su sueño es tener su casa propia y fortalecer su negocio para que el futuro de su familia sea el mejor.

3.2.2. Acompañamiento en al área de costos

En la microempresa Panelas las Caucanitas no se ha realizado un estudio general de costos, por lo cual se desconoce el punto de equilibrio, el margen de contribución, los costos fijos y los gastos de administración. El empresario si conoce el costo variable de los productos, además guarda sus facturas de compra con el fin de fijar el precio de venta de sus productos. El empresario conoce sus costos fijos y gastos administrativos. El empresario lleva un registro de las ventas y de los gastos del negocio en un cuaderno de cuentas.

Cuadro 8: Fortalezas y debilidades área de costos

Fortalezas	Debilidades
Se lleva un registro de ventas y gastos en un cuaderno.	No hay asignación de un sueldo para el empresario.
Guarda facturas de compra.	No conoce el margen de contribución, el punto de equilibrio del negocio.
Conoce el costo unitario de los	No se realizan inventarios ni se

productos que ofrece.	conoce las utilidades del negocio.
	El costo de compra de mercancía es muy alto.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12: Margen de contribución

MARGEN DE CONTRIBUCION COMERCIO	9,40%
COSTO VARIABLE DE COMERCIO	90,60%

Fuente: Elaboración propia

Consideración. El margen de contribución promedio de la microempresa panelas las Caucanitas es de 9.40%, lo que quiere decir, que por cada $100 que venda le están quedando $9.4 para cubrir sus costos y gastos fijos; este margen es considerado como muy bajo dentro del sector comercio. Este margen es tan bajo a causa del costo tan alto de la compra de la panela, por esta razón se debe aumentar el precio de venta de los productos o buscar proveedores que den los productos a un precio más bajo pero de la misma calidad para mejorar el margen de contribución.

Para el cálculo del margen de contribución se tuvieron en cuenta los 8 productos que se ofrecen en el negocio.

Tabla 13: Gastos personales

GASTOS PERSONALES			
Transporte familia	$	30.000	
Recreación	$	20.000	
Educación	$	15.000	
Vestuario	$	25.000	
Citas médicas y Medicamentos	$	35.000	
Servicios públicos	$	15.000	
Gas domiciliario	$	5.000	
Arriendo	$	40.000	
Teléfono	$	10.000	
Alimentación en pesos	$	80.000	
Total sueldo empresario			**$ 275.000**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14: Gastos de la empresa

GASTOS DE LA EMPRESA	
Transporte	$ 30.000
Empaques	$ 6.000
Gastos personales	$ 275.000

Gastos financieros	$ 74.000	
Vigilancia	$ 8.000	
Aseo	$ 10.000	
Publicidad	$ 1.500	
Mantenimiento vehículo	$ 5.000	
Total Gastos de la empresa		**$ 409.500**

Fuente: Elaboración propia

Consideracion. Se establecio que los gastos personales y gastos del negocio se han venido aumentando porque con los ingresos del negocio se satisfacen las necesidades de toda su familia, el esposo de doña Beatriz contribuye con los gastos familiares pero actualmente tiene otras obligaciones que le han impedido colaborar en gran parte a cubrir los gastos familiares.

Tabla 15: Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO MES	$ 4.366.362
PUNTO EQUILIBRIO DIARIO	$ 145.545

Fuente: Elaboración propia

Consideracion. El punto de equilibrio mensual de la microempresa Panelas las Caucanitas es de $4.366.362, lo cual equivale a un punto de equilibrio diario de $145.545. Lo que nos indica que Panelas las Caucanitas mínimo tiene que vender $145.545 diario para poder cubrir sus gastos personales y gastos fijos del negocio.

Tabla 16: Estado de ganancias y pérdidas

Fecha de elaboración: 03 de marzo del 2.013

	%	ESTUDIO COSTOS
VENTAS PROMEDIO MES	100%	$ 1.950.000
COSTOS VARIABLES (-)	91%	$ 1.766.700
MARGEN DE CONTRIBUCION (=)	9%	$ 183.300
COSTOS FIJOS Y GASTOS (-)	21%	$ 409.500
UTILIDAD	-12%	-$ 226.200

Fuente: Elaboración propia

Consideración. Al inicio de la asesoría se calculó el estado de resultados de costos promedio de la empresa Panelas las Caucanitas, el cual nos arrojó una pérdida mensual de -$226.200. Esta pérdida se debe a los altos costos variables de la panela, sus proveedores actualmente manejan unos precios muy altos lo que

perjudica a las ventas de la empresa. El margen de contribución es muy bajo el cual no ayuda a cubrir sus costos y gastos fijos.

3.2.3. Acompañamiento en el área contable y financiera

El empresario no ha llevado ningún tipo de asesoría anteriormente, aplica sus conocimientos técnicos para llevar los registros contables de su negocio en un cuaderno de cuentas. En su cuaderno registra la compra y venta de mercancía y los gastos fijos del negocio.

Se le enseño a la empresaria a llevar sus cuentas más ordenadas y se le enseño algunos conceptos contables y financieros y que pueda aplicar en su negocio como el balance general y el estado de ganancias y pérdidas.

No se han realizado anteriormente inventarios de mercancías, por lo cual se le recalco y enseño a la empresaria a realizar inventarios cada tres meses para conocer la situación inicial de su negocio y construir el balance general inicial.

Se le enseño a la empresaria a llevar registros contables en hojas de cálculo en Excel, ya que posee conocimientos y habilidades que puede aplicar y llevar a cabo para el buen funcionamiento de su negocio.

Cuadro 9: Fortalezas y debilidades área contable y financiera

Fortalezas	Debilidades
Se lleva un registro de compras y ventas de mercancía.	No se conocen conceptos contables.
Guarda facturas de compra.	No se realizan inventarios con frecuencia.
Se lleva un registro de gastos fijos del negocio en un cuaderno de cuentas.	No se conoce ni realizan estados financieros.
Tiene conocimientos en sistemas (Excel)	Gran parte de las ventas son a crédito.

Fuente: Elaboración propia

3.2.3.1. Balance general inicial

Tabla 17: Balance general inicial

BALANCE GENERAL INICIAL					
NOMBRE DE LA EMPRESA	**PANELAS LAS CAUCANITAS**		**FECHA**	**17/04/2013**	
ACTIVOS			**PASIVOS**		
ACTIVOS CORRIENTES			**PASIVOS CORRIENTES**		
CAJA	$ 6.000	3%	OBLIGACIONES FINANCIERAS	$ 243.000	100%
CUENTAS POR COBRAR	$ 96.000	42%	PROVEEDORES	$ 0	0%
INVENTARIO DE MERCANCIAS	$ 129.000	56%	**TOTAL PASIVOS CORRIENTES**	**$ 243.000**	100%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**$ 231.000**	**77%**	**TOTAL PASIVOS**	**$ 243.000**	**100%**
ACTIVOS FIJOS			**PATRIMONIO**		
MAQUINARIA Y EQUIPO	$ 35.000	50%			
DEPRECIACION	$ -	0,00%	CAPITAL	$ 58.000	100%
MUEBLES Y ENSERES	$ 35.000	12%	UTILIDADES DEL PERIODO	$ -	0%
DEPRECIACION	$ -	0,00%	**TOTAL PATRIMONIO**	**$ 58.000**	**100%**
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**$ 70.000**	**23%**	**TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO**	**$ 301.000**	
TOTAL ACTIVOS	**$ 301.000**	**100%**			

Fuente: Elaboración propia

Consideración. El proceso de asesoría en el área contable se llevó a cabo junto con la empresaria el 17 de abril del 2013, en la cual realizamos el inventario de mercancía y de activos fijos con el fin de determinar el valor de inversión y la situación inicial del negocio en este periodo, además conocer su participación el balance inicial. Se contó el efectivo disponible en caja, el valor que deben sus clientes actualmente y el valor de las obligaciones financieras.

Activos. En la estructura del activo corriente observamos la siguiente participación: inventario de mercancías 56%, 42% para las cuentas por cobrar a clientes y 3% para la caja. Como se puede ver la empresa tiene poca liquidez a causa del gran porcentaje de participación de las cuentas por cobrar, se recomienda a la empresaria hacer estos cobros que ayudan aumentar la liquidez de la empresa.

Los activos fijos tienen una representación de 23% del total de los activos, mientras que los activos corrientes aportan la mayor participación con un 67% del total de los activos.

Pasivos. La empresaria adquirió un crédito con la Fundación Carvajal. Esta deuda fue realizada para iniciar con las actividades del negocio, se invirtió el 70% en compra de mercancía para iniciar las actividades del negocio y el 30% se compró

una novilla para tener una reserva en caso de ser necesitada. La señora Beatriz tiene presupuestado cancelar la totalidad del crédito al finalizar el año 2013.

Patrimonio. El capital de trabajo para iniciar las actividades fue por medio de un préstamo de las Fundación Carvajal y ahorros de la empresaria. Con el dinero prestado adquirió la mercancía para iniciar con el negocio. La acumulación de utilidades ha sido muy débil debido a que se tiene muchos gastos familiares que dificultan capitalizar la empresa, actualmente la empresaria no cuanta con mucho capital para seguir funcionando normalmente con su negocio.

3.2.3.2. Razones financieras

Cuadro 9: Indicadores financieros

INDICADOR FINANCIERO	ANALISIS
Liquidez corriente	Por cada $1 que debe la empresa, tiene $0,95 para cubrir la deuda, lo cual significa que la empresa débilmente puede hacerle frente a las obligaciones financieras. **REGULAR**
Prueba de fuego	Por cada $1 que la empresa debe, tiene $0.42 sin contar con sus inventarios para cubrir sus obligaciones. **REGULAR**
Razón de endeudamiento	Esto nos quiere decir que la empresa tiene un 81% de sus activos financiado por sus acreedores. **REGULAR**
Razón de autonomía	Esto quiere decir que la empresaria tiene un grado de pertenencia de la empresa de un 19%. **REGULAR**
Rentabilidad sobre las ventas	Esto nos indica que las utilidades de la empresa representan un -12% del total de las ventas.
Rentabilidad sobre activos	Esto nos indica que los activos de la empresa generaron un -75% de las utilidades.
Rentabilidad sobre patrimonio	Esto nos indica que el patrimonio de la empresa genero un -390% de las utilidades.
	Esto nos indica que la empresa tiene -

Capital de trabajo	$12.000 en caja, cuentas por cobrar o en bancos para seguir desarrollando sus actividades normalmente.

Fuente: Elaboración propia

3.2.3.3. Estados financieros finales

Tabla 19: Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADO				
Nombre de la Tienda	**PANELAS LAS CAUCANITAS**			
De	**17-abr-13**	**Hasta**	**30-may-13**	
VENTAS MAS OTROS INGRESOS				
Ventas al contado		$ 1.589.200		92,70%
Ventas a crédito		$ 125.500		7,30%
Otros ingresos		$ -		
Total Ventas e Ingresos del Mes		**A**	**$ 1.714.700**	
COSTO MAS GASTOS DE FUNCIONAMIENTO DE LA TIENDA EN EL MES				
Inventario inicial de mercancías		$ 129.000		
Compras de contado		$ 1.281.000		
Compras a crédito		$ -		
Gastos personales del tendero (en efectivo)		$ 202.500		11,80%
Gastos del negocio		$ 18.400		1,10%
Inventario final de mercancías		$ 24.000		
TOTAL COSTO DE FUNCIONAMIENTO DE LA TIENDA EN EL MES		**B**	**$ 1.606.900**	
TOTAL GANANCIAS O PERDIDAS			**$ 107.800**	6,30%

SUELDO TENDERO DEL MES		
Gastos personales	$ 202.500	11,80%
Sueldo en consumo		
TOTAL SUELDO MES	**$ 202.500**	

Costo de mercancía vendida		1386000
Costo variable en porcentaje		80,83%
Margen de contribución		19,17%
Gastos del mes		220900
Número de días del periodo		43

Fuente: Elaboración propia

Consideración. El análisis se hace con base al total de las ventas de la empresa Panelas las Caucanitas, durante un periodo de 43 días.

Dentro de este periodo la empresa realizo ventas de contado por valor de $1.589.200 que representan el 92,7% de las ventas totales, mientras que el 7,30% restante hace parte de las ventas a crédito.

Los gastos de la empresaria y del negocio redujeron en gran parte por el apoyo que realizó en este periodo su esposo Jhon Jairo a cubrir los gastos familiares.

La empresa obtuvo una utilidad liquida de $107.800, gracias a la disminución de los gastos y costos de la empresa, además que el costo de compra de mercancía a disminuido en gran parte.

El margen de contribución al final del periodo es de 19,17%, aumento en comparación al margen de contribución inicial, mientras que el costo variable representa el 80,83%, que disminuyo en comparación al costo variable inicial. El precio de la panela se está estabilizando y su costo está disminuyendo lo que beneficia directamente a la empresa Panales las Caucanitas.

Tabla 20: Balance general final

BALANCE GENERAL FINAL					
NOMBRE DE LA EMPRESA	**PANELAS LAS CAUCANITAS**		**FECHA**	**30/05/2013**	
ACTIVOS			**PASIVOS**		
ACTIVOS CORRIENTES			**PASIVOS CORRIENTES**		
CAJA	$ 306.468	67%	OBLIGACIONES FINANCIERAS	$ 169.000	47%
CUENTAS POR COBRAR	$ 125.500	28%	PROVEEDORES	$ 190.000	53%
INVENTARIO DE MERCANCIAS	$ 24.000	5%	**TOTAL PASIVOS CORRIENTES**	**$ 359.000**	100%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**$ 455.968**	**87%**	**TOTAL PASIVOS**	**$ 359.000**	**100%**
ACTIVOS FIJOS			**PATRIMONIO**		
VEHICULO	$ 35.000	51%			
DEPRECIACION	$ 584	0,85%	CAPITAL	$ 58.000	35%
MUEBLES Y ENSERES	$ 35.000	7%	UTILIDADES DEL PERIODO	$ 107.800	65%
DEPRECIACION	$ 584	0,85%	**TOTAL PATRIMONIO**	**$ 165.800**	**100%**
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**$ 68.832**	**13%**	**TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO**	**$ 524.800**	
TOTAL ACTIVOS	**$ 524.800**	**100%**			

Fuente: Elaboración propia

Consideracion. Como se puede observar, los Activos se encuentran representados de la siguiente manera en el Balance Final; el activo corriente tiene la mayor representacion con un 87%, mientras que los activos fijos representan

solo el 13% del total de los Activos. La caja esta representada por un valor alto, debido a las ventas realizadas hasta este periodo, ademas que la empresaria realiza pedidos semanales y la rotacion del inventario es alta.

Las obligaciones financieras representa un 47% del total de los Pasivos, la empresaria realizó el pago de una cuota al crédito que se tiene con la Fundación Carvajal por valor de $74.000. los proveedores representan el 53% restante ya que se debe la mercancia que se pide semanalmente. Los proveedores manejan 15 dias de plazo para el pago de la mercancia.

En cuanto al patrimonio se obtuvo una utilidad del periodo por valor de $107.800, gracias a la disminución de los costos y gastos fijos de la empresa, y a la dismiucion del costo variable que ha venido disminuyendo gradualmente y ha estabilizado las ventas en la empresa.

3.2.3.4. Variación de estados financieros

Tabla 21: Variación en el estado de resultados

VARIACION ESTADO DE RESULTADOS	03/03/2013	30/05/2013	VARIACION
	COSTOS	GANANCIAS O PERDIDAS	%
VENTAS MES	$ 1.950.000	$ 1.714.700	-12%
COSTOS VARIABLES (-)	$ 1.766.700	$ 1.386.000	-22%
MARGEN DE CONTRIBUCION (=)	$ 183.300	$ 328.700	79%
COSTOS FIJOS Y GASTOS ADM. (-)	$ 409.500	$ 220.900	-46%
UTILIDAD LIQUIDA	$ -226.200	$ 107.800	$ 334.000

Fuente: Elaboración propia

Al 30 de mayo del 2013, las ventas del periodo se redujeron en un 12% en comparacion a las ventas iniciales del 03 de marzo del 2013, los costos variables se redujerón en un 22%, el precio de compra de la mercancia ha bajado sustancialmente, por esta razon el margen de contribucion tuvo una recuperación y su variacion de un periodo al otro fue de 79%. Esta recuperacion se debe a que los proveedores actualmente bajaron el costo de la panela, lo cual beneficia a la empresa Panelas las Caucanitas. Otro aspecto positivo que se resalta es la disminución de los costos y gastos fijos en 46%, gracias a la colaboracion de Jhon Jairo, esposo de Beatriz Camyo, y quien a contribuido con los gastos de la familia.

