

2 F. Clima de Trabajo

Hoja de Captura de Resultados

Nombre de la empresa: Essensale Sociedad Por Acciones Simplificada-Senthia

		N° de trabajador encuestado										
		RESPUESTA IDEAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	El trabajo es realmente estimulante, nos gusta	V	F	F	V	V	V	F	V	V		
2	Cuando se dan instrucciones a las personas que trabajan en la empresa se hace con tono adecuado	V	V	V	V	V	V	V	V	V		
3	El grupo de trabajo tiene un buen espíritu de grupo.	V	F	V	V	V	V	V	V	V		
4	En el negocio se suele felicitar al trabajador que hace algo bien.	V	F	V	V	V	V	F	F	V		
5	Las actividades están bien planificadas.	V	F	F	V	V	V	V	V	V		
6	La iluminación es muy buena dentro de la empresa y facilita el trabajo.	V	V	F	V	V	V	V	V	V		
7	Las personas en la empresa están más pendientes del reloj para salir del trabajo.	F	V	V	F	F	V	V	V	F		
8	Se alienta el espíritu crítico-constructivo en el grupo de trabajo.	V	F	F	V	V	V	V	V	V		
9	Se anima a que las personas tomen sus propias decisiones.	V	F	F	V	V	V	F	V	V		
10	Muy pocas veces las cosas se dejan para el otro día.	V	V	F	V	V	V	V	V	V		
11	Se espera que el grupo haga su trabajo siguiendo unas reglas establecidas.	V	V	V	V	V	V	V	V	V		
12	El grupo de trabajo siente orgullo por la microempresa.	V	V	F	V	V	V	V	V	V		
13	El Líder mantiene una vigilancia bastante estrecha sobre el grupo de trabajo.	V	F	V	F	F	V	V	V	V		
14	El lugar de trabajo es agradable.	V	F	V	V	V	V	V	V	V		
15	A menudo el líder critica al grupo de trabajo por cosas de poca importancia.	F	F	F	F	F	F	F	F	F		
16	Normalmente se explican los detalles de las tareas encomendadas.	V	F	F	V	V	V	V	V	V		
17	Se informa totalmente al personal de los beneficios obtenidos.	V	F	F	V	V	V	V	V	V		
18	Los trabajadores actúan con gran independencia del Líder.	V	V	F	V	V	V	V	F	V		
19	El mobiliario está, normalmente, bien colocado.	V	F	F	V	V	V	V	V	V		
20	Normalmente, el trabajo es muy interesante.	V	F	F	V	V	V	V	V	V		
21	El Líder se reúne regularmente con el grupo de trabajo para discutir proyectos futuros.	V	F	F	V	V	V	V	V	V		
22	Los trabajadores suelen llegar tarde al trabajo.	F	F	F	F	F	F	F	F	F		

Categorías de medición
Implicación
Apoyo
Implicación
Apoyo
Claridad
Comodidad
Implicación
Apoyo
Autonomía
Organización
Control
Implicación
Control
Comodidad
Apoyo
Claridad
Claridad
Autonomía
Comodidad
Implicación
Autonomía
Organización

2 F. Clima de Trabajo

Hoja de Resumen Binario de Resultados

Nombre de la empresa: Essensale Sociedad Por Acciones Simplificada-Senthia

N° de trabajador encuestado

	RESPUESTA IDEAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	El trabajo es realmente estimulante, nos gusta	V	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0
2	Cuando se dan instrucciones a las personas que trabajan en la empresa se hace con tono adecuado	V	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
3	El grupo de trabajo tiene un buen espíritu de grupo.	V	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0
4	En el negocio se suele felicitar al trabajador que hace algo bien.	V	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0
5	Las actividades están bien planificadas.	V	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0
6	La iluminación es muy buena dentro de la empresa y facilita el trabajo.	V	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0
7	Las personas en la empresa estan mas pendientes del reloj para salir del trabajo.	F	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0
8	Se alienta el espíritu critico-constructivo en el grupo de trabajo.	V	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0
9	Se anima a que las personas para que tomen sus propias decisiones.	V	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0
10	Muy pocas veces las cosas se dejan para el otro dia.	V	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0
11	Se espera que el grupo haga su trabajo siguiendo unas reglas establecidas.	V	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
12	El grupo de trabajo siente orgullo por la microempresa.	V	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0
13	El Líder mantiene una vigilancia bastante estrecha sobre el grupo de trabajo.	V	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0
14	El lugar de trabajo es agradable.	V	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0
15	A menudo el líder critica al grupo de trabajo por cosas de poca importancia.	F	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
16	Normalmente se explican los detalles de las tareas encomendadas.	V	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0
17	Se informa totalmente al personal de los beneficios obtenidos.	V	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0
18	Los trabajadores actúan con gran independencia del Líder.	V	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0
19	El mobiliario esta, normalmente, bien colocado.	V	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0
20	Normalmente, el trabajo es muy interesante.	V	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0
21	El Líder se reúne regularmente con el grupo de trabajo para discutir proyectos futuros.	V	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0
22	Los trabajadores suelen llegar tarde al trabajo.	F	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0

Categorías de medición
Implicación
Apoyo
Implicación
Apoyo
Claridad
Comodidad
Implicación
Apoyo
Autonomía
Organización
Control
Implicación
Control
Comodidad
Apoyo
Claridad
Claridad
Autonomía
Comodidad
Implicación
Autonomía
Organización

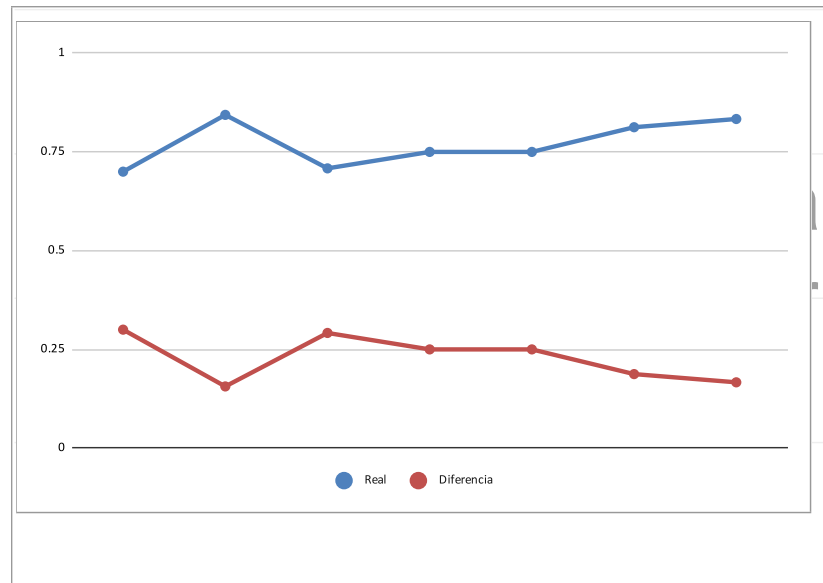
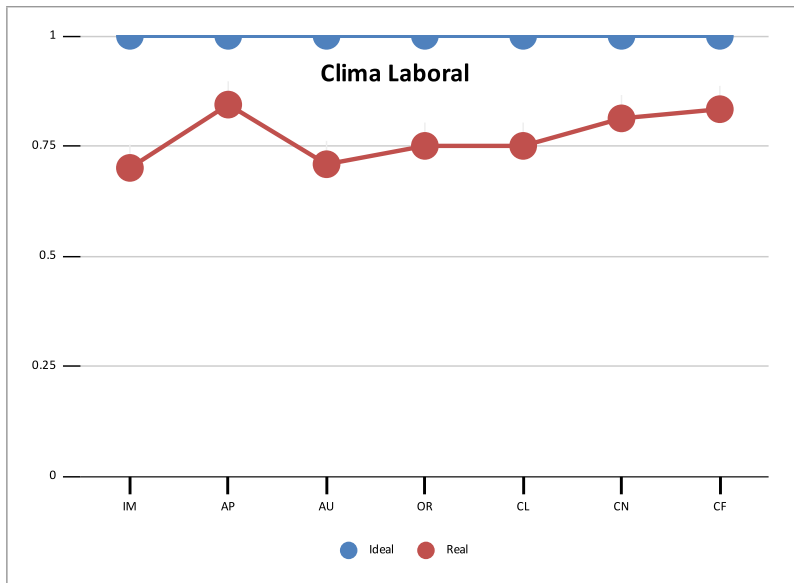
Implicación	1	1	5	5	4	3	4	5	0	0	SUMA
Apoyo	2	3	4	4	4	3	3	4	0	0	28
Autonomía	1	0	3	3	3	2	2	3	0	0	27
Organización	2	1	2	2	2	1	1	1	0	0	17
Claridad	0	0	3	3	3	3	3	3	0	0	12
Control	1	2	1	1	2	2	2	2	0	0	18
Comodidad	1	1	3	3	3	3	3	3	0	0	13
											20

PUNTUACIÓN ALCANZADA POR LA EMPRESA

CATEGORÍAS		Puntuaciones		ESC	Puntaje
		Sumatoria	Máxima		
Implicación	IM	28	40	IM	70%
Apoyo	AP	27	32	AP	84%
Autonomía	AU	17	24	AU	71%
Organización	OR	12	16	OR	75%
Claridad	CL	18	24	CL	75%
Control	CN	13	16	CN	81%
Comodidad	CF	20	24	CF	83%

REFERENCIA CONTRA MEJOR PRACTICA

CATEGORÍAS		PUNTUACIONES				
		Ideal	Real	%	Diferencia	%
Implicación	IM	100%	70%	70%	30%	30%
Apoyo	AP	100%	84%	84%	16%	16%
Autonomía	AU	100%	71%	71%	29%	29%
Organización	OR	100%	75%	75%	25%	25%
Claridad	CL	100%	75%	75%	25%	25%
Control	CN	100%	81%	81%	19%	19%
Comodidad	CF	100%	83%	83%	17%	17%



Que encontramos

Implicación
Apoyo
Autonomía
Organización
Claridad
Control
Comodidad

Los resultados reflejan que las dimensiones de implicación y autonomía representan los puntajes más bajos del clima laboral, esto demuestra una baja conexión de los colaboradores con los objetivos organizacionales y una limitada capacidad para tomar decisiones. La baja implicación puede deberse a la poca participación en procesos claves o falta de reconocimiento, mientras que la escasa autonomía podría estar afectando la motivación y productividad.

2G. Liderazgo

Fecha: 8-julio-2025 Marque con una X el cuadro correspondiente

Microempresa: Essensale Sociedad Por Acciones Simplificada-Senthia Autoevaluación:

Nombre de la persona que evalúa: Diana Mina, Margarita Soliman Evaluación a un Superior:

Nombre del Líder Evaluado: Maria Isabel Garcia

Instrucciones:
 Lea cuidadosamente cada enunciado
 Marcar con una x el número que mejor refleja la realidad de la persona que está evaluando.
 Trate de dar una respuesta objetiva, no responda pensando en lo que le gustaría que fuera sino en lo que es.
 Solo vale una respuesta por enunciado
 No deje enunciados sin contestar

Comentarios:
 El test se contesta tanto por el líder del grupo como por los trabajadores de la empresa

El Líder de la empresa:		Nunca	Rara Vez	Ocasional	Regularmente	Casi Siempre	Siempre
1	Piensa lo que será su negocio dentro de un año más	0	1	2	3	4	5
2	Dedica tiempo a la planeación y dirección de su negocio	0	1	2	3	4	5
3	Desarrolla acciones de comunicación efectivas con diferentes organizaciones.	0	1	2	3	4	5
4	Genera una comunicación efectiva con las personas que le colaboran directamente.	0	1	2	3	4	5
5	Entiende las funciones que debe efectuar para que su negocio se sostenga en el mercado	0	1	2	3	4	5
6	Conoce del negocio y está pendiente de su crecimiento	0	1	2	3	4	5
7	Promueve el cambio para mejorar constantemente el negocio	0	1	2	3	4	5
8	Aprende y asimila las cosas de manera muy rápida.	0	1	2	3	4	5
9	Es un buen motivador del grupo de trabajadores	0	1	2	3	4	5
10	Es democrático y puede aceptar opiniones de terceros.	0	1	2	3	4	5
11	Sabe escuchar	0	1	2	3	4	5
12	Tiene habilidad para tratar a las personas.	0	1	2	3	4	5
13	Se enfoca a los asuntos importantes	0	1	2	3	4	5
14	Confía y permite que los trabajadores tomen sus decisiones.	0	1	2	3	4	5
15	Es capaz de dar prioridades en los asuntos del negocio	0	1	2	3	4	5
16	Enfoca las actividades al logro de objetivos importantes para el negocio	0	1	2	3	4	5
17	Es integro, responsable y cumple su palabra.	0	1	2	3	4	5
18	Admite sus errores	0	1	2	3	4	5
19	Es seguro de sí mismo.	0	1	2	3	4	5
20	Inspira confianza a los demás	0	1	2	3	4	5

Categoría Evaluada

- Estrategia
- Estrategia
- Comunicación
- Comunicación
- Conocimiento
- Conocimiento
- Aprendizaje
- Aprendizaje
- Influencia
- Influencia
- Relaciones Personales
- Relaciones Personales
- Delegación
- Delegación
- Prioridades
- Prioridades
- Integridad
- Integridad
- Confiabilidad
- Confiabilidad