Finalmente la empresa paso de una perdida de $226.200 a genrar una utilidad liquida de $107.800.

Tabla 22: Variación en el balance general

VARIACIÓN BALANCE GENERAL	17-abr-13	30-may-13	
	BALANCE INICIAL	BALANCE FINAL	VARIACIÓN
ACTIVOS			
CAJA	$ 6.000	$ 306.468	5008%
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	$ 96.000	$ 125.500	31%
INVENTARIOS	$ 129.000	$ 24.000	-81%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	$ 231.000	$ 455.968	97%
ACTIVOS FIJOS			
MAQUINARIA Y EQUIPO	$ 35.000	$ 35.000	0%
MUEBLES Y ENSERES	$ 35.000	$ 35.000	0%
DEPRECIACIONES	$ -	$ 1.168	
TOTAL ACTIVO FIJO	$ 70.000	$ 68.832	-2%
TOTAL ACTIVOS	**$ 301.000**	**$ 524.800**	**74%**
PASIVOS			
OBLIGACIONES BANCARIAS	$ 243.000	$ 169.000	-30%
PROVEEDORES	$ -	$ 190.000	
TOTAL PASIVO CORRIENTE	$ 243.000	$ 359.000	48%
TOTAL PASIVOS	**$ 243.000**	**$ 359.000**	**48%**
PATRIMONIO			
CAPITAL	$ 58.000	$ 58.000	0%
UTILIDAD DEL PERIODO	$ -	$ 107.800	
TOTAL PATRIMONIO	**$ 58.000**	**$ 165.800**	**186%**
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	**$ 301.000**	**$ 524.800**	**74%**

Fuente: Elaboración propia

Para realizar en análisis de cada cuenta se tomo en cuenta la variación de un periodo a otro.

Caja, tuvo una variacion de 5008%, debido a que la empresaria tiene en efectivo el cobro de toda la mercancia vendida durante la semana, la cual invierte nuevamente en adquisicion de mercancias y pago a proveedores.

Cuentas por cobrar clientes, presento una variacion positiva del 31%, que representa la mercancia que se da a credito a los tenderos, la cual es cancelada en 8 dias.

Inventarios, disminuyo en un 81%, debido a que el inventario tieene una alta rotacion y al final de semana se ha entregado la totalidad de la mercancia a los clientes.

Activos fijos, sufrieron una disminucion del 2% debido al desgaste o al uso durante el periodo.

Obligaciones financieras, esta deuda se redujo en un 30% por el pago de una cuota que se hizo al credito adquirido con la Fundacion Carvajal. Este pago de la cuota equivale a $74.000.

Patrimonio, a final del periodo la empresa obtuvo un aumento en el patrimonio de 186%. Este incremento se dio ya que la empresa paso de tener una perdida al inicio del periodo, y se recupero durante el proceso arrojando finalmente una utilidad liquida de $107.800.

3.2.3.5. Variación razones financieras

Tabla 23: Variación indicadores financieros

RAZONES FINANCIERAS	Inicial	Final	%
LIQUIDEZ CORRIENTE	$ 0,95	$ 1,27	$ 0,32
PRUEBA DE FUEGO	$ 0,42	$ 1,20	$ 0,78
RAZON DE ENDEUDAMIENTO	81,00%	68,41%	-12,59%
RAZON DE AUTONOMIA	19,00%	34,59%	15,59%
RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	-12,00%	6,29%	18,29%
RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS	-75,00%	20,54%	95,54%
RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO	-390,00%	65,02%	455,02%
CAPITAL DE TRABAJO	$ -12.000	$ 96.968	$ 108.968

Fuente: Elaboración propia

Liquidez corriente, este indicador tuvo una variación positiva de $0,32, que fue el resultado del aumento del activo corriente, especialmente del efectivo o caja de la emmpresa. Lo que significa que por cada peso que debe la empresa, tiene disponible $1,27 para cubrir sus obligaciones.

Se considera que la liquidez es buena ya que la empresa tiene la capacidad de cacelar o responder por sus obligaciones a corto plazo.

Prueba de fuego, al final del periodo esta representa $1,20, tuvo un aumento y nos indica que la empresa tiene una alta representación en inventarios que es financiado por las ventas de mercancia. En comparación con los dos peridos se puede ver que hubo una variacion positiva de $0,78, lo que significa que aumento el efectivo o activo corriente sin contar el inventario de la empresa.

Razón de endeudamiento, al final del periodo encontramos que este indicador tiene una participacion del 68,41%, lo que nos indica que cada peso que tiene invertido en los activos el 68,41% a sido financiado por los acreedores a quienes se debe asumir la deuda. En comparacion de los dos periodos este indicador tuvo una variacion negativa del -12,59%, lo que nos indica que los activos aumentaron.

Razón de autonomia, este indicador nos muestra la capacidad que tiene la empresa para financiarse con recursos propio y que representan a final del periodo un 34,59%. En comparacion con el periodo anterior se puede observar que hubo un aumento del 15,59% y se debe a al aumento del patrimonio.

Rentabilidad sobre ventas, al final del periodo hubo una del 6,29%, debido a que la empresa al final del periodo obtuvo utilidad. En comparacion de los dos periodos hubo una variacion positiva del 18,29%, a causa de las buenas ventas y a que el costo variable de los producttos disminuyo y la empresa obtuvo un mejor margen de contribucion.

Rentabilidad sobre activos, este indicador nos indica que los activos de la empresa aumentaron a 20,54%, debido al aumento en la caja por la venta de mercancia y cobro a clientes y a la utilidad del periodo.

Rentabilidad sobre patrimonio, hubo una variacion positiva a final del periodo en este indicador de 65,02%. La variacion de un periodo a otro fue de 455,02%, ya que la empresa paso de tener una perdida operacional a recibir al final del periodo una utilidad operacional.

Capital de trabajo, este indicador se recupero al final del periodo y paso de un valor negativo de -$12.000 a pasar a un capital de trabaajo positivo al final de periodo de $96.968, resultado del incremento de los activos corrienntes.

3.2.4. Acompañamiento en mercadeo

Cuadro 10: Fortalezas y debilidades en el área de mercadeo

Fortalezas	Debilidades
Se tiene identificado los proveedores.	El local no es el adecuado para el manejo del negocio.
Productos de buena procedencia y buena calidad.	La empresa no tiene un aviso visible al cliente.
Se tiene identificada la competencia.	No se tiene tarjetas de presentación para dar a conocer mejor el negocio en el sector.
El producto se entrega directamente al cliente.	El precio de compra o costo de la mercancía es muy alto.
Buen servicio al cliente.	

Fuente: Elaboración propia

Producto. Panelas las Caucanitas es una empresa que ofrece panelas de al por mayor y detal, producidas en trapiches del Cauca, principalmente familiares de la señora Beatriz Camayo. Las panelas son reconocidas por sus vecinos del barrio Desepaz por la excelente calidad del producto.

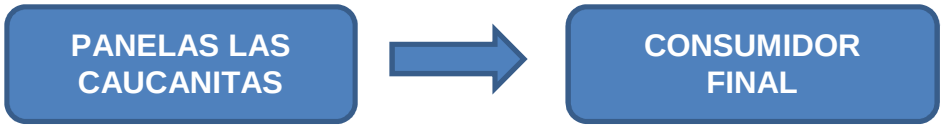
Promoción. Una de las estrategias que se llevaran a cabo con el apoyo de la empresaria y de la Fundación Carvajal es utilizar la panela ofrecida por la empresaria para producir dulces de guayaba, cocadas y turrones de maní, para lo cual se hicieron principalmente las cotizaciones de los ingredientes o materia prima y conocer el costo y viabilidad del plan de negocios que le ayudara a la empresaria a aumentar sus ventas y aprovechar que varios de sus clientes son tenderos a quienes se les ofrecerá el nuevo portafolio de productos.

Entre las cotizaciones se consultó el costo de un pendón para colocarlo en el local y que sea visible al cliente, el costo de un millar de tarjetas de presentación para distribuir a sus vecinos y clientes para dar a conocer mejor la empresa.

Plaza. El negocio se encuentra ubicado en el barrio Desepaz, el sector donde se encuentra ubicado el negocio es muy comercial.

Distribución. La distribución de los productos se hace directamente al cliente o consumidor.

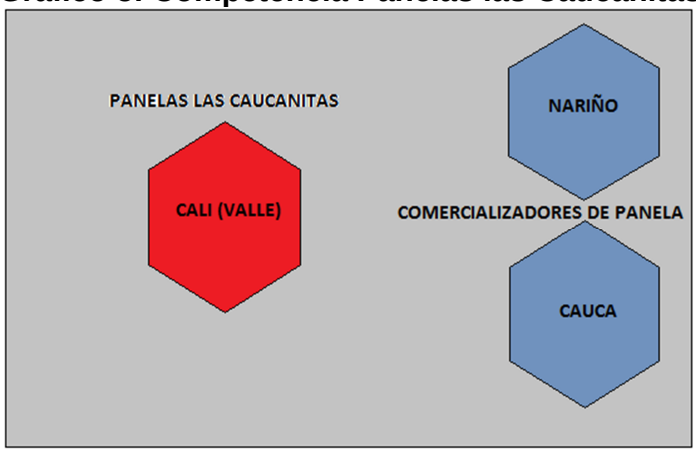
Grafico 4: Distribución



Fuente: Elaboración propia

Competencia. La competencia no afecta a la empresa debido a que los productos de la competencia son de más baja calidad. Por lo general son comerciantes de Nariño que traen la mercancía y la ofrecen a un precio similar al que maneja la señora Beatriz Camayo.

Grafico 5: Competencia Panelas las Caucanitas



Fuente: Elaboración propia

Proveedores. Los proveedores son fáciles de conseguir, pero actualmente los precios de la mercancía son muy altos lo que ha perjudicado a la empresaria y a las actividades diarias de la empresa.

3.2.5. Acompañamiento área legal

La empresa no se encuentra registrada ante la cámara de comercio, no tiene RUT, por lo tanto se le dio a conocer todo el proceso para que el empresario conozca muy bien sus obligaciones al momento de ser necesario.

Registro mercantil. El registro mercantil tendrá por objeto llevar la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio, así como la inscripción de todos los actos.

Renovación de la matricula mercantil. Dentro de los meses de enero, febrero y marzo de cada año, se debe renovar la matrícula del establecimiento para obtener los beneficios que de ella se derivan y evitar las sanciones legales.

RUT. El Registro Único Tributario (RUT), administrado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a las personas jurídicas y naturales declarantes de las obligaciones tributarias.

Ventajas

- Permite el acceso a mejores mercados.
- Acredita a la empresa y al empresario en el deber de sus obligaciones legales.
- Facilita el acceso a créditos con entidades financieras.
- Mejora la imagen de la empresa.
- Mayor credibilidad por parte de sus clientes en la prestación de su servicio y venta de productos.

Desventajas

- La legalización de una empresa implica ser responsable de impuestos lo cual no es recomendable para este tipo de empresas que no están fortalecidas y que no podrían cubrir estas obligaciones.

3.2.6. Acompañamiento área administrativa

Cuadro 11: Fortalezas y debilidades área administrativa

Fortalezas	Debilidades
Están bien definidos los roles de sus familiares que colaboran en el funcionamiento de la empresa.	No se ha definido la misión y la visión de la empresa.
Existe motivación por parte de la empresaria y de su familia que colabora en la empresa.	No se organizan las facturas de compra en una carpeta.
Buena disposición de tiempo para dirigir el negocio.	No se ha establecido el organigrama de la empresa.
	No se tiene conocimiento del proceso administrativo
	El empresario no se ha asignado un salario mensual.

Fuente: Elaboración propia

Planeación. Los roles de los integrantes de la familia se encuentran definidos, cumpliendo con cada una de las actividades diarias de la empresa. La microempresaria realiza el proceso de planeación de compra de mercancía, el cual se hace semanalmente y de acuerdo al pedido que hace el cliente. No se encuentra definido actualmente la misión y la visión de la empresa.

MISIÓN

Brindar a nuestros clientes panelas y dulces de buena calidad y sabor, trabajando con compromiso y responsabilidad para satisfacer las necesidades de la comunidad del barrio Desepaz.

Fuente: Elaboración propia

VISIÓN

En el 2.014 seremos la empresa comercializadora de panela más reconocida en el Barrio Desepaz surtiendo nuestros productos a los supermercados, tiendas y vecinos del barrio.

Fuente: Elaboración propia

Objetivos.

- Corto plazo: incrementar las ventas y mejorar el portafolio de productos del negocio.
- Mediano plazo: mejorar la infraestructura del negocio.
- Largo plazo: posicionar la empresa y los productos en el barrio Desepaz.

Organización. No había organización en el área financiera, se recomendó en el proceso de asesoría que se guardara las facturas de compra en una carpeta y se registren las ventas diarias y gastos fijos del negocio.

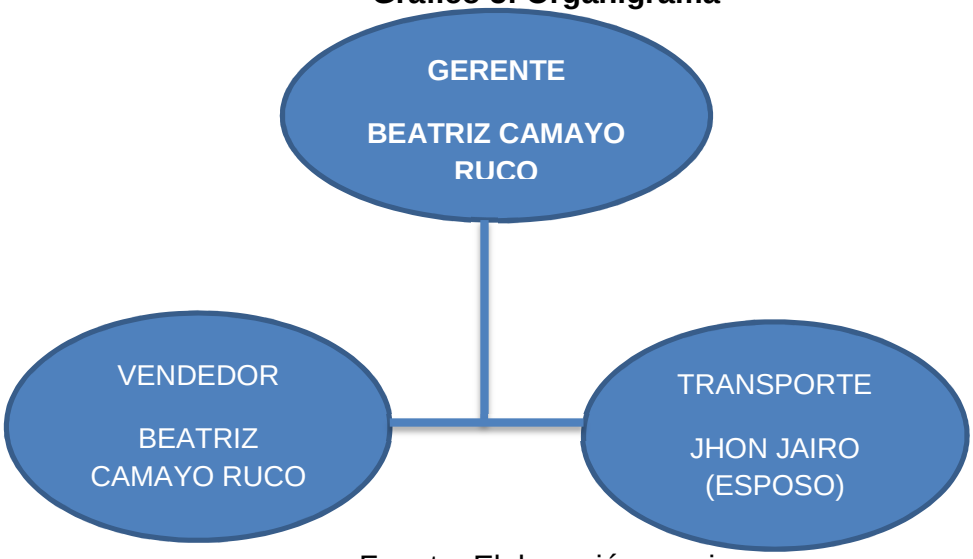
- Espacio: el local no es el adecuado para el manejo del negocio, no hay espacio para ubicar la mercancía en el local. El local está ubicado en el segundo piso de la casa del empresario, en la sala de la casa.

- Funciones: se elaboró (ver cuadro 12) un manual de funciones para asumir los roles de los encargados del negocio.

- Tiempo: la empresaria cuenta con el 60% para el manejo del negocio, el resto del tiempo se lo dedica a las labores de la casa y al cuidado de sus hijos.

Organigrama

Grafico 5: Organigrama



Fuente: Elaboración propia

Cuadro 12: Manual de funciones

BEATRIZ CAMAYO	**Gerente vendedora**	**- Hacer y recibir pedidos** **- Llevar la contabilidad** **- Entregar la mercancía al cliente o tendero.**
ESPOSO	Colaborador Transporte	- Transportar la mercancía desde el proveedor hasta su casa.

Fuente: Elaboración propia

Dirección.

- Liderazgo: el liderazgo del negocio lo asume la señora Beatriz Camayo, una, responsable, emprendedora, respetuosa y perseverante.
- Motivación: la empresaria está motivada por cumplir todas sus metas, y recibe el apoyo de toda su familia.

Control.

- En el área contable y finanzas se recomendó realizar inventarios cada tres meses, llevar los registros de ventas diarias, registrar los gastos personales y gastos del negocio y realizar un estado de ganancias y pérdidas mensual.

- El control en la compra de mercancías se hace de acuerdo a las existencias y a los pedidos semanales de cada cliente, de manera que se hace pedido cuando el cliente lo solicita o cuando hay poca mercancía para vender al detal a sus vecinos. Se tiene un debido cuidado con la calidad de los productos que se compran, verificando su calidad y sabor.