2H. Liderazgo

Nombre de la empresa: Essensale Sociedad Por Acciones Simplificada-Senthia

El Líder de la empresa: María Isabel García

	LIDER	N° TRABAJADORES										Prom	
		Auto - Evaluación del Líder	1	2	3	4	5	6	7	8	9		10
1	Piensa lo que será su negocio dentro de un año más	5	5	5	0	5	5	5	5	5	0	5	4.0
2	Dedica tiempo a la planeación y dirección de su negocio	5	5	5	0	5	0	5	5	5	0	5	3.5
3	Desarrolla acciones de comunicación efectivas con diferentes organizaciones.	5	0	0	5	5	0	5	5	0	5	5	3.0
4	Genera una comunicación efectiva con las personas que le colaboran directamente.	5	0	0	5	5	5	5	5	5	5	5	4.0
5	Entiende las funciones que debe efectuar para que su negocio se sostenga en el mercado	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5.0
6	Conoce del negocio y está pendiente de su crecimiento	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	0	4.5
7	Promueve el cambio para mejorar constantemente el negocio	5	5	0	5	5	5	5	5	5	0	0	3.5
8	Aprende y asimila las cosas de manera muy rápida.	5	0	0	5	5	5	5	5	5	5	5	4.0
9	Es un buen motivador del grupo de trabajadores	5	0	0	5	5	0	5	5	5	5	5	3.5
10	Es democrático y puede aceptar opiniones de terceros.	5	0	5	5	5	5	5	5	0	5	5	4.0
11	Sabe escuchar	5	0	0	5	5	0	5	5	5	5	5	3.5
12	Tiene habilidad para tratar a las personas.	5	0	5	0	0	0	5	5	0	5	0	2.0
13	Se enfoca a los asuntos importantes	5	0	5	5	5	5	5	5	5	5	0	4.0
14	Confía y permite que los trabajadores tomen sus decisiones.	5	0	0	5	5	0	5	5	5	0	0	2.5
15	Es capaz de dar prioridades en los asuntos del negocio	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5.0
16	Enfoca las actividades al logro de objetivos importantes para el negocio	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5.0
17	Es íntegro, responsable y cumple su palabra.	5	0	0	5	5	5	5	5	5	0	5	3.5
18	Admite sus errores	5	0	0	5	5	5	5	5	5	0	5	3.5
19	Es seguro de sí mismo.	5	0	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4.5
20	Inspira confianza a los demás	5	0	5	5	5	0	5	5	5	0	5	3.5

Categoría Evaluada

Estrategia
Estrategia
Comunicación
Comunicación
Conocimiento
Conocimiento
Aprendizaje
Aprendizaje
Influencia
Influencia
Relaciones Personales
Relaciones Personales
Delegación
Delegación
Prioridades
Prioridades
Integridad
Integridad
Confiabilidad
Confiabilidad

2H. Liderazgo

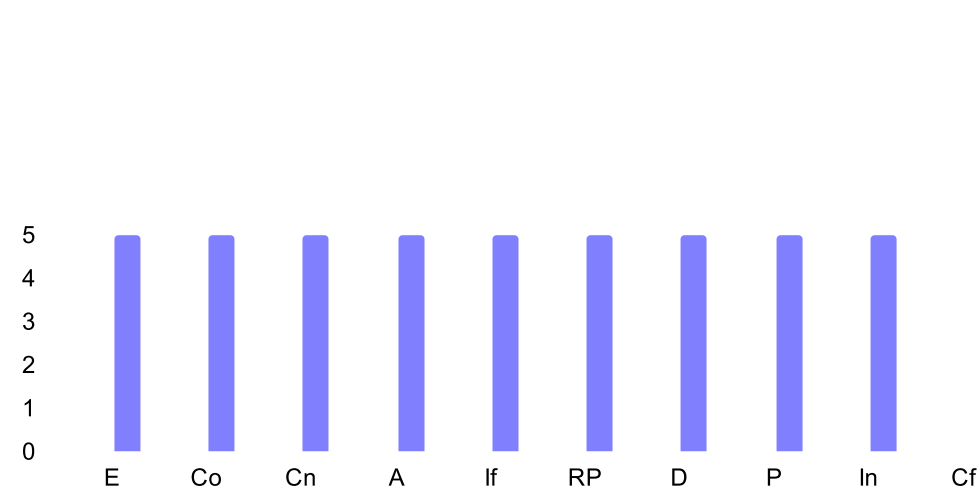
Resultados de las calificaciones

Nombre Empresa: Essensale Sociedad Por Acciones Simplificada-Senthia

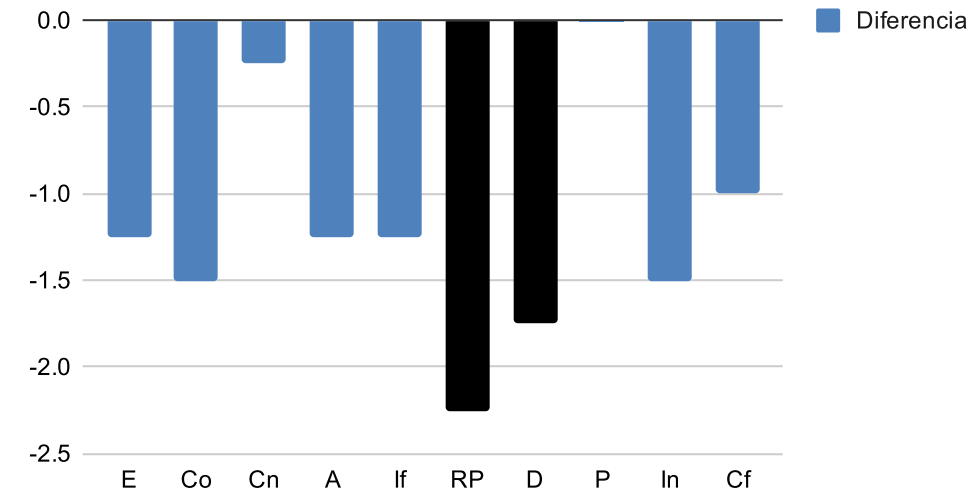
Nombre Líder: Maria Isabel Garcia

Variable	Abreviatura	Lider	Grupo	Diferencia	Franja Mejora	Promedio	Porcentaje
Estrategia	E	5.0	3.8	-1.3	13%	4.4	88%
Comunicación	Co	5.0	3.5	-1.5	15%	4.3	85%
Conocimiento	Cn	5.0	4.8	-0.3	3%	4.9	98%
Aprendizaje	A	5.0	3.8	-1.3	13%	4.4	88%
Influencia	If	5.0	3.8	-1.3	13%	4.4	88%
Relaciones Personales	RP	5.0	2.8	-2.3	23%	3.9	78%
Delegación	D	5.0	3.3	-1.8	18%	4.1	83%
Prioridades	P	5.0	5.0	0.0	0%	5.0	100%
Integridad	In	5.0	3.5	-1.5	15%	4.3	85%
Confianza	Cf	5.0	4.0	-1.0	10%	4.5	90%