MATRIZ DOFA

MATRIZ DOFA EMPRESA		ANÁLISIS INTERNO	
		FORTALEZAS (F)	**DEBILIDADES (D)**
		6. Tiene disposición y motivación para dirigir su empresa. 7. Lleva un registro de cuentas en Excel y conoce los costos de su empresa. 8. El margen de contribuciones bueno, se en las últimas tres semanas. 9. La empresaria aprendió a realizar el inventario de mercancías. 10. Tiene clientes fieles. 11. Mejor calidad del producto que la competencia. 12. Conoce muy bien el producto que comercializa y sabe preparar dulces a base de panela.	5. No puede realizar los estados financieros de su empresa. 6. El local no es el adecuado para el manejo de su empresa. 7. La empresa no se encuentra registrada en la cámara de comercio. 8. Falta de recursos económicos para invertir en su empresa. 9. El local no se encuentra en un lugar estratégico para la venta de sus productos.
ANÁLISIS EXTERNO	**OPORTUNIDADES (O)**	**ESTRATEGIAS (FO)**	**ESTRATEGIAS (DO)**
	5. Apoyo de la Fundación Carvajal. 6. Aprovechar panela para producir dulces y distribuir a sus clientes (tenderos). 7. La calidad de sus productos es mejor que el de la competencia. 8. Aspirante a créditos en la Fundación Carvajal para plan de negocios.	4. Aplicar los conocimientos adquiridos para fortalecer la empresa. F1, F2, F3, O1. 5. Mejorar el portafolio de productos que ofrece la empresa. F4, F5, F6, F7, O1, O2, O3, O4. 6. Realizar promociones para fidelizar a sus clientes. F5, O3. 7. Aplicar su conocimiento para producir nuevos productos. F7, O2	4. Aprovechar las asesorías, ayudas y capacitaciones de la Fundación Carvajal. D1, D4, O1, O4. 5. Reubicar la empresa en un local visible a los clientes y en un sector comercial. D2, D5, O4. 6. Tener iniciativa de ahorro para capitalizar la empresa. D4, O4.
	AMENAZAS (A)	**ESTRATEGIAS (FA)**	**ESTRATEGIAS (DA)**
	4. Inseguridad en el sector. 5. Bajos ingresos en la comunidad. 6. Cambios climáticos perjudican costo de la mercancía.	4. Ofrecer un nuevo portafolio de productos a bajos precio para ofrecer y fidelizar a sus clientes. F5, F6, F7, A2. 5. Estudiar y conocer las temporadas que afectan el funcionamiento de la empresa debido a los cambios climaticos.F1, F7, A3.	3. Registrar la empresa ante la cámara de comercio. D3, A1. 4. Aprovechar el apoyo de la Fundación Carvajal. D1, D2, D4, A1, A3.

Fuente: Elaboración propia

3.3. VARIEDADES AMM

NOMBRE DEL EMPRESARIO	Variedades AMM
# DE CEDULA DE CIUDADANIA	66.837.035
SECTOR	Comercio
ACTIVIDAD PRIMARIA	Tienda
ACTIVIDAD SECUNDARIA	Venta de bisutería
ACTIVIDAD TERCIARIA	Venta de ropa
FECHA DE CONSTITUCION DE LA EMPRESA	15 de noviembre del 2.006
DIRECCION	Carrera 41 E3 # 52-29
BARRIO	Ciudad Córdoba

Fuente: Elaboración propia

3.3.1. Reseña histórica

Esta microempresa está a cargo de la señora Ana Milena Mendoza, tiene 42 años de edad, actualmente vive con su esposo y su hijo, la dirección del negocio está a cargo de Ana Milena y su esposo Joaquín, su familia depende económicamente del negocio y de otros ingresos derivados como el arriendo del segundo piso de su casa y aportes de familiares. Inicio sus actividades como empresaria en el año 2006 cuando decidió crear su miscelánea en un local de su casa. Ana Milena es una persona amable, solidaria, con muchas ganas de aprender cosas nuevas cada día y sobre todo una persona emprendedora.

3.3.2. Acompañamiento en al área de costos

En la microempresa Variedades AMM nunca se ha realizado un estudio general de costos, por lo cual se desconoce el punto de equilibrio, el margen de contribución, los costos fijos y los gastos de administración. La empresaria tiene conocimientos técnico en contabilidad, actualmente realiza un curso en contabilidad con la Fundación Carvajal. El empresario conoce el costo variable de los productos, además guarda sus facturas de compra con el fin de fijar el precio de venta de sus productos. El empresario conoce sus costos fijos y gastos administrativos pero no lleva un registro de los mismos.

Cuadro 13: Fortalezas y debilidades área de costos

Fortalezas	Debilidades
Guarda facturas de compra.	No hay asignación de un sueldo para el empresario.
Obtención de mercancía a bajos precios.	No conoce el margen de contribución, el punto de equilibrio del negocio.
Conoce los costos y gastos fijos mensuales.	No se realizan inventarios ni se conoce las utilidades del negocio.

Conocimiento técnicos contables.	No se lleva un registro de ventas del negocio.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24: Margen de contribución

MARGEN DE CONTRIBUCION COMERCIO	**17,71%**

COSTO VARIABLE DE COMERCIO	**82,29%**

Fuente: Elaboración propia

Consideración. El margen de contribución promedio de Variedades AMM es de 17,71%, lo que quiere decir, que por cada $100 que venda le están quedando $17,71 para cubrir sus costos y gastos fijos; este margen es considerado como muy bueno dentro del sector de tiendas porque supera el promedio que está dentro del rango 14% y 16%. El costo variable de sus productos representa un 82,29%.

Para el cálculo del margen de contribución se tuvieron en cuenta los 20 productos más representativos y de mayor venta en el negocio, por lo cual podemos ver que los productos más importantes y que representan mayor venta son los productos de tienda y bebidas alcohólicas.

Tabla 25: Gastos personales

GASTOS PERSONALES			
Alimentación en pesos	$	500.000	
Transporte familia	$	176.000	
Recreación	$	100.000	
Citas médicas y medicina	$	100.000	
Servicios públicos casa	$	140.000	
Teléfono	$	30.000	
Gas domiciliario	$	9.000	
Parabólica	$	85.000	
Chance	$	30.000	
Consumo familiar	$	100.000	
Impuestos	$	26.650	
Total sueldo empresario			**$ 1.296.250**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26: Gastos de la empresa

GASTOS DE LA EMPRESA		
Servicios públicos	$	160.000
Empaques	$	25.000

Vigilancia	$ 5.000	
Gastos personales	**$ 1.296.250**	
Total Gastos Generales		**$ 1.486.250**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26: Otros ingresos

OTROS INGRESOS		
Celular	$	228.420
Sistemas	$	200.000
Arriendo	$	350.000
Otros ingresos	$	150.000
TOTAL OTROS INGRESOS	**$**	**928.420**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 27: Valor neto gastos tienda

TOTAL GASTOS GENERALES	**$ 1.486.250**
MENOS	
TOTAL OTROS INGRESOS	**$ 928.420**
VALOR NETO GASTOS TIENDA	**$ 557.830**

Fuente: Elaboración propia

Consideración. De acuerdo al calculo de los gastos personales y gastos fijos del empresario se puede observar que hacienden a $1.486.250, y se considera que son muy altos, debido a que muchos de estos gastos son familiares y satsifacen todas sus necesidades con los ingresos generados por la microempresa y por medio de ingresos extras que recibe por concepto de arrendamientos de un segundo piso de su casa, ayudas familiares e ingresos por servicios extras prestados en el negocio como venta de minutos y servicio de fotocopias y redaccion de cartas y otros documentos que sus clientes le solicitan, los cuales hacienden a $928.420.

Tabla 28: Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO MES	$ 3.149.802
PUNTO EQUILIBRIO DIARIO	$ 104.993

Fuente: Elaboración propia

Consideración. El punto de equilibrio mensual de Variedades AMM es de $3.149.802, lo cual equivale a un punto de equilibrio diario de $104.993. Lo que nos indica que Variedades AMM a cargo de la empresaria Ana Milena Mendoza mínimo tiene que vender $104.993 diario para poder cubrir sus gastos personales y gastos fijos del negocio.

Tabla 29: Estado de ganancias y pérdidas

Fecha de elaboración: 03 de marzo del 2.013

	%	ESTUDIO COSTOS
VENTAS PROMEDIO MES	100%	$ 12.377.143
COSTOS VARIABLES (-)	82%	$ 10.185.151
MARGEN DE CONTRIBUCION (=)	18%	$ 2.191.992
COSTOS FIJOS Y GASTOS (-)	5%	$ 557.830
UTILIDAD	13%	$ 1.634.162

Fuente: Elaboración propia

Consideración. El empresario no ha sido asesorado anteriormente por estudiantes universitarios.

El empresario no lleva ningún tipo de registro, solamente guarda las facturas de compra, a pesar de que tiene conocimientos técnicos sobre contabilidad nunca los ha aplicado en su negocio.

Se le enseño a la empresaria a llevar sus cuentas más ordenadas y se le enseño algunos conceptos contables y financieros y que pueda aplicar en su negocio como el balance general y el estado de ganancias y pérdidas. Se le enseño a manejar las planillas de Excel para que llevara sus registros de ventas y costos y gastos fijo del negocio, ya que el empresario cuenta con la habilidad y con el conocimiento para el manejo de Excel. Actualmente se encuentra matriculada en el curso de contabilidad en la Fundación Carvajal.

No se han realizado anteriormente inventarios de mercancías, por lo cual se le recalco y enseño a la empresaria a realizar inventarios cada tres meses para conocer la situación inicial de su negocio y construir el balance general inicial. El inventario de mercancía se llevó a cabo junto con la empresaria y con la ayuda de un asesor de la Cooperativa de la RTA.

Al inicio de la asesoría se calculó el estado de resultados de costos promedio de la empresa Variedades AMM, el cual nos arrojó una utilidad mensual de $1.633.650. Como podemos ver no es una utilidad muy buena debido a que tiene varios ingresos que ayudan a disminuir sus costos y gastos fijos mensuales, a pesar de que estos costos y gastos son muy altos, podemos ver que la empresa es muy rentable y que sus ventas mensuales son muy buenas.

3.3.3. Acompañamiento en el área contable y financiera

El empresario no ha llevado ningún tipo de asesoría anteriormente, no lleva ningún tipo de registro contable, a pesar de que la empresaria tiene conocimientos técnicos sobre contabilidad. Tiene la disciplina de guardar las facturas de compra las cuales usa también para fijar precios de venta y ver el costo de cada producto. Actualmente está inscrita en el curso de contabilidad que ofrece la Fundación Carvajal. Además tiene conocimiento y habilidades en sistemas y quiere aprender a manejar su contabilidad por medio de hojas de cálculo Excel.

Se le enseño a la empresaria a llevar sus cuentas más ordenadas y se le enseño algunos conceptos contables y financieros y que pueda aplicar en su negocio como el balance general y el estado de ganancias y pérdidas.

No se han realizado anteriormente inventarios de mercancías, por lo cual se le recalco y enseño a la empresaria a realizar inventarios cada seis meses para conocer la situación inicial de su negocio y construir el balance general inicial. El empresario no ha tenido acompañamiento por parte de un estudiante anteriormente, quien llevo a cabo todo el proceso de asesoría.

No se han realizado inventarios de mercancía indispensable para realizar el balance general inicial y el cual se llevó a cabo con la ayuda del empresario y un asesor de la Cooperativa de la RTA.

Se enseñó a la empresaria a registrar todas sus ventas diarias, guardar facturas y registrar los gastos personales y del negocio.

Realizamos el inventario por conteo físico del negocio junto con el empresario y construimos el balance general inicial de la microempresa.

Cuadro 14: Fortalezas y debilidades área contable y financiera

Fortalezas	Debilidades
Tiene conocimientos técnicos de contabilidad y sistemas.	Actualmente no se llevan registros diarios de ventas.
Guarda facturas de compra.	No se realizan inventarios con frecuencia.
	No se conoce ni realizan estados financieros.
	Gran parte de las ventas son a crédito.

Fuente: Elaboración propia

3.3.3.1. Balance general inicial

Tabla 29: Balance general inicial

BALANCE GENERAL INICIAL					
NOMBRE DE LA EMPRESA	**VARIEDADES AMM**		**FECHA**	**18/04/2013**	
ACTIVOS			**PASIVOS**		
ACTIVOS CORRIENTES			**PASIVOS CORRIENTES**		
CAJA	$ 38.000	0,40%	OBLIGACIONES FINANCIERAS	$ 9.800.000	97,9%
CUENTAS POR COBRAR	$ 506.850	5,24%	PROVEEDORES	$ 209.000	2,1%
INVENTARIO DE MERCANCIAS	$ 9.129.000	94,36%	**TOTAL PASIVOS CORRIENTES**	**$ 10.009.000**	100%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**$ 9.673.850**	**74,4%**	**TOTAL PASIVOS**	**$ 10.009.000**	**100%**
ACTIVOS FIJOS			**PATRIMONIO**		
MAQUINARIA Y EQUIPO	$ 2.850.000	85,6%			
MUEBLES Y ENSERES	$ 480.000	14,4%	CAPITAL	$ 2.994.850	100%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**$ 3.330.000**	**25,6%**	**TOTAL PATRIMONIO**	**$ 2.994.850**	**100%**
TOTAL ACTIVOS	**$ 13.003.850**	**100%**	**TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO**	**$ 13.003.850**	

Fuente: Elaboración propia

Consideración. El proceso de asesoría en el área contable se llevó a cabo el 18 de abril del 2013, en la cual realizamos el inventario de mercancía y de activos fijos con el fin de determinar el valor de inversión que tiene el empresario en estos dos aspectos, además conocer su participación el balance inicial. Se contó el efectivo disponible en caja, el valor que den sus clientes actualmente y el valor de las obligaciones financieras y proveedores.

Activos. Observamos que la estructura del activo corriente está compuesto por el efectivo que representa un 0,40%, las cuentas por cobrar que tienen una representación de un 5,4%, finalmente el inventario de mercancía un 94,36%, que tiene la representación más alta en el activo corriente debido al gran surtido de mercancía que se tiene en el negocio. La empresaria maneja un flujo de efectivo pequeño debido a que cada 8 días está haciendo pedidos y cancela la mayoría de estos pedidos de contado. El activo corriente tiene la mayor participación en los activos con un 74,4%.

Los activos fijos tienen una participación del 25,6% del total de activos de la empresa.

Pasivos. La empresaria tiene un crédito muy alto con una entidad financiera, el cual fue adquirido para invertir en la empresa para surtirla de mercancía y compra de activos fijos. Esta obligación tiene una participación de un 97,9% del total de los pasivos.

Los proveedores no representan un alto porcentaje en los pasivos debido a que la mayoría de la mercancía comprada es de contado. Estos tienen una participación del 2,1% del total de los pasivos.

Patrimonio. El capital de trabajo para iniciar las actividades fue por medio de un préstamo con una entidad financiera y con ahorros de la empresaria. La acumulación de utilidades ha sido débil porque actualmente se debe un alto valor de un crédito con una entidad financiera, lo cual ha afectado esta capitalización.

3.3.3.2. Razones financieras

Cuadro 15: Indicadores financieros

INDICADOR FINANCIERO	ANALISIS
Liquidez corriente	Por cada $1 que debe la empresa, tiene $0,97 para cubrir la deuda, lo cual significa que la empresa débilmente puede hacerle frente a las obligaciones financieras. **REGULAR**
Prueba de fuego	Por cada $1 que la empresa debe, tiene $0.05 sin contar con sus inventarios para cubrir sus obligaciones. **REGULAR**
Razón de endeudamiento	Esto nos quiere decir que la empresa tiene un 77% de sus activos financiado por sus acreedores. **REGULAR**
Razón de autonomía	Esto quiere decir que la empresaria tiene un grado de pertenencia de la empresa de un 23%. **REGULAR**
Rentabilidad sobre las ventas	Esto nos indica que las utilidades de la empresa representan un 13% del total de las ventas.
Rentabilidad sobre activos	Esto nos indica que los activos de la empresa generaron un 12% de las utilidades.
Rentabilidad sobre patrimonio	Esto nos indica que el patrimonio de la empresa genero un 54% de las utilidades.

Capital de trabajo	Esto nos indica que la empresa tiene capital de trabajo negativo para seguir desarrollando sus actividades. -$335.150, debido a la alta participación de mercancía en inventario y a sus obligaciones financieras.