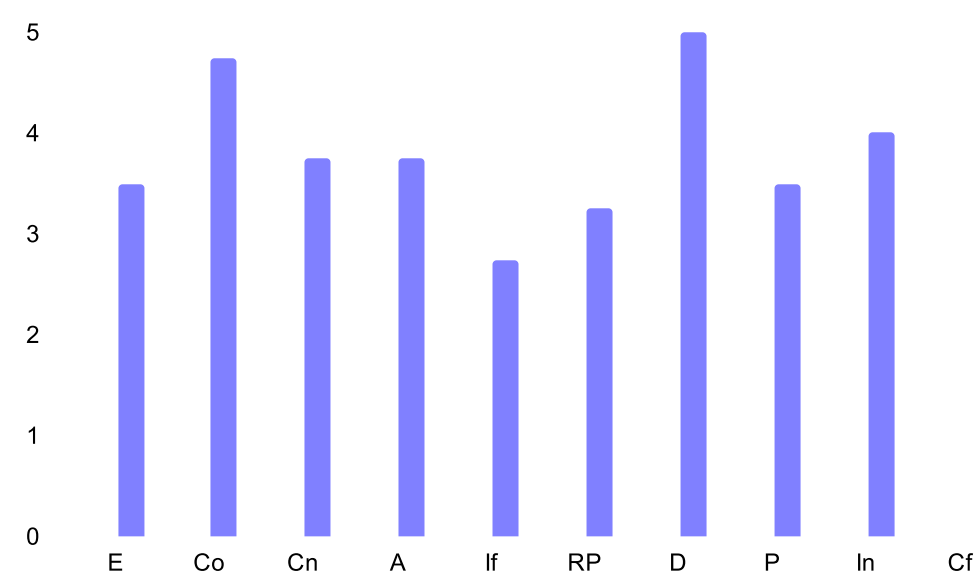
Auto-Evaluación del Líder



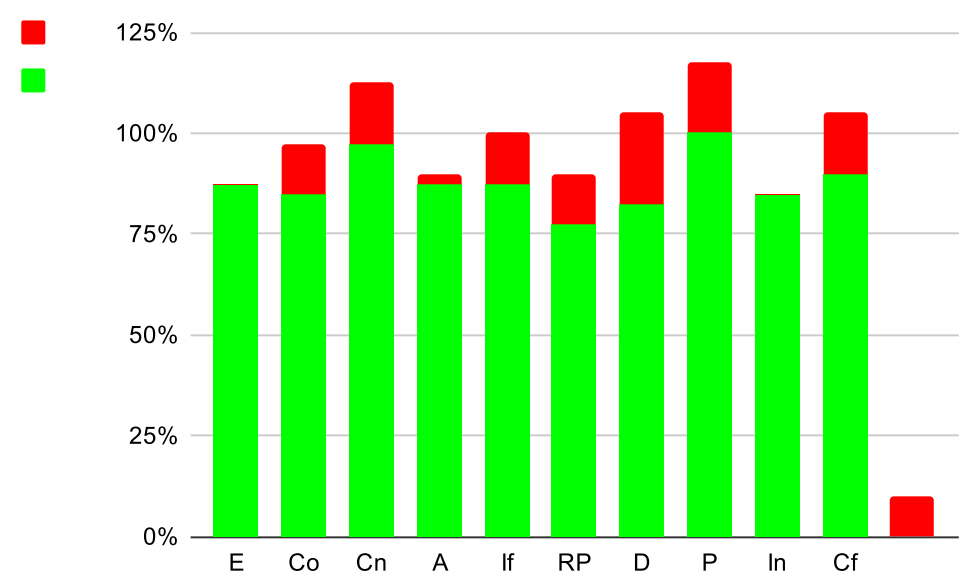
Diferencia entre la Auto-Evaluación y la Evaluación del Grupo



Evaluación del Grupo al Líder



Oportunidades de Mejora del Líder



Qué encontramos:

Relaciones Personales	Factores como la deficiencia en la escucha activa, poca empatía y dificultad en el trato interpersonal han generado esta percepción negativa. Sin relaciones humanas positivas el equipo pierde confianza, comunicación y compromiso. Mejorar estos aspectos favorecerá un ambiente laboral más saludable esperando un incremento en la confianza, cohesión de equipo y colaboración.
Delegación	El líder cree delegar adecuadamente pero los colaboradores no se sienten capaces de tomar sus propias decisiones debido a que el líder no confía en ellos. Al mejorar la delegación los colaboradores podrán asumir mayores responsabilidades, aumentando su motivación y compromiso.

ZONA DE CÁLCULOS (NO MODIFICAR LAS FÓRMULAS)

Líder	Grupo
E	5.00 5
Co	5.00 5
Cn	5.00 5
A	5.00 5
If	5.00 5
RP	5.00 5
D	5.00 5
P	5.00 5
In	5.00 5
Cf	5.00 5

Evaluación del Líder	Prom	Categoría Evaluada
1	5	4.0
2	5	3.5
3	5	3.0
4	5	4.0
5	5	5.0
6	5	4.5
7	5	3.5
8	5	4.0
9	5	3.5
10	5	4.0
11	5	3.5
12	5	2.0
13	5	4.0
14	5	2.5
15	5	5.0
16	5	5.0
17	5	3.5
18	5	3.5
19	5	4.5
20	5	3.5

SEGMENTO DE CLIENTES



En este espacio debe definir el segmento de clientes. No basta con mencionar al cliente objetivo es: "Empresarios e industriales colombianos". Al hablar del segmento de cliente, usted debe hacer un perfil del cliente que USTED DESEA TENER. Caracterizándolo y diferenciándolo de otros segmentos no seleccionados. Ejemplo: Empresarios e industriales colombianos ubicados en las 3 principales ciudades del país, con edades entre los 30 y 35 años, que sean usuarios de aplicaciones móviles celulares y tengan hábitos de uso de smart phones para realizar videoconferencias y hacer envío de correos electrónicos. Es posible que usted tenga uno o varios segmentos de clientes, sin embargo considere que es a ese segmento donde usted debe hacer los esfuerzos de marketing y ventas. (edad, sexo, estrato, género, profesión, ubicación geográfica, etc.)

Escriba aquí su segmento de clientes:

Nuestro principal segmento de clientes son jóvenes y adultos entre 18 y 35 años con predominio del género femenino, principalmente de estratos de 3 a 5 que viven en la ciudad de Cali. Entre ellos destacan profesionales jóvenes, amas de casa y adultos millenials interesados en cuidado personal y del hogar que cambian compras online con experiencia en tiendas físicas.

PROPUESTA DE VALOR



La propuesta de valor (conjunto de productos genéricos, servicios ofrecidos y valores agregados) se traducen en "¿Que se ofrece?", no se trata de listar los servicios y productos. Se trata también de saber que quiere el cliente y que no quiere. Piense también en las motivaciones de compra de su segmento de cliente, y busque determinarla basado en el tipo de relación que quiere tener con él.

La Propuesta de valor busca resolver los problemas de los clientes y satisfacer sus necesidades con productos y servicios de alta calidad a precios justos y con valores agregados. **Escriba aquí su propuesta de valor:**

Nuestros clientes son la esencia de nuestra empresa, la calidad nos hace diferentes en el mercado, por eso nos adaptamos a sus necesidades, promovemos la participación activa mediante el modelo "Pagas Lo que Mueves", y generamos un impacto positivo en su vida diaria y en el entorno, con soluciones innovadoras y responsables. Creamos experiencias únicas de bienestar a través de productos personalizables, sostenibles y de alta calidad.



CANALES

La propuesta de valor debe ser entregada por medio de comunicación, distribución, ventas a través de canales estratégicos. Es necesario que elabore una ruta para que los canales sean eficientes y eficaces, logrando su cometido. No basta con hacer una lista de canales, se trata de definirlos y medirlos.