Fuente: Elaboración propia

3.3.3.3. Estados financieros finales

Tabla 30: Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADO				
Nombre de la Tienda	**VARIEDADES AMM**			
De	**18-abr-13**	**Hasta**	**30-may-13**	
VENTAS MAS OTROS INGRESOS				
Ventas al contado		$ 12.251.144		84,90%
Ventas a crédito		$ -		15,10%
Otros ingresos		$ 2.178.420		
Total Ventas e Ingresos del Mes		**A**	**$ 14.429.564**	
COSTO MAS GASTOS DE FUNCIONAMIENTO DE LA TIENDA EN EL MES				
Inventario inicial de mercancías		$ 9.129.000		
Compras de contado		$ 7.508.000		
Compras a crédito		$ 1.296.650		
Gastos personales del tendero (en efectivo)		$ 1.296.650		9,00%
Gastos del negocio		$ 224.100		1,60%
Inventario final de mercancías		$ 6.555.534		
TOTAL COSTO DE FUNCIONAMIENTO DE LA TIENDA EN EL MES		**B**	**$ 11.602.216**	
TOTAL GANANCIAS O PERDIDAS			**$ 2.827.348**	19,60%

SUELDO TENDERO DEL MES		
Gastos personales	$ 1.296.650	9,00%
Sueldo en consumo		
TOTAL SUELDO MES	**$ 1.296.650**	

Costo de mercancía vendida		$ 10.081.466
Costo variable en porcentaje		69,87%
Margen de contribución		30,13%
Gastos del mes		$ 1.520.750
Número de días del periodo		42

Fuente: Elaboración propia

Consideración. El análisis se hace con base al total de las ventas de la empresa Variedades AMM, durante un periodo de 42 días.

La empresa durante este periodo realizo ventas de contado por $12.251.144 y que representan un 84,90% del total de los ingresos y ventas del mes, el 15,10% hace parte a otros ingresos que recibe la empresaria por concepto de arrendamiento del segundo pido de su casa, venta de minutos, redacción de cartas y ayudas familiares.

La empresaria no tiene ventas a crédito, actualmente su valor es $0, debido a que este valor fue cancelado el último día del periodo contable, estas ventas se hacen a policías que hacen su pago al final del mes.

Los gastos de la empresaria y del negocio aumentaron a $1.520.750, pero gracias a los ingresos extras del empresario se cubrió la totalidad de estos.

El costo variable disminuyo a un 69,87% debido a la participación de los ingresos extras que tiene la empresaria. El margen de contribución aumento a 30,13% gracias a que la empresaria recibe ingresos extras que ayuna aumentar sus ingresos y a cubrir sus costos y gastos fijos, este margen es muy bueno y no corresponde generalmente al promedio de margen de contribución de las tiendas o misceláneas.

Cuadro 31: Balance general final

BALANCE GENERAL FINAL					
NOMBRE DE LA EMPRESA	**VARIEDADES AMM**		**FECHA**	**30/05/2013**	
ACTIVOS			**PASIVOS**		
ACTIVOS CORRIENTES			**PASIVOS CORRIENTES**		
CAJA	$ 868.800	12%	OBLIGACIONES FINANCIERAS	$ 4.693.386	96%
CUENTAS POR COBRAR	$ 0	0%	PROVEEDORES	$ 207.000	4%
INVENTARIO DE MERCANCIAS	$ 6.555.534	88%	**TOTAL PASIVOS CORRIENTES**	**$ 4.900.386**	100%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**$ 7.424.334**	**69%**	**TOTAL PASIVOS**	**$ 4.900.386**	**100%**
ACTIVOS FIJOS			**PATRIMONIO**		
MAQUINARIA Y EQUIPO	$ 2.850.000	86%			
DEPRECIACION	$ 23.750	0,72%	CAPITAL	$ 2.994.850	51%
MUEBLES Y ENSERES	$ 480.000	4%	UTILIDADES DEL PERIODO	$ 2.827.348	49%
DEPRECIACION	$ 8.000	0,24%	**TOTAL PATRIMONIO**	**$ 5.822.198**	**100%**
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**$ 3.298.250**	**31%**	**TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO**	**$ 10.722.584**	
TOTAL ACTIVOS	**$ 10.722.584**	**100%**			

Fuente: Elaboración propia

Consideracion. Como se puede apreciar los Activos estan representados por un 69% por los activos corrientes, mientras que los Activos fijos representan un 31%. los inventarios son los mas representativos dentro de los Activos corrientes, y tienen una participacion del 88%, mientras que el 8% restante hace parte del efectivo de la empresa.

Los pasivos se encuentran representados por las obligaciones financieras que tienen una participacion 96% y el 4% hace parte de los proveedores. Las obligaciones financieras se han reducido en gran parte por las ayudas de dinero de su hijo las ccuales se han utilizado para reducir dicha deuda.

En cuanto al patrimonio se obtuvo una utilidad del periodo por valor de $2.827.348.

3.3.3.4. Variación de estados financieros

Tabla 31: Variación en el estado de resultados

VARIACION ESTADO DE RESULTADOS	03/03/2013	30/05/2013	VARIACION
	COSTOS	GANANCIAS O PERDIDAS	%
VENTAS MES	$ 12.377.143	$ 14.429.564	17%
COSTOS VARIABLES (-)	$ 10.185.151	$ 10.081.466	-1%
MARGEN DE CONTRIBUCION (=)	$ 2.191.992	$ 4.348.098	98%
COSTOS FIJOS Y GASTOS ADM. (-)	$ 557.830	$ 1.520.750	173%
UTILIDAD LIQUIDA	$ 1.634.162	$ 2.827.348	$ 1.193.186

Fuente: Elaboración propia

Consideración. Variedades AMM, obtuvo ventas al final del periodo por un valor de $14.429.564 y su varacion con respecto al periodo anterior fue de 17%, el aumento generado se origino por los ingresos extras que tiene la empresaria.

Los costos variables permanecen constantes entre los dos periodos y la variacion es negativa, de -1%. El margen de contribucion de la empresa al final del periodo represnto un valor de $4.348.098, y represento una variacion positiva del 98%, a causa del apoyo o ingreso extra que recibe de su hijo, especialmente este periodo que dicho aporte fue demasiado alto, aunque siempre ha sido variable.
Los costos y gastos fijos de la empresa aumentaron en un 173%, a causa de los pagos que se realizaron por concepto de cuotas bancarias atrasadas, pero gracias al margen de contribucion se cubrieron dichos gastos.

Finalmente la empresa aumento su utilidad liquida enn $1.193.186, gracias a las ventas mensuales y los ingresos extras que recibe el empresario y que le ayudan a cubrir los costos y gastos fijos de la empresa.

Tabla 32: Variación en el balance general

VARIACIÓN BALANCE GENERAL	18-abr-13	30-may-13	
	BALANCE INICIAL	BALANCE FINAL	VARIACIÓN
ACTIVOS			
CAJA	$ 38.000	$ 868.800	2186%
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	$ 506.850	$ -	-100%
INVENTARIOS	$ 9.129.000	$ 6.555.534	-28%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	$ 9.673.850	$ 7.424.334	-23%
ACTIVOS FIJOS			
MAQUINARIA Y EQUIPO	$ 2.850.000	$ 2.850.000	0%
MUEBLES Y ENSERES	$ 480.000	$ 480.000	0%
DEPRECIACIONES	$ -	$ 31.750	
TOTAL ACTIVO FIJO	$ 3.330.000	$ 3.298.250	-1%
TOTAL ACTIVOS	**$ 13.003.850**	**$ 10.722.584**	**-18%**
PASIVOS			
OBLIGACIONES BANCARIAS	$ 9.800.000	$ 4.693.386	-52%
PROVEEDORES	$ 209.000	$ 207.000	-1%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	$ 10.009.000	$ 4.900.386	-51%
TOTAL PASIVOS	**$ 10.009.000**	**$ 4.900.386**	**-51%**
PATRIMONIO			
CAPITAL	$ 2.994.850	$ 2.994.850	0%
UTILIDAD DEL PERIODO	$ -	$ 2.827.348	
TOTAL PATRIMONIO	**$ 2.994.850**	**$ 5.822.198**	**94%**
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	**$ 13.003.850**	**$ 10.722.584**	**-18%**

Fuente: Elaboración propia

Para realizar en analisis de cada cuenta se tomo en cuenta la variacion de un periodo a otro.

Caja., tuvo una variacion positiva del 2186%, este incremento se debe a que al final del periodo los clientes realizaron sus pagos y no se ha realizado compra de mercancia para surtir el negocio.

Cuentas por cobrar cliente., la empresa no tien participacion en esta cuenta ya que a final del mes los clientes, policias a quienes se les da credito cancelaron su deuda al final del mes. Estos son los unicos clientes a quienes se les da mernacia a credito.

Inventarios, disminuyeron en un 28%, y se debe a que el empresarios al final del mes no habia realizado pedido de las bebidas alcoholicas y otros productos. Ademas que el empresario uso parte del dinero invertido en los inventarios para el pago de cuotas atrasadas de un credito con una entidad financiera.

Activos fijos, sufrieron una disminucion del 1% debido al desgaste o al uso durante el periodo.

Obligaciones financieras, esta obligacion se redujo en un 52%, debido al pago que se realizo con los ingresos extras que recibe la empresaria y otra parte del dinero que se invierte para la compra de mercancia. Se le aconsejo a la empresaria llevar a cabo los pagos de las cuotas de dichos creditos.

Patrimonio, a final del periodo se genro un incremento del patrimonio en un 94% generado principalmente por la utilidad del periodo.

3.3.3.5. Variación razones financieras

Tabla 33: Variación indicadores financieros

RAZONES FINANCIERAS	Inicial	Final	%
LIQUIDEZ CORRIENTE	$ 0,97	$ 1,51	$ 0,54
PRUEBA DE FUEGO	$ 0,54	$ 0,18	$ -0,36
RAZON DE ENDEUDAMIENTO	76,97%	45,70%	-31,27%
RAZON DE AUTONOMIA	23,03%	54,30%	31,27%
RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	13,20%	19,59%	6,39%
RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS	12,57%	26,37%	13,80%
RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO	54,57%	48,56%	-6,01%
CAPITAL DE TRABAJO	$ -335.150	$ 2.523.948	$ 2.859.098

Fuente: Elaboración propia

Liquidez corriente, la empresa en el periodo final obtuvo una liquidez corriente de $1,51, lo que nos indica que por cada peso que la empresa debe, tiene $1,51 para cubrir sus obligaciones a corto plazo.

El incremento de un periodo a otro fue de $0,54, lo que nos quiere decir que la caja aumento, ya sea por el pago de clientes, por la venta de mercancía, o porque no se han realizado pagos a proveedores. Los inventarios permanecen en constante movimiento, rotación de inventarios alta.

Esta liquidez es considerada satisfactoria, puesto que nos muestra que la empresa tiene la capacidad de cancelar sus obligaciones a corto plazo.

Prueba de fuego, este indicador tiene una representacion al final del periodo de $0,18, sin incluir los inventarios, ya que hacen parte de los activos que se tardan en convertirse enn dinero. En comparación con el periodo anterior se presentó una disminución de $0,36, debido a que disminuyo el activo corriente y los inventarios de mercancía.

Razon de endeudamiento, este indicador tiene una participacion del 45,7%, lo que nos indica que cada peso que se tiene invertido en los activos a sido finaciado por los acreedores.

La variación de un periodo a otro es de -31,27%, generado principalmente por la disminución de los pasivos que tiene la compañía principalmente la reducción de las obligaciones financieras. Es decir que los recursos se han destinado al pago de deudas.

Razon de autonomia, este indicador nos muestra la capacidad que tiene la empresa para financiarse con recursos propios y que representan a final del periodo un 54,30%. En comparacion con el periodo anterior se puede observar que hubo un aumento del 31,27%, lo que se considera muy bueno y se debe a un aumento del patrimonio y las utilidades de la empresa.

Rentabilidad sobre ventas, la representacion de este indicador al final del periodo es de 19,59%, en comparacion con el periodo anterior se presento un incremento del 6,39%, debido a la rentabilidad del periodo, originado por el bajo costo y el incremento de ventasdel periodo.

Rentabilidad sobre activos, este indicador nos indica que los activos de la empresa pueden incrementarse en un 13,8%, debido al incremento de las utilidades del periodo.

Rentabilidad sobre patrimonio, podemos observar que el patrimonio para el periodo inicial y final es de 54,57% y 48,56% respectivamente, es decir que hubo un aumento de la utilidad en 1.20% con relación al último periodo.

Capital de trabajo, al final del periodo este indicador tuvo una representacion de $2.523.948, en comparacion con el periodo anterior, hubo un incremento de $2.859.098, el cual se logro aumentando los activos corrientes como el efectivo, pero principalmente por ql pago de los pasivos corrientes, obligaciones finacieras a corto plazo.

3.3.4. Acompañamiento en mercadeo

Cuadro 16: Fortalezas y debilidades en el área de mercadeo

Fortalezas	Debilidades

Se tiene identificado los proveedores y son fáciles de conseguir.	El local es muy pequeño.
Precios bajos	No se manejan promociones.
Buen portafolio de productos y servicios.	No se tiene precios visibles de los productos que se ofrecen al cliente.
Productos de buena procedencia y buena calidad.	Muchos productos no son visibles al cliente.
El sector es muy comercial	
El negocio permanece siempre ordenado.	

Fuente: Elaboración propia

Producto. Variedades AMM es una empresa que satisface las necesidades de la comunidad del barrio Ciudad Córdoba, ofreciendo productos de tienda con un gran surtido, productos de bisutería y toda clase de papelería, además presta el servicio de fotocopiado y redacción de cartas. Los fines de semana se vende bebidas alcohólicas y se presta el servicio de música para que sus clientes compartan un momento agradable en el negocio.

Los productos que se ofrecen en Variedades AMM son de consumo familiar, de tal manera que el inventario de productos está en constante movimiento, para lo cual es importante que el empresario mantenga exhibidos de manera adecuada los productos necesarios para la venta.

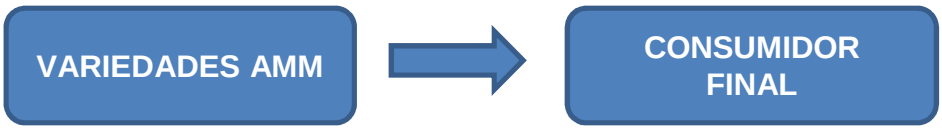
La calidad de los productos es muy buena y es comprada a proveedores confiables y legales.

Promoción. Observamos que una estrategia para implementar en el negocio es implementar chispas o precios visibles en los productos más importantes que se manejan en el negocio, de esta manera el cliente se sentirá más seguro al momento de realizar su compra. Se le ordeno los estantes del negocio y ordenamos los productos para que sean más visibles al cliente. Se propuso al empresario hacer promociones de la papelería que se ofrece en el negocio, ya que gran parte de esta son talonarios de recibos de caja, pagares y contratos los cuales han tenido muy poca rotación. Se recomendó ofrecer a colegio o escuelas o entidades que utilicen para uso didáctico.

Plaza. El sector es muy comercial, el negocio está ubicado sobre una calle peatonal, la cual es muy transitada y el flujo de personas es muy alto.

Distribución. La distribución de los productos es al consumidor final directamente en el local comercial de la empresa.

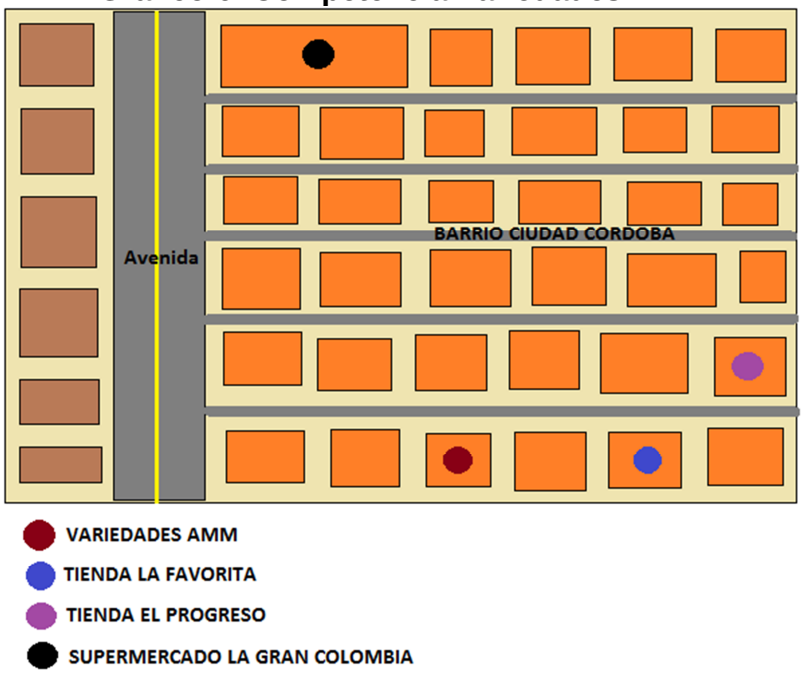
Grafico 6: Distribución



Fuente: Elaboración propia

Competencia. La competencia es desleal, trata de convencer a los clientes de Variedades AMM ofreciéndoles los productos y servicios a precios más bajos, pero gracias a la excelente atención al cliente y a la calidad de los productos los clientes están fidelizados con Variedades AMM y la competencia no está afectando el desarrollo de sus actividades.

Grafico 6: Competencia Variedades AMM

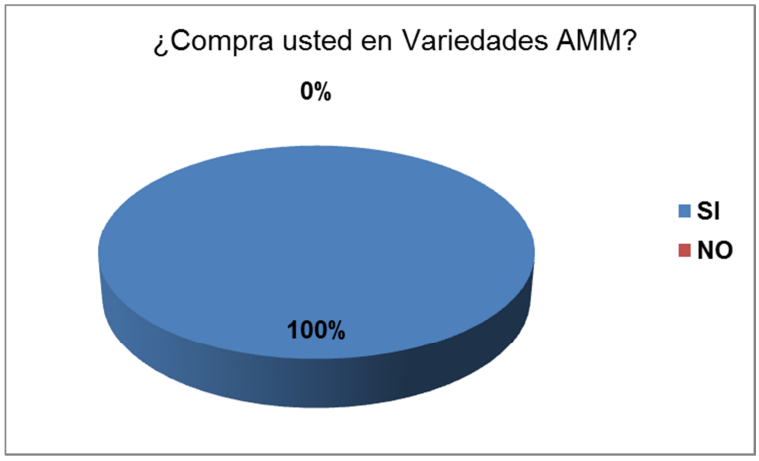


Fuente: Elaboración propia

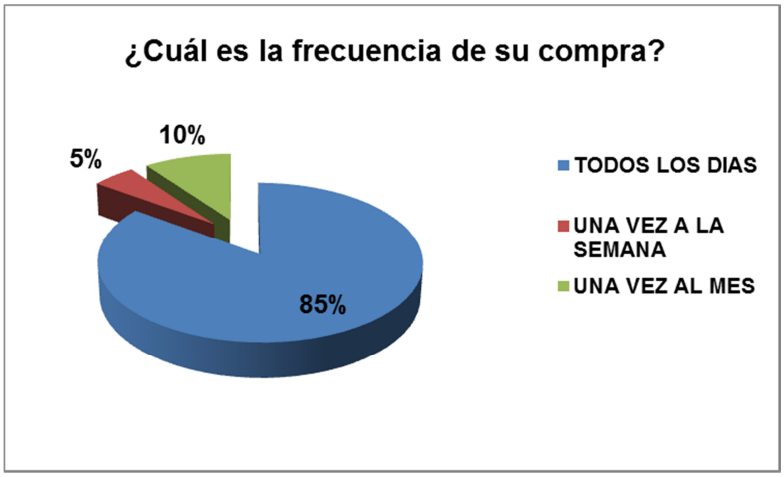
Proveedores. Los proveedores son fáciles de conseguir, la mayoría llegan al negocio hacer sus pedidos, son proveedores legales y reconocidos, manejan productos de buena calidad.

3.3.4.1. Encuesta

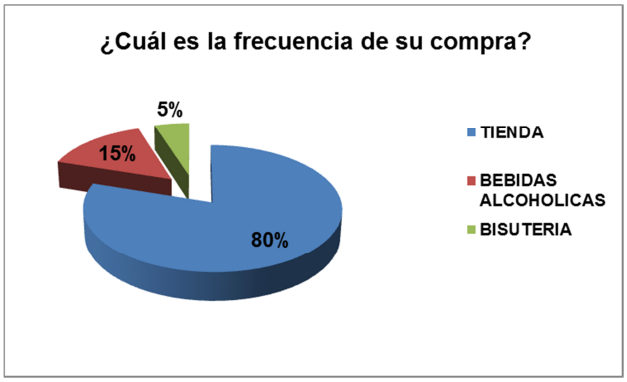
1. ¿Compra usted en Variedades AMM?



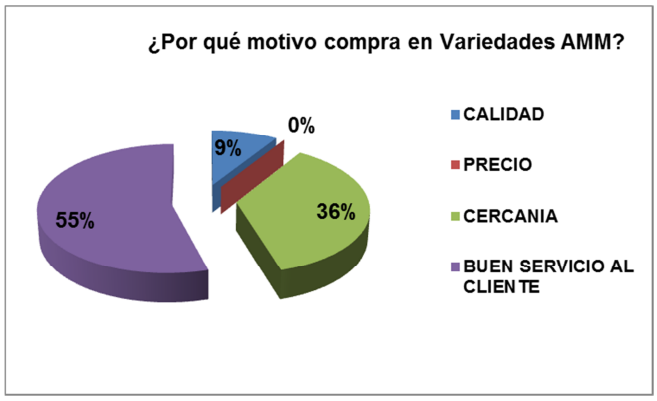
2. ¿Cuál es la frecuencia de su compra?



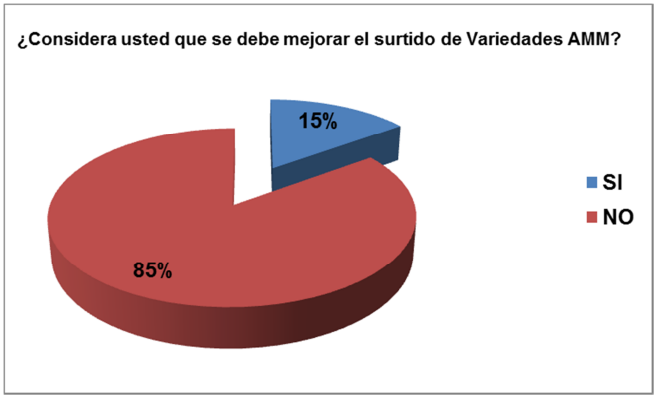
3. ¿Qué productos son los que más compra?



4. ¿Por qué motivo compra en Variedades AMM?



5. ¿Considera usted que se debe mejorar el surtido de la Pesquería Yimar?



Para la realización de esta encuesta se tomó una muestra de 20 personas ubicadas en el Barrio Ciudad Córdoba.

La realización de esta encuesta nos arrojó que de la muestra encuestada el 85% de sus clientes realizan compras todos los días, lo que nos permite afirmar que el

movimiento de las ventas de la empresa Variedades AMM es alto. Otro aspecto importante para resaltar que no arrojo la encuesta es que el 80% de sus clientes compran productos de tienda.

3.3.5. Acompañamiento área legal

La empresa se encuentra registrada ante la cámara de comercio y tiene RUT. De igual manera se le dio a conocer al empresarios cuales son las ventajas y desventajas de estar legalizado y que aspectos puede aprovechar actualmente.

Ventajas

- Permite el acceso a mejores mercados.
- Acredita a la empresa y al empresario en el deber de sus obligaciones legales.
- Facilita el acceso a créditos con entidades financieras.
- Mejora la imagen de la empresa.
- Mayor credibilidad por parte de sus clientes en la prestación de su servicio y venta de productos.

Desventajas

- La legalización de una empresa implica ser responsable de impuestos lo cual no es recomendable para este tipo de empresas que no están fortalecidas y que no podrían cubrir estas obligaciones.

3.3.6. Acompañamiento área administrativa

Cuadro 17: Fortalezas y debilidades área administrativa

Fortalezas	Debilidades
Están bien definidos los roles de sus familiares que colaboran en el funcionamiento de la empresa.	No se ha definido la misión y la visión de la empresa.
Existe motivación por parte de su familia que colabora en la empresa.	No se organizan las facturas de compra en una carpeta.
El empresario tiene buena disposición para el manejo del negocio.	No se ha establecido el organigrama de la empresa.
	No se tiene conocimiento del proceso administrativo
	El empresario no se ha asignado un salario mensual.

Fuente: Elaboración propia

Planeación. Los roles de los integrantes de la familia se encuentran definidos, cumpliendo con cada una de las actividades diarias de la empresa. La microempresaria realiza el proceso de planeación de compra de mercancía, el cual se hace semanalmente. No se encuentra definido actualmente la misión y la visión de la empresa.

MISIÓN

Somos una empresa que ofrece productos de consumo familiar a bajos precios, ofreciendo un ambiente agradable y acorde a las necesidades de cada persona y satisfaciendo las necesidades de nuestros vecinos del barrio Ciudad Córdoba.

Fuente: Elaboración propia

VISIÓN

Para el año 2.014 seremos la miscelánea del barrio Ciudad Córdoba que ofrece el mejor servicio al cliente y el mejor portafolio de productos, generando empleo a las personas necesitadas de nuestra comunidad.

Fuente: Elaboración propia

Objetivos

- Corto plazo: incrementar las ventas.
- Mediano plazo: trasladar el negocio a un local más amplio y en un barrio que se muy comercial.
- Largo plazo: posicionarse como la mejor miscelánea en el sector y ofrecer un nuevo negocio de comidas rápidas, el cual sería manejado por la empresaria Ana Milena y su esposo Joaquín sería el encargado de dirigir la miscelánea.

Organización. No había organización en el área financiera, se recomendó en el proceso de asesoría que guardara las facturas de compra en una carpeta y se registren las ventas diarias y gastos fijos del negocio.

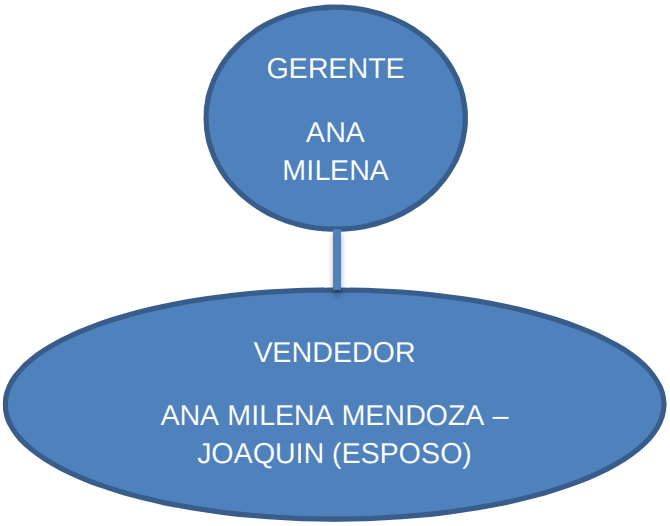
- Espacio: el local es muy pequeño, está bien iluminado y limpio, la organización de los estantes y los refrigeradores no es la adecuada debido al poco espacio que hay en el local para su buena organización, el local está ubicado en un primer piso, sobre una calle peatonal.

- Funciones: se elaboró un manual de funciones (ver cuadro 18) para asumir los roles de los encargados del negocio.

- Tiempo: la empresaria cuenta con el 80% para el manejo del negocio, cuando Ana Milena (gerente) no se encuentra es remplazada por su esposo Joaquín quien dirige todas las actividades de la empresa.

Organigrama.

Grafico 7: Organigrama



Fuente: Elaboración propia

Cuadro 18: Manual de funciones

ANA MILENA MENDOZA	Gerente Vendedora	- Abrir el negocio todos los días - Atender a los clientes - Llevar la contabilidad - Cerrar la tienda
JOAQUIN	Colaborador Vendedor	- Atender a los clientes cuando no se encuentre la señora Ana Milena. - Hacer y recibir pedidos.

Fuente: Elaboración propia

Dirección

- Liderazgo: el liderazgo del negocio lo asume la señora Ana Milena, una mujer recursiva, responsable, emprendedora y respetuosa.
- Motivación: la empresaria está motivada por cumplir todas sus metas, y recibe el apoyo de toda su familia.

Control

- en el área contable y finanzas se recomendó realizar inventarios cada seis meses, llevar los registros de ventas diarias, registrar los gastos personales y gastos del negocio y realizar un estado de ganancias y pérdidas mensual.

- El control en la compra de mercancías se hace de acuerdo a las existencias, de manera que se hace pedido cuando la mercancía está a punto de terminarse para mantener el abastecimiento. Se tiene un debido cuidado con la calidad de los productos que se compran, verificando su estado y fecha de vencimiento.

MATRIZ DOFA

MATRIZ DOFA EMPRESA		ANÁLISIS INTERNO	
		FORTALEZAS (F)	**DEBILIDADES (D)**
		13. Tiene conocimiento técnicos contables e informáticos. 14. Es una persona responsable, dedicada y con mucho interés por aprender. 15. Lleva un registro de cuentas en Excel y conoce los costos de su empresa. 16. El margen de contribuciones de su empresa es muy bueno. 17. La empresa se encuentra registrada ante la cámara de comercio. 18. Tiene clientes fieles, el sector es muy comercial.	10. El local es pequeño para el manejo de su empresa. 11. No se realizan promociones. 12. El letrero publicitario no es muy visible. 13. No se maneja ningún tipo de publicidad.
ANÁLISIS EXTERNO	**OPORTUNIDADES (O)**	**ESTRATEGIAS (FO)**	**ESTRATEGIAS (DO)**
	9. Apoyo de la Fundación Carvajal. 10. Ubicación en sitio comercial. 11. Fechas especiales. 12. El consumo de bebidas alcohólicas de los clientes es alto en los fines de semana.	8. Aplicar los conocimientos adquiridos para fortalecer la empresa. F1, F2, F3, F4, F7 O1. 9. Acceder a créditos para inversión de la empresa a bajos intereses. F5, O1. 10. Ofrecer nuevos productos y servicios para atraer a los clientes. F6, O2.	7. Aprovechar las asesorías, ayudas y capacitaciones de la Fundación Carvajal. D2, D3, D4, O1. 8. Reubicar la empresa en un local más amplio en un sector comercial. D1, O1. 9. Realizar promociones en las fechas especiales. F6, O2, O3, O4.
	AMENAZAS (A)	**ESTRATEGIAS (FA)**	**ESTRATEGIAS (DA)**
	7. Inseguridad en el sector. 8. Competencia desleal. 9. Restricciones municipales en el horario de atención.	6. Denunciar ante las autoridades competentes la competencia desleal. F2, F5, A2. 7. Establecer un nuevo horario de atención para dar conocimiento a los clientes. F6, A3.	5. Posicionar la empresa en el sector. D2, D3, D4, A1. 6. Realizar eventos o realizar promociones en las fechas especiales. D2, D3, D4, A2.

Fuente: Elaboración propia

4. PLAN DE ACCION Y PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

PESQUERIA YIMAR

Área de costos

AREA DE COSTOS		
OBJETIVO GENERAL: Realizar un estudio de costos para la Pesquería Yimar.		
Estrategia	**Logro**	**Recomendación**
Explicar los conceptos de costos y gastos fijos y enseñar a identificar cada uno de ellos.	El microempresario conoce sus costos y gastos fijos e identifica la diferencia entre un costo fijo y costo variable.	Aplicar los conocimientos aprendidos constantemente para no olvidarlos.
Enseñar el concepto de margen de contribución, punto de equilibrio y las ventas promedio del mes por medio de sus costos y gastos fijos, enseñar a calcular.	Calcular el margen de contribución en pesos y en porcentajes para poder conocer el costo variable de sus productos. Calcular las ventas mensuales del mes y el punto de equilibrio. Se recomendó fortalecer el portafolio de productos para aumentar las ventas y aumentar el margen de contribución. El empresario observo que el pescado son los productos que más margen de contribución deja.	Calcular mensualmente el estado de ganancias y pérdidas.

Fuente: Elaboración propia

Área contable

AREA DE CONTABLE		
OBJETIVO GENERAL: Elaborar los estados financieros y sus respectivos análisis.		
Estrategia	**Logro**	**Recomendación**
Enseñar al empresario la importancia del Balance General y enseñar a construir.	El microempresario conoce los elementos que conforman el Balance General. Se enseñó al empresario a llevar las cuentas de su empresa en un cuaderno.	Aplicar los conocimientos aprendidos constantemente para no olvidarlos y llevar las cuentas diarias de su empresa.
Realizar el inventario de mercancías y de activos fijos de la empresa.	Se enseñó a realizar y registrar el inventario de mercancías y de activos fijos. Se aconsejó llevar a cabo inventarios periódicos en la empresa.	Realizar inventarios cada seis meses.
Se estableció un sistema de cuentas fácil de manejar para el empresario.	Se recomendó guardar las facturas de compra en orden de fechas. Se registran las ventas diarias de la empresa. Elaborar el balance inicial y final.	Registrar las ventas diarias del negocio y guardar facturas de compra. Elaborar el balance general cada seis meses.
Calcular e interpretar las razones financieras.	Explicar la situación financiera de la empresa.	Realizar los pagos a tiempo de las cuotas con las entidades financieras.