Ejemplo: El tipo de canal estratégico de mi emprendimiento está compuesto de una estrategia por medio de internet, para ello se debe diseñar un modelo online marketing que promueva el uso de buscadores de contenido, posicionamiento de website y publicidad online.

internet, página WEB, representantes comerciales, medios, intermediarios mayoristas o minoristas

Escriba aquí sus canales:

Tienda propia: Puntos de venta físicos gestionados directamente por Essensele en ubicaciones estratégicas (ej. centros comerciales urbanos).

Empaqueado: Tiendas operadas por socios bajo licencia de Essensele.

Redes sociales: Instagram, WhatsApp, TikTok y Facebook para venta social (shoppable posts) y construcción de comunidad.



RELACIÓN CON CUENTES

Las relaciones con los clientes deben mantener con cada segmento de cliente. En este componente, defina cuál es el tipo de relación que quiere mantener con su cliente. Se trata de crear un verdadero lazo de durabilidad, piense en relaciones de largo plazo, a través de asociación, clubes y servicios posventa como mantenimiento, reparación repuestos, soporte técnico, asistencia técnica, entrenamiento, actualizaciones etc.

Escriba aquí el tipo de relaciones con los clientes:

Buscamos construir relaciones cercanas y duradera con nuestros clientes a través de:

- Acompañamientos que se realicen durante el proceso de compra.
- Asesoría constante.
- Programa de fidelización.
- Atención posventa.
- Fidelización de clientes.
- Creando experiencias únicas.



FUENTES DE INGRESOS

La corriente de ingresos son el reflejo de una buena propuesta de valor. Es el resultado de un buen trabajo, de alta calidad y responsabilidad.

Defina claramente la percepción de los ingresos basado en la visión de negocios y la selección de los segmentos adecuada de clientes.

Ingresos por venta de productos o por prestación de servicios, con pagos únicos o recurrentes, venta, arrendos, comisiones, afiliaciones, suscripciones, etc. c

Ejemplo: La forma de percibir los ingresos de mi emprendimiento será 20% por medio de la venta de servicios de la red comercial, 80% por medio de las transacciones hechas a través de nuestro portal electrónico. O los ingresos serán por ventas el 70% y por prestación de servicios un 30%

Escriba aquí la forma de percibir sus ingresos:

El 100% de los ingresos recibidos en Esensalé S.A.S. proviene de la venta de productos de perfumería, cuidado personal y del hogar. Estos ingresos se perciben a través de ventas directas en puntos físicos y digitales, así como por medio de tarjetas débito y crédito. Del total de estos ingresos, un 20% corresponde a las ventas realizadas por los franquiciados, quienes operan bajo el modelo de negocio de la empresa, aportando a su expansión y posicionamiento en el mercado.



RECURSOS CLAVE

Son los activos clave con los que cuenta para desarrollar su proyecto empresarial, en especial los recursos tangibles e intangibles o capacidades (Conocimientos, habilidades, destrezas, Know How) para el desarrollo de la propuesta de valor.
Haga un inventario de recursos, financieros, físicos, tecnológicos, humanos de TIC e intelectuales (marcas, patentes, copyrights, data). Y de ellos seleccione únicamente los de alta importancia, también conocidos como **clave, críticos o vitales** para el desarrollo de la propuesta de valor.

Escriba aquí sus recursos y capacidades clave

Local físico con alto flujo peatonal.
Talento humano calificado y motivado.
Marca Sertitia consolidada.
Tecnología de punta para operación y atención.
Manuales, políticas y sistema de gestión (SG).
Red de franquiciados.



ACTIVIDADES O PROCESOS CLAVE

Cuáles actividades para el desarrollo de la propuesta de valor (diseño, elaboración, ensamble, venta y distribución) son clave.

Nuestros canales de distribución? La relación con los clientes? O los ingresos?

Ejemplo: Asesoría para una firma Asesora, Diseño y desarrollo para Microsoft, Producción para una empresa de muebles, ensamble para Dell Computadores, venta para una comercializadora, distribución para una firma de servicios de distribución, mantenimiento para una empresa de reparación y mantenimiento de maquinarias plataformas de tecnología, network

Escriba aquí las Actividades o procesos Clave:

Venta y comercialización: De perfumes y productos de bienestar. Producción personalizada: como fragancias bajo el modelo "Hágalo Usted Mismo". Atención y asesoría al cliente, personalizada y constante. Distribución y Marketing: Enfocado en redes sociales y canales digitales. Facturación y gestión administrativa: para controlar pedidos y operaciones internas.

ALIANZAS CLAVE CON PROVEEDORES, OUTSOURCING, INTERMEDIARIOS, GOBIERNO, COMPETIDORES Y OTRO TIPO DE EMPRESAS



Quiénes son nuestros aliados estratégicos, quiénes son nuestros proveedores claves? Cuáles recursos claves estamos adquiriendo de los aliados?
Cuáles actividades claves se pueden desempeñar con socios estratégicos (outsourcing)? Que competidores pueden ser aliados estratégicos
Defina algún tipo de motivaciones para las alianzas: Optimización y economía, reducción de riesgos, adquisición de recursos particulares y actividades

Escriba aquí las alianzas estratégicas clave, que hay que desarrollar para el éxito del negocio y el desarrollo de la propuesta de valor :

- *Proveedores de materias primas seleccionadas.
- *Franchisados como canal estratégico de expansión.
- *Entidades regulatorias (para cumplimiento normativo).
- *Alianzas tecnológicas y tecnológicas.

ESTRUCTURA DE COSTOS












¿Cuáles son los costos más importantes involucrados en nuestro modelo de negocio? ¿Cuáles recursos claves son los más costosos?
¿Cuáles actividades claves son las más costosas? ¿Es el modelo de negocio menos costoso en infraestructura? ¿Armar la propuesta de valor es de bajo costo?
¿La automatización de los procesos se hace costosa? ¿Crear valor a la propuesta de negocios es costosa?

Ejemplos: costos fijos y variables, costos directos e indirectos economías de escala, economías de gama o alcance, salarios, insumos distribución.

Escriba aquí la estructura de costos :

1. Costos de adquisición de materias primas.
2. Operación y mantenimiento del local físico.
3. Tecnología y sistemas de información.
4. Formación y soporte a franquiciados.