Fuente: Elaboración propia

Área de mercadeo

AREA DE MERCADEO		
OBJETIVO GENERAL: analizar la situación de mercadeo de la empresa Pesquería Yimar, para buscar opciones que ayuden a incrementar sus ventas.		
Estrategia	**Logro**	**Recomendación**
Manejar precios de venta exequibles a la población donde se encuentra ubicada la empresa.	La empresaria asigna los precios de los productos de acuerdo al precio de la competencia aunque no es cercana.	Aplicar los conocimientos aprendidos constantemente para no olvidarlos y llevar las cuentas diarias de su empresa.
Mejorar la ubicación de la estantería y refrigeradores del negocio.	Se aconsejó al empresario a ubicar adecuada y organizadamente sus productos para mejorar la visibilidad al cliente.	Continuar realizando estas actividades en cuanto presentación del negocio.
Se colocó precios a los productos de mayor rotación para que los familiares que colaboran con las actividades de la empresa conozcan los precios de los productos.	La empresaria sabe la importancia de que la familia conozca más de su empresa y colaboren con su fortalecimiento.	Continuar realizando estas actividades.
Se presentó un proyecto de crédito a la Fundación Carvajal para mejorar las adecuaciones del local de la empresa.	Gracias al progreso que ha tenido el empresario se presentó el proyecto para mejorar la pintura del local, comprar imágenes y aviso publicitario y una estantería para ubicar la revuelteria.	Llevar a cabo dichas adecuaciones con la ayuda del asesor de la Fundación Carvajal.
Se compró un aviso que ayude a reducir las ventas a crédito que representaban un valor muy alto de los Activos Corrientes.	Se compró el aviso “NO FIO, NO INSISTA”, que contribuyo a reducir en un 50% las ventas a crédito.	Evitar realizar ventas de contado y dar a conocer al cliente que no es recomendable para la empresa vender a crédito.

Fuente: Elaboración propia

Área legal

AREA LEGAL		
OBJETIVO GENERAL: dar a conocer al empresario las ventajas y desventajas de formalizar la empresa		
Estrategia	**Logro**	**Recomendación**
Asesoría	El empresario conoce cuales son las ventajas y desventajas a las que podría incurrir si se formaliza la empresa.	Inscribir la empresa ante la cámara de comercio cuando la empresaria lo vea necesario.

Fuente: Elaboración propia

Área administrativa

AREA ADMINISTRATIVA		
OBJETIVO GENERAL: Elaborar los estados financieros y sus respectivos análisis.		
Estrategia	**Logro**	**Recomendación**
Planeación	El empresario conoce la importancia de tener clara la Misión, Visión y Objetivos de la empresa.	Cumplir con cada uno de los objetivos que se planteó la empresaria.
Organización	Se construyó un manual de funciones para conocer las actividades de cada uno de los responsables de la empresa. Se organizaron las facturas de compra de mercancía en una carpeta. Se construyó el organigrama de la empresa.	Llevar a cabo cada función que se recomendó para mejorar la organización de la empresa.
Dirección	Se aconsejó y motivo a los integrantes de la familia para fortalecer la empresa y colaborar con sus actividades diarias.	Recordar e incentivar a la familia la importancia de la empresa para sus vidas.
Control	Se enseñó al empresario a realizar control de inventario para realizar sus pedidos semanales. Verificar periódicamente que los registros contables se lleven a cabo por parte del empresario.	Llevar a cabo cada uno de estos controles para cumplir con las funciones del proceso administrativo.

Fuente: Elaboración propia

PANELAS LAS CAUCANITAS

Área de costos

AREA DE COSTOS		
OBJETIVO GENERAL: Realizar un estudio de costos para la Pesquería Yimar.		
Estrategia	**Logro**	**Recomendación**
Concientizar al empresario por la importancia de conocer el costo variable de cada producto.	El microempresario conoce sus costos y gastos fijos.	Registrar sus costos y gastos fijos mensuales, para conocer su participación en el estado de resultados.
Enseñar el concepto de margen de contribución, punto de equilibrio y las ventas promedio del mes por medio de sus costos y gastos fijos, enseñar a calcular.	Se calculó el margen de contribución de cada uno de los productos que comercializa la empresaria. El margen de contribución aumento en un 79%. Se calculó la utilidad promedio mensual de la empresa, de acuerdo al estudio de costos. Se recomendó negociar con los proveedores para disminuir el costo de la mercancía. Se enseñó a calcular el punto de equilibrio mensual de la empresa.	Realizar mensualmente cada uno de los cálculos y conocer mensualmente el estado de ganancias y pérdidas.

Fuente: Elaboración propia

Área contable

AREA DE CONTABLE		
OBJETIVO GENERAL: Elaborar los estados financieros y sus respectivos análisis.		
Estrategia	**Logro**	**Recomendación**
Dar a conocer al empresario los estados financieros más importantes.	El empresario conoce los elementos para construir los estados financieros. El empresario registra sus cuentas diarias en hojas de cálculo Excel que se le facilito y enseño a manejar.	Estudiar constantemente los conceptos y como construir cada estado financiero.
Realizo el inventario físico de la mercancía y los activos fijos de la empresa conjuntamente con el empresario.	Se realizó el inventario físico y se registró para construir el balance inicial.	Se recomendó realizar inventarios cada seis meses.
Establecer un sistema de cuentas para llevar en hojas de cálculo en Excel.	El empresario conoce la importancia de guardar las facturas de compra de mercancía. El empresario lleva el registro de ventas en Excel. Se elaboró el balance inicial y final de la empresa.	Llevar a cabo el registro de ventas en la planilla de Excel y guardar las facturas de compra. Construir el balance cada seis meses para conocer la situación financiera de la empresa.
Interpretación de la situación financiera.	La empresa paso de tener una perdida a obtener una utilidad durante el periodo.	Calcular los estados financieros para conocer si la empresa incurre en pérdidas por el aumento del costo de la mercancía.

Fuente: Elaboración propia

Área de mercadeo

AREA DE MERCADEO		
OBJETIVO GENERAL: estudiar las necesidades de mercado de la empresa para aumentar sus ventas.		
Estrategia	**Logro**	**Recomendación**
Se recomendó aprovechar la panela como materia prima para producir dulces de guayaba, cocadas y turrones para ofrecer a sus clientes tenderos.	Se presentó el proyecto de plan de negocios a la Fundación Carvajal para ofrecer este nuevo portafolio de productos.	Se presentó el proyecto a la Fundación Carvajal y fue aceptado. Este proyecto lo finalizara el asesor de la Fundación Carvajal.
Mejorar la publicidad de la empresa.	Se realizaron cotizaciones de tarjetas de presentación, aviso publicitario y de los ingredientes para el nuevo plan de negocios.	Llevar a cabo el plan de negocios con la ayuda del asesor de la Fundación Carvajal.
Enseñar a llevar registros contables en Excel.	La empresaria aprendió a llevar sus cuentas en planillas en Excel.	Practicar y llevar a cabo todos sus registros para no olvidar el manejo de la planilla.
Se recomendó al empresario fidelizar a los clientes con promociones.	Se incentivó a los clientes en las fechas especiales con promociones por la compra de panela.	Fidelizar a los clientes por medio de promociones en fechas especiales.

Fuente: Elaboración propia

Área legal

AREA LEGAL		
OBJETIVO GENERAL: dar a conocer al empresario las ventajas y desventajas de formalizar la empresa		
Estrategia	**Logro**	**Recomendación**
Asesoría	Se dio a conocer al empresario cuales son las ventajas y desventajas a las que podría incurrir si se formaliza la empresa.	Mejorar la situación económica de la empresa para poder efectuar el registro ante la cámara de comercio.

Fuente: Elaboración propia

Área administrativa

AREA ADMINISTRATIVA		
OBJETIVO GENERAL: Elaborar los estados financieros y sus respectivos análisis.		
Estrategia	**Logro**	**Recomendación**
Planeación	El empresario construyo la Misión, Visión y Objetivos de la empresa y conoce la importancia de que la empresa los haya establecido.	Cumplir con cada uno de los objetivos que se planteó la empresaria.
Organización	Se construyó un manual de funciones para conocer las actividades que son de responsabilidad de su esposo Jhon Jairo y las de la empresaria Beatriz Camayo. Se organizaron las facturas de compra de mercancía en una carpeta. Se construyó el organigrama de la empresa.	Llevar a cabo cada función que se recomendó para mejorar la organización de la empresa.
Dirección	La empresaria motiva día a día a su familia para que le colaboren con el manejo de la empresa y la apoyen incondicionalmente.	Incentivar a la familia para que se concienticen de la importancia que tiene la empresa para mejorar su calidad de vida.
Control	Se enseñó al empresario a realizar control de inventario para realizar sus pedidos de compra de mercancía. El empresario lleva un registro de la compra de mercancía semanal de sus clientes potenciales. Verificar periódicamente que los registros contables se lleven a cabo por parte del empresario.	Llevar a cabo cada uno de estos controles para cumplir con las funciones del proceso administrativo.

Fuente: Elaboración propia

VARIEDADES AMM

Área de costos

AREA DE COSTOS		
OBJETIVO GENERAL: Realizar un estudio de costos para la Pesquería Yimar.		
Estrategia	**Logro**	**Recomendación**
Se explicó los conceptos de costos y gastos fijos.	La empresaria conoce sus costos y gastos fijos. Conoce la diferencia entre el costo fijo y el costo variable. Lleva su registró en una planilla en Excel.	Llevar a cabo el registro de sus costos y gastos fijos diarios en la planilla de Excel.
Explicar el concepto de margen de contribución, punto de equilibrio, ventas promedio del mes por medio de sus costos y gastos fijos, enseñar a calcular.	Calcular el margen de contribución en pesos y en porcentajes para poder conocer el costo variable de sus productos. Calcular las ventas mensuales del mes y el punto de equilibrio. El empresario se dio cuenta que las bebida alcohólicas son los productos que dejan mayor margen de contribución, por esta razón el empresario fortaleció el servicio ofreciendo música para dar un momento agradable al cliente.	Calcular mensualmente el estado de ganancias y pérdidas.

Fuente: Elaboración propia

Área contable

AREA DE CONTABLE		
OBJETIVO GENERAL: Elaborar los estados financieros y sus respectivos análisis.		
Estrategia	**Logro**	**Recomendación**
Dar a conocer al empresario la importancia de construir los estados financieros de la empresa.	El microempresario conoce los elementos que conforman el Balance General. El empresario tiene la facilidad de llevar sus registros en planillas de Excel que se le enseño a construir y a manejar.	Aplicar los conocimientos aprendidos constantemente para no olvidarlos y llevar las cuentas diarias de su empresa en las planillas de Excel.
Realizar el inventario de mercancías y de activos fijos de la empresa.	Se realizó y registrar el inventario de mercancías y de activos fijos. Se aconsejó llevar a cabo inventarios periódicos en la empresa. La empresaria se dio cuenta que tenía productos viejos que ya son complicados de vender. Se recomendó realizar promociones.	Realizar inventarios cada seis meses.
Se estableció un sistema de cuentas para registrar en las planillas de Excel.	Se recomendó guardar las facturas de compra en orden de fechas. Se registran las ventas diarias de la empresa en las planillas de Excel. Elaborar el balance inicial y final.	Registrar las ventas diarias del negocio y guardar facturas de compra. Elaborar el balance general cada seis meses y de esta manera conocer la situación financiera de la empresa.
Calcular e interpretar las razones financieras.	Explicar la situación financiera de la empresa.	Realizar los pagos a tiempo de las cuotas con las entidades financieras.

Fuente: Elaboración propia

Área de mercadeo

AREA DE MERCADEO		
OBJETIVO GENERAL: analizar la situación de mercadeo de la empresa Pesquería Yimar, para buscar opciones que ayuden a incrementar sus ventas.		
Estrategia	**Logro**	**Recomendación**
Mejorar la ubicación de la estantería y refrigeradores del negocio.	Se aconsejó al empresario a ubicar adecuada y organizadamente sus productos para mejorar la visibilidad al cliente.	Continuar realizando estas actividades en cuanto presentación del negocio.
Se colocó precios a los productos de mayor rotación para que los familiares que colaboran con las actividades de la empresa conozcan los precios de los productos.	La empresaria sabe la importancia de que la familia conozca más de su empresa y colaboren con su fortalecimiento. El cliente mira el precio del producto que compra.	Continuar realizando estas actividades.
Enseñar a llevar registros contables en Excel.	La empresaria aprendió a llevar sus cuentas en planillas en Excel.	Practicar y llevar a cabo todos sus registros para no olvidar el manejo de la planilla.
Se recomendó al empresario fidelizar a los clientes con promociones.	Se incentivó a los clientes en las fechas especiales con promociones por la compra de mercancía. Día de la madre, día del padre….	Fidelizar a los clientes por medio de promociones en fechas especiales.

Fuente: Elaboración propia

Área legal

AREA LEGAL		
OBJETIVO GENERAL: dar a conocer al empresario las ventajas y desventajas de formalizar la empresa		
Estrategia	**Logro**	**Recomendación**
Asesoría	El empresario conoce cuales son las ventajas y desventajas a las que podría incurrir si se formaliza la empresa.	Realizar al pago anual ante la cámara de comercio y actualizar sus datos.

Fuente: Elaboración propia

Área administrativa

AREA ADMINISTRATIVA		
OBJETIVO GENERAL: Elaborar los estados financieros y sus respectivos análisis.		
Estrategia	**Logro**	**Recomendación**
Planeación	El empresario estableció la Misión, Visión y Objetivos de la empresa.	Cumplir con cada uno de los objetivos que se planteó la empresaria.
Organización	Se construyó un manual de funciones para conocer las actividades que debe realizar su esposo Joaquín y las que son responsabilidad de Ana Milena. Se organizaron las facturas de compra de mercancía en una carpeta. Se construyó el organigrama de la empresa.	Llevar a cabo cada función que se recomendó para mejorar la organización de la empresa.
Dirección	Se aconsejó y motivo a los integrantes de la familia para fortalecer la empresa y colaborar con sus actividades diarias. La empresaria se encuentra motivada y desea cumplir todas sus metas a corto plazo.	Recordar e incentivar a la familia la importancia de la empresa para sus vidas.
Control	Se enseñó al empresario a realizar control de inventario para realizar sus pedidos semanales de compra de mercancía. La empresaria realiza control de vencimiento de los productos. Verificar periódicamente que los registros contables se lleven a cabo por parte del empresario.	Llevar a cabo cada uno de estos controles para cumplir con las funciones del proceso administrativo.

Fuente: Elaboración propia

5. RECOMENDACIONES

- Identificar mensualmente los costos y gastos fijos de la empresa.
- Tener en cuenta el costo variable y el margen de contribución de cada producto para asignar el precio de venta.
- Registrar al final del día las ventas diarias de la empresa en hojas de cálculo en Excel para las empresarias que tienen conocimientos en este programa, o en el cuaderno contable en su defecto,
- practicar ya que es una herramienta que facilita llevar las cuentas de una empresa y aprovechar los conocimientos de informática que posee el empresario.
- Realizar el estado de ganancias y pérdidas para conocer el resultado generado de las actividades, ventas mensuales.
- Guardar las facturas de compra de mercancías en una carpeta, ordenarlas por fechas.
- Realizar inventarios de mercancía cada seis meses para observar la inversión que se tiene y conocer la rotación de los productos.
- Realizar control de calidad a la mercancía que se compra.
- Construir el balance general cada seis meses para conocer la situación financiera de la empresa, ya que a partir de este, podemos tomar decisiones a partir de la información analizada.

6. APRENDIZAJES

Esta nueva experiencia de vida que fue posible gracias a la oportunidad brindada por la Universidad del Valle y la Fundación Carvajal, me ha permitido compartir con personas emprendedoras, amables y humildes, quienes por medio del esfuerzo y apoyo de la familia logran sacar adelante sus empresas.

Su esfuerzo y las ganas de salir adelante me han enseñado que los sueños y metas se cumplen sin importar los obstáculos que se presenten.

Destaco el trabajo realizado por la Fundación Carvajal por brindar ayuda y oportunidades a estas personas que lo único que necesitan es un "empujoncito" para poder sacar su familia adelante y mejorar su calidad de vida, creando así personas de bien que necesitamos para cambiar poco a poco la comunidad y la sociedad.

SEÑORAS EMPRESARIAS…

MUCHAS GRACIAS POR ACOMPAÑRME EN ESTE PROCESO TAN ENRIQUECEDOR.

PESE A LAS DIFICULTADES QUE SE PRESENTARON USTEDES SIEMPRE TUVIERON LA DISPOSICIÓN Y ANIMO PARA REALIZAR LAS ASESORIAS.

NUNCA DEJEN ATRÁS SUS METAS, CON SU ESFUERZO Y DEDICACION LOGRARAN QUE PRONTO SE LLEVEN A CABO.

CONCLUSIONES

El presenta trabajo permitió conocer el contexto de tres microempresa ubicadas en el Distrito de Agua Blanca, Cali, Valle del Cauca. Se determinó que los microempresarios a falta de conocimientos contables y administrativos toman malas decisiones que afectan el buen funcionamiento de sus negocios. El no registro de sus cuentas, principalmente de sus gastos hace que día a día dediquen más dinero a sus gastos y de esta manera descapitalizan sus empresas hasta el punto de no tener dinero para comprar mercancía e iniciar nuevamente actividades en su empresa. La violencia en cada barrio donde se ubican las microempresas es el obstáculo mas importante para que dichos empresarios se desmotiven y cierren sus empresas.

Estas microempresas representan una importancia alta en cada barrio al cual pertenecen, ya que son el centro de la economía, es por esta razón que no se deben descuidar, contribuyen con la generación de empleo de la zona. Para los empresarios aprender nuevas técnicas y herramientas le facilitan controlar mejor su empresa y día a día por medio de esta mejorar la calidad de vida de sus familiares, especialmente la calidad de vida de la comunidad donde subsisten.

Durante el periodo en el cual se realizó la asesoría, febrero – junio del 2.013 se observó que por medio de estrategias implementadas en cada área funcional de las microempresa puede desarrollar tareas que ayuden con el mejoramiento continuo de las empresas.

Es importante resaltar que el proceso de asesoría fue útil para para mejorar los conocimientos de los microempresarios, ya que adoptaron nuevos métodos para llevar a cabo las operaciones diarias de sus microempresas, empresarios como la señora Beatriz Camayo y Ana Milena Mendoza aprendieron a manejar sus registros en hojas de cálculo en Excel, gracias a sus conocimientos técnicos adquiridos durante sus vidas.

La realización de este trabajo me permitió desarrollar y aplicar habilidades y conocimientos adquiridos durante mi carrera profesional, además conocer directamente la vida de un empresarios que lucha día a día con la ayuda de sus para poder sacar adelante sus microempresa, ya que estas son el medio de sustento y el medio que les brinda los ingresos para poder satisfacer sus necesidades básicas.

Es destacable el apoyo que brinda la Universidad del Valle en convenio con la Fundación Carvajal a estas microempresas, además que los estudiantes pueden conocer más de cerca las comunidades vulnerables del Valle del Cauca que necesitan una ayuda para poder formar personas de bien, emprendedoras y que colaboren con el cambio de esta sociedad.

BIBLIOGRAFIA

VALENCIA GARCIA, Jennifer. Aplicación de la metodología de fortalecimiento y emprendimiento empresarial de la Fundación Carvajal y formulación de planes de acción en participantes pertenecientes al programa de alta consejería para la reintegración (ACR), ubicados en el Distrito de Aguablanca de la ciudad de Santiago de Cali Colombia. Trabajo de grado. Contaduría Pública. Universidad del Valle, 2010.

BETANCOURT MENDOZA, Edisson Eduardo. Implementación de la metodología de la Fundación Carvajal a tres microempresas del programa de desarrollo empresarial del distrito de Aguablanca (barrio el Retiro) – Cali, Colombia. Trabajo de grado. Contaduría Pública. Universidad del Valle, 2009.

OLAVE MESA, Maryuri. Práctica empresarial Universidad del Valle Fundación Carvajal asesorías para microempresarios del distrito Aguablanca, Santiago de Cali. Trabajo de grado. Contaduría Pública. Universidad del Valle, 2009.

ASOPYMES. La importancia de la pymes. [en línea], [Citado 05 de abril del 2013] Disponible en: http://asopymescolombia.org/blog/la-importancia-de-las-pymes/

CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la teoría general de la administración. 7 ed. México D.F. McGraw-Hill, 2007. 56p.

VAZQUEZ, Roberto. Principios de teoría contable. 1 ed. Argentina 2008. 40p.

ORTEGA CASTRO, L. AFLONSO. Planeación financiera estratégica. 1 ed. México D.F. McGraw-Hill, 2008. 27p.

CASTRO CORRALES, CARMEN. Mercadotecnia. 1 ed. México D.F. Editorial universitaria potosina, 1997. 50p.

BOLAND, LUCRECIA. Funciones de la administración – Teoría y práctica.. 1 ed. Argentina. Editorial de la Universidad del Sur, 2007. 57p.

MERTON, Robert. Finanzas. 1 ed. México D.F. 1999. 2p.

DIPLOMADO ASESORAMIENTO EMPRESARIA. Contexto de las Mipymes en Colombia, febrero 2013.

FUNDACIÓN CARVAJAL. Manual del asesor. Primera parte, 2010. 70p.

RINCON S, Carlos Augusto. VILLARREAL VASQUEZ, Fernando. COSTOS, decisiones empresariales. 1 ed. ECOE ediciones. Bogotá (Colombia, 2010. 13p.

JIAMBALVO, James. Contabilidad Administrativa. 1 Ed. México D.C. Limusa, 2003. 23p.

GALINDO RUIZ, Carlos Julio. Manual para la creación de empresas, guía de planes de negocio. 2ed. Bogotá, 2006. 133p.

MONNTAÑO OROZCO, Edilberto. Contabilidad y Legislación: Control, Valuación y Revelaciones. 3 ed. Colombia. Santiago de Cali, 2011. 75p.

KOTLER, Philip. ARMSTRONG, Gary. Fundamentos de marketing. 6 ed. 4p.
COMUNA 15, Población, [en línea], [Citado 09 de abril del 2013]. Disponible en: http://aportescomunicacion.blogspot.com/

FUNDACION CARVAJAL, zonas, distrito de agua blanca, [en línea], [Citado 09 de abril del 2013]. Disponible en: http://www.fundacioncarvajal.org.co/sitio/index.php?option=com_k2&view=item&id=47:distrito-de-aguablanca&Itemid=4&lang=es

ALCALDIA DE SANTIAGO DE CALI, comuna 15, [en línea], [Citado 09 de abril del 2013]. Disponible en: http://www.cali.gov.co/publico2/gobierno/dagmaweb/comuna15.htm

ALONSO C, Julio César., ARCOS, Mauricio Alejandro., SOLANO, Julieth Alejandra., VERA LLANOS, Rocío., GALLEGO, Ana Isabel., una mirada descriptiva a las comunas de Cali, Universidad ICESI, 2007.

MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI, plan de desarrollo 2008-2011 comuna 21. 3p.

MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI, plan de desarrollo 2008-2011 comuna 21. 4p.

ALONSO C., Julio Cesar. Una mirada descriptiva a las comunas de Cali. Cali, 2007. 9p.

MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI, plan de desarrollo 2008-2011 comuna 21. 12p.

ANEXOS

PESQUERIA YIMAR

Anexo 1: Local comercial Pesquería Yimar



Anexo 2: Exhibición

ANTES **DESPUES**



Fuente: Elaboración propia

ANTES **DESPUES**



Fuente: Elaboración propia

Con la ayuda de la empresaria se ordenó los estantes en los que se ubica los productos de tienda, se colocó chispas con el nombre y los precios de los productos de más rotación en la empresa, para que el cliente conozca realmente lo que paga por los productos.

Anexo 3: Anuncios y publicidad





Fuente: Elaboración propia

Anexo 4: Formato encuesta

ENCUESTA

APRECIADO CLIENTE, PODRIA CONTESTAR LAS SIGUIENTES PREGUNTAS RELACIONADAS CON LA PESQUERIA YIMAR.

1. ¿Compra usted en la Pesquería Yimar?

SI	
NO	

2. ¿Cuál es la frecuencia de su compra?

TODOS LOS DIAS	
UNA VEZ A LA SEMANA	
UNA VEZ AL MES	

3. ¿Qué productos son los que más compra?

CARNES	
TIENDA	
REVUELTERIA	

4. ¿Por qué motivo compra en la Pesquería Yimar?

BUEN SERVICIO AL CLIENTE	
CERCANIA	
PRECIO	
CALIDAD	

5. ¿Considera usted que se debe mejorar el surtido de la Pesquería Yimar?

SI	
NO	

PANELAS LAS CAUCANITAS

Anexo 1: Local comercial Panelas las Caucanitas



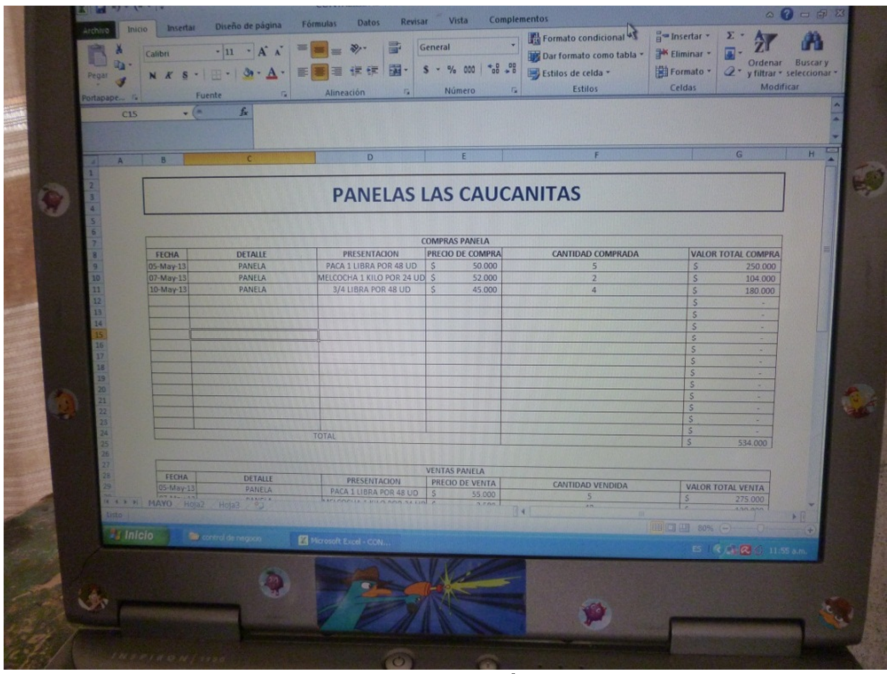
Fuente: Elaboración propia



Anexo 2: Nuevo sistema de cuentas

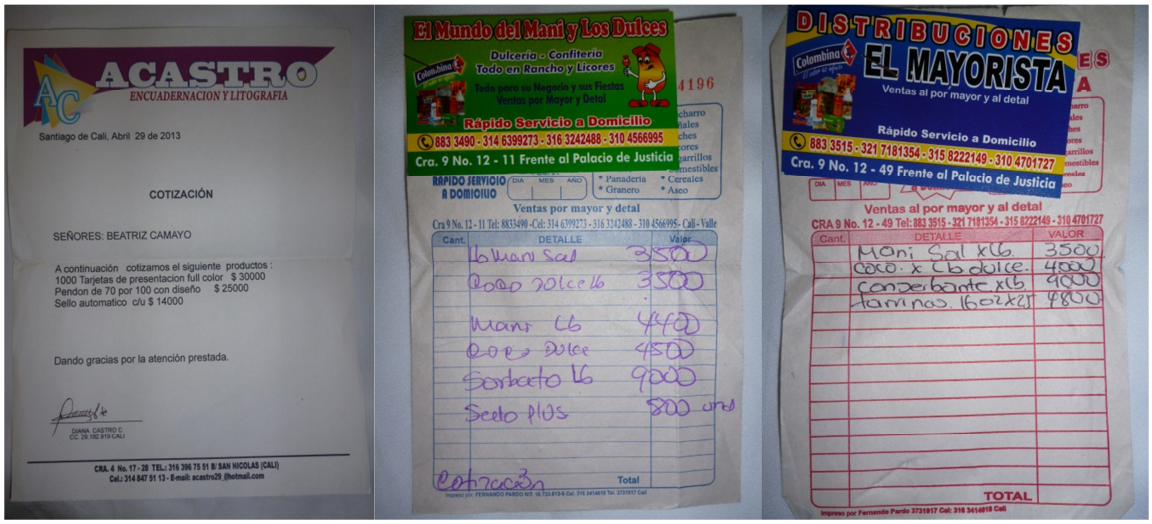


Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Anexo 3: Cotizaciones para publicidad y nuevo plan de negocios.



Fuente: Elaboración propia

VARIEDADES AMM

Anexo 1: local comercial Variedades AMM



Fuente: Elaboración propia

Anexo 2: Publicidad y exhibición

ANTES **DESPUES**



Fuente: Elaboración propia

Se organizó las estanterías de la miscelánea y se colocó chispas con los nombres y los precios de los productos de mayor venta, además para mejorar la presentación y dar mayor visibilidad al cliente y este sepa lo que paga por la compra de sus productos.



Fuente: Elaboración propia

Chispas con el nombre y el precio de los productos más representativos de la miscelánea para colocar en las estanterías.

Anexo 3: Formato encuesta

ENCUESTA

APRECIADO CLIENTE, PODRIA CONTESTAR LAS SIGUIENTES PREGUNTAS RELACIONADAS CON VARIEDADES AMM.

1. ¿Compra usted en Variedades AMM?

SI	
NO	

2. ¿Cuál es la frecuencia de su compra?

TODOS LOS DIAS	
UNA VEZ A LA SEMANA	
UNA VEZ AL MES	

3. ¿Qué productos son los que más compra?

TIENDA	
BEBIDAS ALCOHOLICAS	
BISUTERIA	

4. ¿Por qué motivo compra en la Variedades AMM?

BUEN SERVICIO AL CLIENTE	
CERCANIA	
PRECIO	
CALIDAD	

5. ¿Considera usted que se debe mejorar el surtido de Variedades AMM?

SI	
NO	

PRESUPUESTOS ADECUACIONES PARA LA EMPRESA "PESQUERIA YIMAR"

SITUACION ENCONTRADA

La empresaria Luz Mery Mafla, propietaria de la microempresa Pesquería Yimar, inicio las actividades de su negocio en septiembre de 2.012, ofreciendo a sus clientes productos de consumo familiar, inicialmente se ofrecía pescado y pollo, con el paso del tiempo la empresaria fue fortaleciendo su microempresa ofreciendo un mayor portafolio de productos, entre los cuales se destacan productos de tienda y revuelteria.

En el transcurso de la asesoría hemos detectado que el local comercial necesita unas adecuaciones que ayuden a incrementar las ventas y brindar un ambiente más agradable a sus clientes.




SE
VENDE
Informe:
Pezcado
Pollo
Coco
Revuelteria
huevos

ADECUACIONES PROPUESTAS

- Pintar las paredes del local comercial que se encuentran manchadas.
- Pintar los estantes en los que se ubican los productos de tienda del mismo color de las paredes para que den una mejor presentación visibilidad al cliente.
- Mejorar el aviso publicitario del negocio para que sea más visible a sus clientes y mejore la presentación del negocio.
- Comprar un estante en madera para ubicar la revuelteria que se ofrece en el negocio.
- Compra de imágenes publicitarias para dar a conocer el portafolio de productos que se ofrecen en el negocio.

PRESUPUESTO

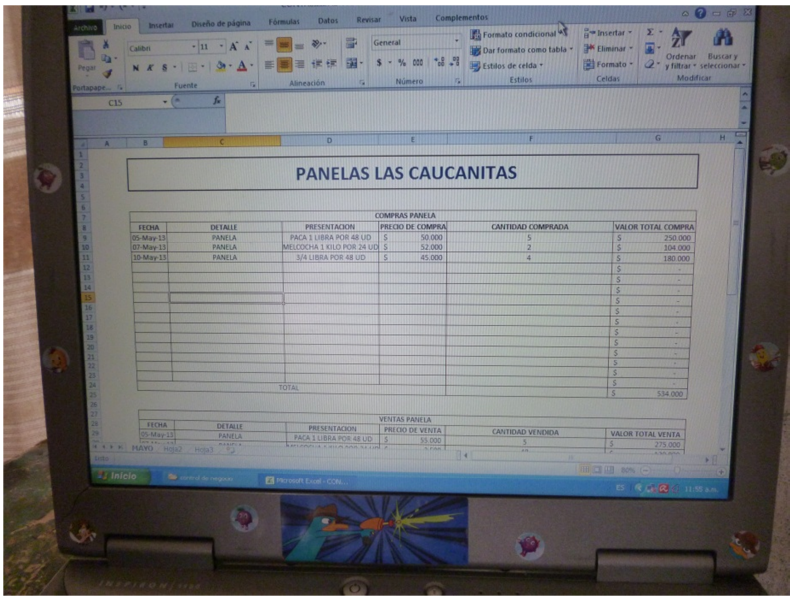
A continuación se presenta las cifras en pesos de cada adecuación que se pretende realizar en la Pesquería Yimar.