Modelo de Negocio CANVAS (LIENZO)

Compañía:		Diseñado por:		Fecha:	
SEGMENTO DE CLIENTES 	ACTIVIDADES O PROCESOS CLAVE 	PROPUESTA DE VALOR 	RELACIÓN CON CLIENTES 	ALIANZAS CLAVES 	
<p>Nuestro principal segmento de clientes son jóvenes y adultos entre 18 y 55 años con predominio del genero femenino, pricipamental de estratos de 3 a 5 que viven en la ciudad de Cali. Entre ellos destacan profesionales jóvenes, amas de casa y adultos millennials interesados en cuidado personal y del hogar que combinan compras online con experiencia en tiendas físicas.</p>	<p>Venta y comercialización: De perfumes y productos de bienestar. Producción personalizada: como fragancias bajo el modelo "Hágalo Usted Mismo". Atención y asesoría al cliente, personalizada y constante. Distribución y Marketing: Enfocado en redes sociales y canales digitales. Facturación y gestión administrativa: para controlar pedidos y operaciones internas.</p>	<p>Nuestros clientes son la esencia de nuestra empresa, la calidad nos hace diferentes en el mercado, por eso nos adaptamos a sus necesidades, promovemos la participación activa mediante el modelo "Hágalo Usted Mismo", y generamos un impacto positivo en su vida diaria y en el entorno, con soluciones innovadoras y responsables. Creamos experiencias únicas de bienestar a través de productos personalizables, sostenibles y de alta calidad.</p>	<p>Buscamos construir relaciones cercanas y duradera con nuestros clientes a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acompañamientos que se realicen durante el proceso de compra. • Asesoría constante. • Programa de fidelización. • Atención postventa. • Fidelización de clientes. • Creando experiencias únicas. 	<p><small>*Proveedores de materias primas seleccionadas. *Franquiados como canal estratégico de expansión. *Entidades regulatorias (para cumplimiento normativo). *Alianzas logísticas y tecnológicas.</small></p>	
RECURSOS CLAVE 		CANALES 		FUENTES DE INGRESOS 	
<p>- Local físico con alto flujo peatonal. - Talento humano calificado y motivado. - Marca Senthia consolidada. - Tecnología de punta para operación y atención. - Manuales, políticas y sistema de gestión (SGI). - Red de franquiciados.</p>		ESTRUCTURA DE COSTOS 		<p>El 100% de los ingresos recibidos en Essensale S.A.S. proviene de la venta de productos de perfumería, cuidado personal y del hogar. Estos ingresos se perciben a través de ventas directas en puntos físicos y digitales, así como por medio de tarjetas débito y crédito. Del total de estos ingresos, un 20% corresponde a las ventas realizadas por los franquiciados, quienes operan bajo el modelo de negocio de la empresa, aportando a su expansión y posicionamiento en el mercado.</p>	
<p>- Costos de adquisición de materias primas. - Operación y mantenimiento del local físico. - Tecnología y sistemas de información. - Formación y soporte a franquiciados. - Costos de personal y bienestar laboral. - Inversión en marketing, innovación y sostenibilidad.</p>					

2F. Clima de Trabajo

CUESTIONARIO CLIMA DE TRABAJO

A continuación encontrará algunas frases relacionadas con el trabajo. Aunque están pensadas para muy distintos ambientes laborales, es posible que algunas no se ajusten del todo al lugar donde usted trabaja.

Trate de acomodarlas a su propio caso y decida si son verdaderas o falsas en relación con su centro de trabajo.

Si cree que la frase, aplicada a su centro de trabajo, es verdadera o casi siempre verdadera, anote una X en el espacio correspondiente a Verdadero, Si cree que la frase es falsa, o casi siempre falsa, anote una X en el espacio correspondiente a Falso.

		V	F
1	El trabajo es realmente estimulante, nos gusta	V	
2	Cuando se dan instrucciones a las personas que trabajan en la empresa se hace con tono adecuado	V	
3	El grupo de trabajo tiene un buen espíritu de grupo.	V	
4	En el negocio se suele felicitar al trabajador que hace algo bien.	V	
5	Las actividades están bien planificadas.	V	
6	La iluminación es muy buena dentro de la empresa y facilita el trabajo.	V	
7	Las personas en la empresa están más pendientes del reloj para salir del trabajo.	V	
8	Se alienta el espíritu crítico-constructivo en el grupo de trabajo.	V	
9	Se anima a que las personas tomen sus propias decisiones.	V	
10	Muy pocas veces las cosas se dejan para el otro día.	V	
11	Se espera que el grupo haga su trabajo siguiendo unas reglas establecidas.	V	
12	El grupo de trabajo siente orgullo por la microempresa.		F
13	El Líder mantiene una vigilancia bastante estrecha sobre el grupo de trabajo.		F
14	El lugar de trabajo es agradable.	V	
15	A menudo el líder critica al grupo de trabajo por cosas de poca importancia.	V	
16	Normalmente se explican los detalles de las tareas encomendadas.	V	
17	Se informa totalmente al personal de los beneficios obtenidos.	V	
18	Los trabajadores actúan con gran independencia del Líder.	V	
19	El mobiliario está, normalmente, bien colocado.	V	
20	Normalmente, el trabajo es muy interesante.	V	
21	El Líder se reúne regularmente con el grupo de trabajo para discutir proyectos futuros.	V	
22	Los trabajadores suelen llegar tarde al trabajo.		F

2 F. Clima de Trabajo

Hoja de Captura de Resultados

Nombre de la empresa: Imporgas JJ S.A.S.

		N° de trabajador encuestado										
		RESPUESTA IDEAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	El trabajo es realmente estimulante, nos gusta	V	V	V	V	F	V					
2	Cuando se dan instrucciones a las personas que trabajan en la empresa se hace con tono adecuado	V	V	V	V	V	V					
3	El grupo de trabajo tiene un buen espíritu de grupo.	V	V	V	V	V	V					
4	En el negocio se suele felicitar al trabajador que hace algo bien.	V	V	F	V	F	V					
5	Las actividades están bien planificadas.	V	V	V	V	F	V					
6	La iluminación es muy buena dentro de la empresa y facilita el trabajo.	V	V	V	V	V	V					
7	Las personas en la empresa estan mas pendientes del reloj para salir del trabajo.	F	F	F	F	V	F					
8	Se alienta el espíritu critico-constructivo en el grupo de trabajo.	V	V	V	V	V	V					
9	Se anima a que las personas para que tomen sus propias decisiones.	V	V	V	V	V	V					
10	Muy pocas veces las cosas se dejan para el otro dia.	V	V	V	V	F	V					
11	Se espera que el grupo haga su trabajo siguiendo unas reglas establecidas.	V	V	V	V	V	V					
12	El grupo de trabajo siente orgullo por la microempresa.	V	V	V	V	F	V					
13	El Líder mantiene una vigilancia bastante estrecha sobre el grupo de trabajo.	V	V	F	V	V	V					
14	El lugar de trabajo es agradable.	V	V	V	V	V	V					
15	A menudo el líder critica al grupo de trabajo por cosas de poca importancia.	F	F	F	F	V	F					
16	Normalmente se explican los detalles de las tareas encomendadas.	V	V	V	V	V	V					
17	Se informa totalmente al personal de los beneficios obtenidos.	V	V	V	V	V	V					
18	Los trabajadores actúan con gran independencia del Líder.	V	F	V	V	V	F					
19	El mobiliario esta, normalmente, bien colocado.	V	V	V	V	V	V					
20	Normalmente, el trabajo es muy interesante.	V	V	V	V	F	V					
21	El Líder se reúne regularmente con el grupo de trabajo para discutir proyectos futuros.	V	V	F	F	V	V					
22	Los trabajadores suelen llegar tarde al trabajo.	F	F	F	F	V	V					

2 F. Clima de Trabajo

Hoja de Resumen Binario de Resultados

Nombre de la empresa: Imporgas JJ S.A.S.