ADECUACIONES PESQUERIA YIMAR	
DETALLE	**VALOR**
Pintura para las paredes del local y las estanterías.	$80.000
Compra de un aviso publicitario.	$37.000
Compra de un estante en madera para ubicar la revuelteria.	$45.000
Compra de imágenes publicitarias.	$35.000
TOTAL	**197.000**

ANALISIS DE CREDITO – BEATRIZ CAMAYO RUCO "PANELAS LAS CAUCANITAS"

- *Nombre del empresario*: Beatriz Camayo Ruco
- *Edad*: 29 años
- *Escolaridad*: Bachiller
- *Dirección empresa*: Calle 120h # 20-05
- *Barrio*: Desepaz
- *Comuna:* 15
- *Estrato:* 3
- *Sector Económico*: Comercio
- *Antigüedad del negocio*: 12 de mayo del 2012 (10 meses)
- *Descripción de la actividad*: Venta al por mayor y detal de panela





PANELAS LAS CAUCANITAS

COMPRAS PANELA

FECHA	DETALLE	PRESENTACION	PRECIO DE COMPRA	CANTIDAD COMPRADA	VALOR TOTAL COMPRA
05-May-13	PANELA	PACA 1 LIBRA POR 48 UD	$ 50.000	5	$ 250.000
07-May-13	PANELA	MELCOCHA 1 KILO POR 24 UD	$ 52.000	2	$ 104.000
10-May-13	PANELA	3/4 LIBRA POR 48 UD	$ 45.000	4	$ 180.000
					$ -
					$ -
					$ -
					$ -
					$ -
					$ -
					$ -
					$ -
					$ -
					$ -
TOTAL					$ 534.000

VENTAS PANELA

FECHA	DETALLE	PRESENTACION	PRECIO DE VENTA	CANTIDAD VENDIDA	VALOR TOTAL VENTA
05-May-13	PANELA	PACA 1 LIBRA POR 48 UD	$ 55.000	5	$ 275.000



La señora Beatriz Camayo Ruco, con 29 años de edad, es oriunda del Cauca, y en la actualidad vive con su esposo y sus 3 hijos en el barrio Desepaz.

La señora Beatriz decidió iniciar sus labores como empresaria por la falta de ingresos en su hogar y por la necesidad de tener una ocupación aparte de la de cuidar a sus hijos y dedicarse a las labores diarias de su casa. Decidió comercializar panela porque su familia, sus padres tienen sus propio trapiches en el Cauca y porque conoce muy bien el producto. Gracias a la ayuda de la Fundación Carvajal realizo un préstamo para iniciar con su empresa.

Actualmente tiene muchos clientes en el barrio, familias y tiendas, su negocio le ha ayudado bastante con los gastos de su familia, su deseo es ver su negocio fortalecido y llegar a tener un local propio para poder distribuir su mercancía a sus clientes.

Beatriz Camayo Ruco actualmente vive en Cali en el barrio Desepaz con su esposo y tres hijos, es una persona humilde, responsable, generosa y emprendedora.

El negocio esta adecuado en la sala de su casa y la mercancía es ubicada sobre una estiba en madera.

El negocio está ubicado en el segundo piso de una casa, lugar de residencia de la familia de Beatriz Camayo Ruco, la casa está ubicada sobre una calle peatonal a 100 metros de la calle principal, que es muy comercial, donde están ubicados sus clientes y ofrece sus productos a diferentes vecinos y tenderos.

El aviso publicitario del negocio no es muy visible a sus clientes y no es muy presentable.

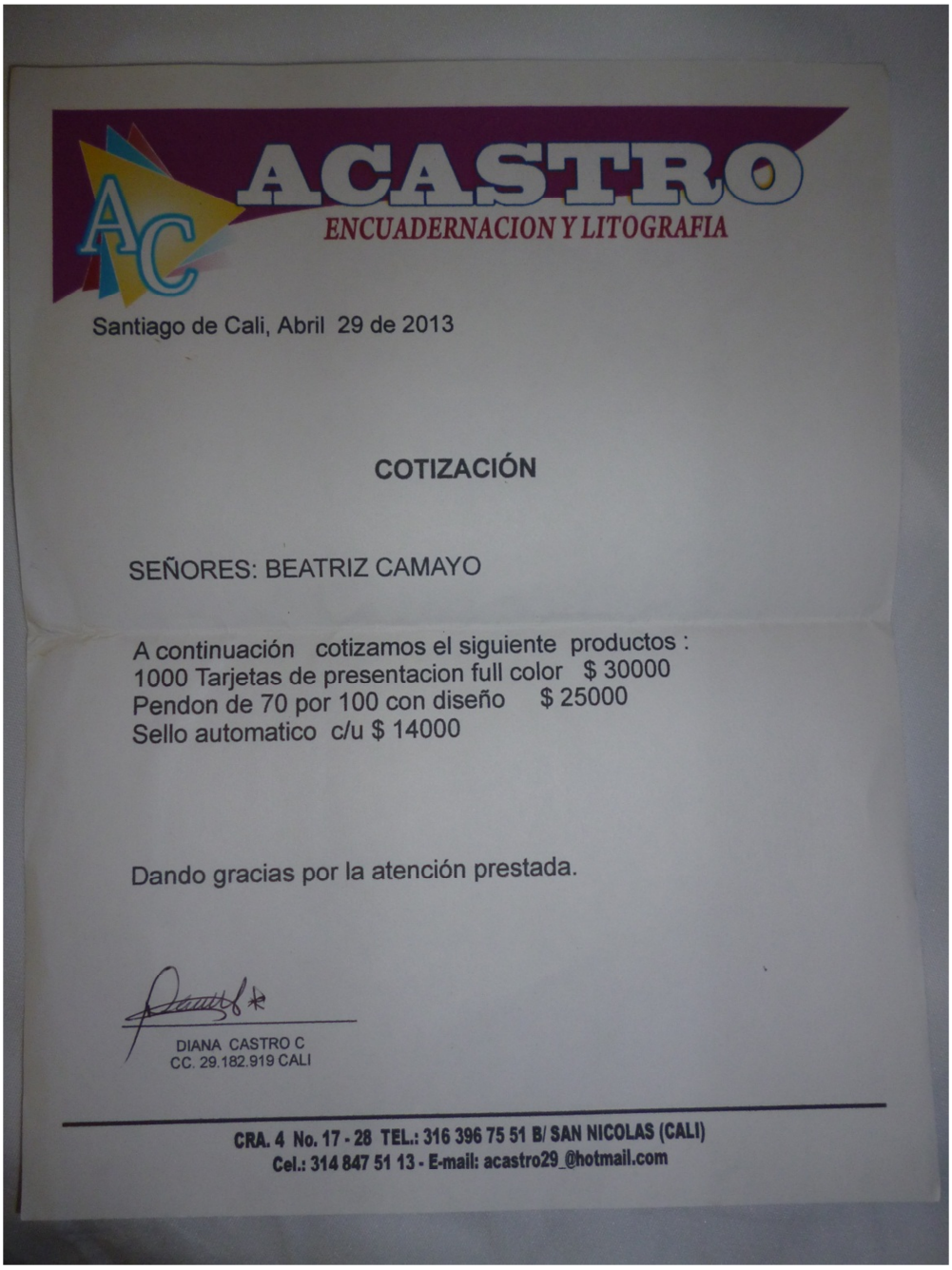


Con el proyecto se piensa invertir en lo siguiente:

- Pendón publicitario y tarjetas de presentación para dar a conocer mejor el negocio en el sector.

- Ingredientes (coco, maní salado, conservantes y guayabas) para producir dulces a base de panela y mejorar el portafolio de productos de la empresa Panelas las Caucanitas, y de esta manera aprovechar la materia prima “panela” a un bajo costo produciendo dichos dulces.

COTIZACIONES



ACASTRO

ENCUADERNACION Y LITOGRAFIA

Santiago de Cali, Abril 29 de 2013

COTIZACIÓN

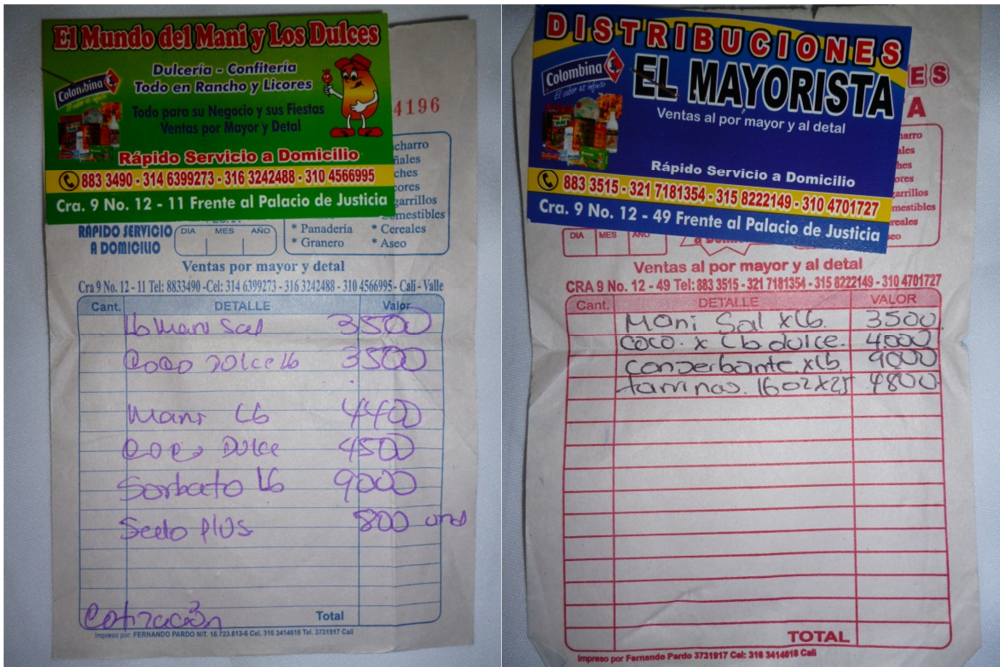
SEÑORES: BEATRIZ CAMAYO

A continuación cotizamos el siguiente productos :
1000 Tarjetas de presentacion full color $ 30000
Pendon de 70 por 100 con diseño $ 25000
Sello automatico c/u $ 14000

Dando gracias por la atención prestada.

DIANA CASTRO C
CC. 29.182.919 CALI

CRA. 4 No. 17 - 28 TEL.: 316 396 75 51 B/ SAN NICOLAS (CALI)
Cel.: 314 847 51 13 - E-mail: acastro29_@hotmail.com

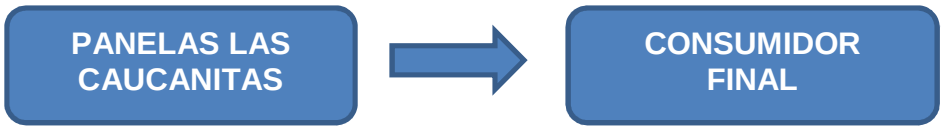


ANALISIS DE MERCADO

PRODUCTO. Panelas las Caucanitas es una empresa que ofrece panelas de al por mayor y detal, producidas en trapiches del Cauca, principalmente familiares de la señora Beatriz Camayo. Las panelas son reconocidas por sus vecinos del barrio Desepaz por la excelente calidad del producto.

PLAZA. El negocio se encuentra ubicado en el barrio Desepaz, el sector donde se encuentra ubicado el negocio es muy comercial.

DISTRIBUCION. La distribución de los productos se hace directamente al cliente o consumidor.



Fuente: Elaboración propia

COMPETENCIA. La competencia no afecta a la empresa debido a que los productos son de más baja calidad. Por lo general son comerciantes de Nariño que traen la mercancía y la ofrecen a un precio similar al que maneja la señora Beatriz Camayo.

CLIENTES: Los clientes se encuentran ubicados 5 cuadras al rededor del local comercial del negocio, sus clientes están compuestos por vecinos, tenderos y vendedores de refrescos y dulces a base de panela.

PROVEEDORES. Los proveedores son fáciles de conseguir, pero actualmente los precios de la mercancía son muy altos lo que ha perjudicado a la empresaria y a las actividades diarias de la empresa.

PRECIO: El precio de los productos es fijado por medio del costo variable de cada producto. Además se tiene en cuenta el precio que maneja la competencia.

GASTOS PERSONALES Y GASTOS FIJOS DE LA MICROEMPRESA

GASTOS PERSONALES			
Transporte familia	$	30.000	
Recreación	$	20.000	
Educación	$	15.000	
Vestuario	$	25.000	
Citas médicas y Medicamentos	$	35.000	
Servicios públicos	$	15.000	
Gas domiciliario	$	5.000	
Arriendo	$	40.000	
Teléfono	$	10.000	
Alimentación en pesos	$	80.000	
Total sueldo empresario			**$ 275.000**

Fuente: Elaboración propia

GASTOS DE LA EMPRESA			
Transporte	$	30.000	
Empaques	$	6.000	
Gastos personales	$	275.000	
Gastos financieros	$	74.000	
Vigilancia	$	8.000	
Aseo	$	10.000	
Publicidad	$	1.500	
Mantenimiento vehículo	$	5.000	
Total Gastos de la empresa			**$ 409.500**

Fuente: Elaboración propia

Se establecio que los gastos personales y gastos del negocio se han venido aumentando porque con los ingresos del negocio se satisfacen las necesidades de toda su familia, el esposo de doña Beatriz contribuye con los gastos familiares

pero actualmente tiene otras obligaciones que le han impedido colaborar en gran parte a cubrir los gastos familiares.

MARGEN DE CONTRIBUCION

MARGEN DE CONTRIBUCION COMERCIO	9,40%
COSTO VARIABLE DE COMERCIO	90,60%

Fuente: Elaboración propia

El margen de contribución promedio de la microempresa panelas las Caucanitas es de 9.40%, lo que quiere decir, que por cada $100 que venda le están quedando $9.4 para cubrir sus costos y gastos fijos; este margen es considerado como muy bajo dentro del sector comercio. Este margen es tan bajo a causa del costo tan alto de la compra de la panela, por esta razón se debe aumentar el precio de venta de los productos o buscar proveedores que den los productos a un precio más bajo pero de la misma calidad para mejorar el margen de contribución.

Para el cálculo del margen de contribución se tuvieron en cuenta los 8 productos que se ofrecen en el negocio.

PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO MES	$ 4.366.362
PUNTO EQUILIBRIO DIARIO	$ 145.545

Fuente: Elaboración propia

El punto de equilibrio mensual de la microempresa Panelas las Caucanitas es de $4.366.362, lo cual equivale a un punto de equilibrio diario de $145.545. Lo que nos indica que Panelas las Caucanitas mínimo tiene que vender $145.545 diario para poder cubrir sus gastos personales y gastos fijos del negocio.

FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA				
CONCEPTO	**JUNIO**	**JULIO**	**AGOSTO**	**SEPTIEMBRE**
SALDO INICIAL	$ -	$ 33.894	$ 99.558	$ 157.788
MAS ENTRADAS DE EFECTIVO				
Ventas de contado	$ 2.321.000	$ 2.455.800	$ 2.475.500	$ 2.475.500
Cobro a clientes	$ 142.300	$ 184.000	$ 123.000	$ 142.900
TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO	**$ 2.463.300**	**$ 2.639.800**	**$ 2.598.500**	**$ 2.618.400**
EFECTIVO DISPONIBLE	**$ 2.463.300**	**$ 2.673.694**	**$ 2.698.058**	**$ 2.776.188**
MENOS SALIDAS DE EFECTIVO				
Compras de contado	$ 2.019.906	$ 2.164.636	$ 2.130.770	$ 2.147.088
Costos fijos	$ 275.000	$ 275.000	$ 275.000	$ 275.000
Gastos administrativos	$ 134.500	$ 134.500	$ 134.500	$ 134.500
TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO	**$ 2.429.406**	**$ 2.574.136**	**$ 2.540.270**	**$ 2.556.588**
SALDO FINAL	**$ 33.894**	**$ 99.558**	**$ 157.788**	**$ 219.600**

CONCLUSIONES

- Durante el proceso de asesoría, primera vez para la empresaria Beatriz Camayo Ruco, se destaca el interés por aprender para mejorar y fortalecer día a día su microempresa.

- La empresaria se encuentra muy motivada con todo el proceso de asesoría, especialmente con el nuevo proyecto para mejorar su portafolio de productos para ofrecer a sus clientes.

RECOMENDACIONES

- Manejar políticas de compra y venta de mercancía de contado.

- Llevar las cuentas diarias del negocio.

- Realizar la inversión de acuerdo a lo sugerido en el plan de negocios para dar cumplimiento a las proyecciones de ventas estimadas.

- Realizar control de calidad de los productos.