N° de trabajador encuestado

	RESPUESTA IDEAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	El trabajo es realmente estimulante, nos gusta	V	1	1	1	0	1				
2	Cuando se dan instrucciones a las personas que trabajan en la empresa se hace con tono adecuado	V	1	1	1	1	1				
3	El grupo de trabajo tiene un buen espíritu de grupo.	V	1	1	1	1	1				
4	En el negocio se suele felicitar al trabajador que hace algo bien.	V	1	0	1	0	1				
5	Las actividades están bien planificadas.	V	1	1	1	0	1				
6	La iluminación es muy buena dentro de la empresa y facilita el trabajo.	V	1	1	1	1	1				
7	Las personas en la empresa estan mas pendientes del reloj para salir del trabajo.	F	1	1	1	0	1				
8	Se alienta el espíritu critico-constructivo en el grupo de trabajo.	V	1	1	1	1	1				
9	Se anima a que las personas para que tomen sus propias decisiones.	V	1	1	1	1	1				
10	Muy pocas veces las cosas se dejan para el otro dia.	V	1	1	1	0	1				
11	Se espera que el grupo haga su trabajo siguiendo unas reglas establecidas.	V	1	1	1	1	1				
12	El grupo de trabajo siente orgullo por la microempresa.	V	1	1	1	0	1				
13	El Líder mantiene una vigilancia bastante estrecha sobre el grupo de trabajo.	V	1	0	1	1	1				
14	El lugar de trabajo es agradable.	V	1	1	1	1	1				
15	A menudo el líder critica al grupo de trabajo por cosas de poca importancia.	F	1	1	1	0	1				
16	Normalmente se explican los detalles de las tareas encomendadas.	V	1	1	1	1	1				
17	Se informa totalmente al personal de los beneficios obtenidos.	V	1	1	1	1	1				
18	Los trabajadores actúan con gran independencia del Líder.	V	0	1	1	1	0				
19	El mobiliario esta, normalmente, bien colocado.	V	1	1	1	1	1				
20	Normalmente, el trabajo es muy interesante.	V	1	1	1	0	1				
21	El Líder se reúne regularmente con el grupo de trabajo para discutir proyectos futuros.	V	1	0	0	1	1				
22	Los trabajadores suelen llegar tarde al trabajo.	F	1	1	1	0	0				

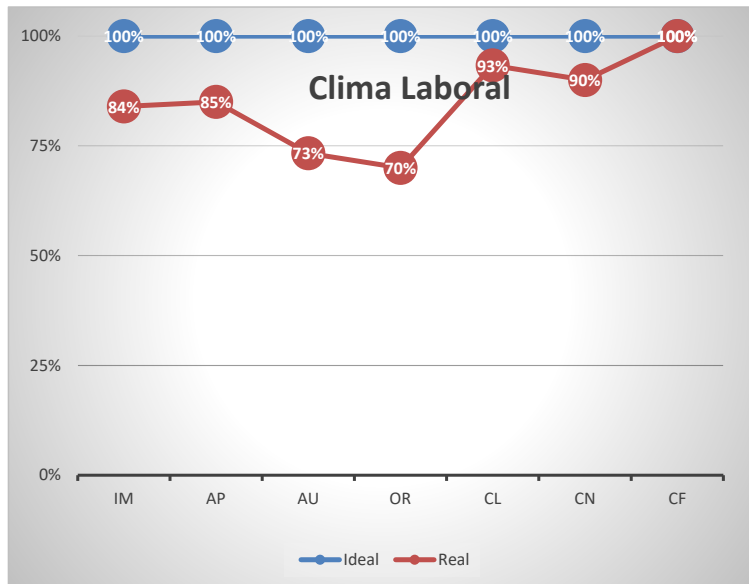
Categorías de medición
Implicación
Apoyo
Implicación
Apoyo
Claridad
Comodidad
Implicación
Apoyo
Autonomía
Organización
Control
Implicación
Control
Comodidad
Apoyo
Claridad
Claridad
Autonomía
Comodidad
Implicación
Autonomía
Organización

Implicación	5	5	5	1	5	0	0	0	0	0	21
Apoyo	4	3	4	2	4	0	0	0	0	0	17
Autonomía	2	2	2	3	2	0	0	0	0	0	11
Organización	2	2	2	0	1	0	0	0	0	0	7
Claridad	3	3	3	2	3	0	0	0	0	0	14
Control	2	1	2	2	2	0	0	0	0	0	9
Comodidad	3	3	3	3	3	0	0	0	0	0	15

SUMA

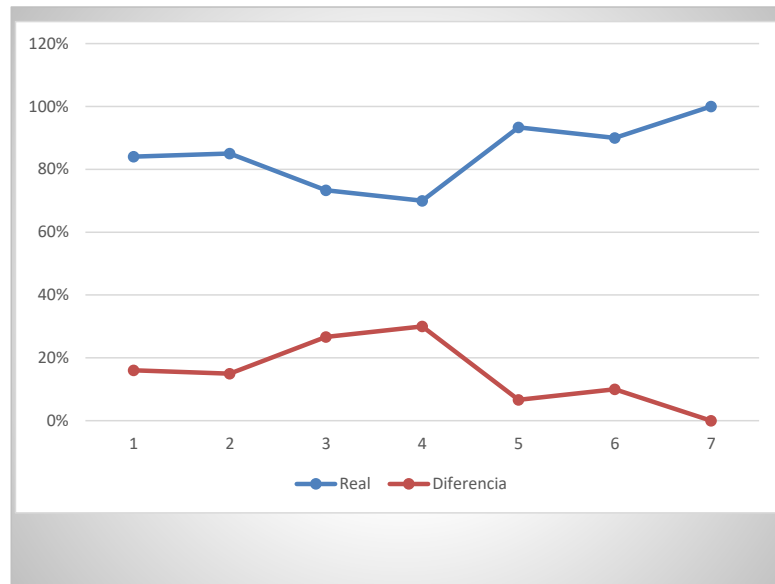
PUNTUACIÓN ALCANZADA POR LA EMPRESA

CATEGORÍAS		Puntuaciones		ESC	Puntaje
		Sumatoria	Máxima		
Implicación	IM	21	25	IM	84%
Apoyo	AP	17	20	AP	85%
Autonomía	AU	11	15	AU	73%
Organización	OR	7	10	OR	70%
Claridad	CL	14	15	CL	93%
Control	CN	9	10	CN	90%
Comodidad	CF	15	15	CF	100%



REFERENCIA CONTRA MEJOR PRACTICA

CATEGORÍAS		PUNTUACIONES				
		Ideal	Real	%	Diferencia	%
Implicación	IM	100%	84%	84%	16%	16%
Apoyo	AP	100%	85%	85%	15%	15%
Autonomía	AU	100%	73%	73%	27%	27%
Organización	OR	100%	70%	70%	30%	30%
Claridad	CL	100%	93%	93%	7%	7%
Control	CN	100%	90%	90%	10%	10%
Comodidad	CF	100%	100%	100%	0%	0%



Que encontramos	
Autonomía	La evaluación del clima laboral en la empresa Imporgas JJ S.A.S. evidencia que las categorías con mayores oportunidades de mejora son la autonomía y la organización, al presentar los porcentajes más bajos en comparación con la meta ideal del 100%. La autonomía obtuvo un puntaje del 73%, reflejando un déficit del 27%, mientras que la organización alcanzó solo un 70%, con una diferencia del 30% frente al estándar óptimo. En cuanto a la autonomía, se identifican limitaciones como la falta de estímulo para que los trabajadores tomen sus propias decisiones y la ausencia de reuniones periódicas del líder con el equipo de trabajo para discutir proyectos futuros. Respecto a la organización, los resultados muestran que a veces se dejan tareas pendientes para el día siguiente, y que algunos trabajadores suelen llegar tarde al trabajo.
Organización	

¿Que percibe de su gerente?	Nunca	Siempre
Piensa lo que será su negocio dentro de un año más		X
Dedica tiempo a la planeación y dirección de su negocio		X
Desarrolla acciones de comunicación efectivas con diferentes organizaciones.		X
Genera una comunicación efectiva con las personas que le colaboran directamente.		X
Entiende las funciones que debe efectuar para que su negocio se sostenga en el mercado		X
Conoce del negocio y está pendiente de su crecimiento		X
Promueve el cambio para mejorar constantemente el negocio		X
Aprende y asimila las cosas de manera muy rápida.		X
Es un buen motivador del grupo de trabajadores		X
Es democrático y puede aceptar opiniones de terceros.		X
Sabe escuchar		X
Tiene habilidad para tratar a las personas.		X
Se enfoca a los asuntos importantes	X	
Confía y permite que los trabajadores tomen sus decisiones.		X
Es capaz de dar prioridades en los asuntos del negocio		X
Enfoca las actividades al logro de objetivos importantes para el negocio		X
Es integro, responsable y cumple su palabra.		X
Admite sus errores		X
Es seguro de sí mismo.		X
Inspira confianza a los demás		X

¿Cómo te sientes dentro de la organización?	V	F
1. El trabajo es realmente estimulante, nos gusta	+	
Cuando se dan instrucciones a las personas que trabajan en la empresa se hace con tono adecuado	X	
El grupo de trabajo tiene un buen espíritu de grupo.	X	
En el negocio se suele felicitar al trabajador que hace algo bien.		
Las actividades están bien planificadas	X	
La iluminación es muy buena dentro de la empresa y facilita el trabajo.		+
Las personas en la empresa están más pendientes del reloj para salir del trabajo.		
Se alienta el espíritu crítico-constructivo en el grupo de trabajo.		F
Se anima a que las personas para que tomen sus propias decisiones.	+	
Muy pocas veces las cosas se dejan para el otro día.	+	
Se espera que el grupo haga su trabajo siguiendo unas reglas establecidas.		
El grupo de trabajo siente orgullo por la microempresa.	X	
El Líder mantiene una vigilancia bastante estrecha sobre el grupo de trabajo.	+	
El lugar de trabajo es agradable.		F
A menudo el líder critica al grupo de trabajo por cosas de poca importancia.	X	
Normalmente se explican los detalles de las tareas encomendadas.		F
Se informa totalmente al personal de los beneficios obtenidos.	X	
Los trabajadores actúan con gran independencia del Líder.	X	
El mobiliario esta, normalmente, bien colocado.	X	
Normalmente, el trabajo es muy interesante.	+	
El Líder se reúne regularmente con el grupo de trabajo para discutir proyectos futuros.	+	
Los trabajadores suelen llegar tarde al trabajo.		+

	V	F
El trabajo es realmente estimulante, nos gusta		X
Cuando se dan instrucciones a las personas que trabajan en la empresa se hace con tono adecuado	X	
El grupo de trabajo tiene un buen espíritu de grupo.	X	
En el negocio se suele felicitar al trabajador que hace algo bien.	X	
Las actividades están bien planificadas.		X
La iluminación es muy buena dentro de la empresa y facilita el trabajo.		X
Las personas en la empresa están más pendientes del reloj para salir del trabajo.	X	
Se alienta el espíritu crítico-constructivo en el grupo de trabajo.		X
Se anima a que las personas para que tomen sus propias decisiones.		X
Muy pocas veces las cosas se dejan para el otro día.		X
Se espera que el grupo haga su trabajo siguiendo unas reglas establecidas.	X	
El grupo de trabajo siente orgullo por la microempresa.		X
El Líder mantiene una vigilancia bastante estrecha sobre el grupo de trabajo.	X	
El lugar de trabajo es agradable.	X	
A menudo el líder critica al grupo de trabajo por cosas de poca importancia.		X
Normalmente se explican los detalles de las tareas encomendadas.		X
Se informa totalmente al personal de los beneficios obtenidos.		X
Los trabajadores actúan con gran independencia del Líder.		X
El mobiliario esta, normalmente, bien colocado.		X
Normalmente, el trabajo es muy interesante.		X
El Líder se reúne regularmente con el grupo de trabajo para discutir proyectos futuros.		X
Los trabajadores suelen llegar tarde al trabajo.		X

~~XXXXXXXXXX~~ N

El Líder de la empresa: ~~XXXXXXXXXX~~

		Nunca	Siempre
1	Piensa lo que será su negocio dentro de un año más		X
2	Dedica tiempo a la planeación y dirección de su negocio		X
3	Desarrolla acciones de comunicación efectivas con diferentes organizaciones.	X	
4	Genera una comunicación efectiva con las personas que le colaboran directamente.	X	
5	Entiende las funciones que debe efectuar para que su negocio se sostenga en el mercado		X
6	Conoce del negocio y está pendiente de su crecimiento		X
7	Promueve el cambio para mejorar constantemente el negocio	X	
8	Aprende y asimila las cosas de manera muy rápida.	X	
9	Es un buen motivador del grupo de trabajadores	X	
10	Es democrático y puede aceptar opiniones de terceros.		
11	Sabe escuchar		
12	Tiene habilidad para tratar a las personas.	X	
13	Se enfoca a los asuntos importantes		X
14	Confía y permite que los trabajadores tomen sus decisiones.	X	
15	Es capaz de dar prioridades en los asuntos del negocio		X
16	Enfoca las actividades al logro de objetivos importantes para el negocio		X
17	Es integro, responsable y cumple su palabra.	X	
18	Admite sus errores	X	
19	Es seguro de sí mismo.		X
20	Inspira confianza a los demás		X

→ 3

¿Cómo te sientes dentro de la organización?	V	F
El trabajo es realmente estimulante, nos gusta		✓
Cuando se dan instrucciones a las personas que trabajan en la empresa se hace con tono adecuado	✓	
El grupo de trabajo tiene un buen espíritu de grupo.		✓
En el negocio se suele felicitar al trabajador que hace algo bien.		✓
Las actividades están bien planificadas.		✓
La iluminación es muy buena dentro de la empresa y facilita el trabajo.	✓	
Las personas en la empresa están más pendientes del reloj para salir del trabajo.	✓	
Se alienta el espíritu crítico-constructivo en el grupo de trabajo.		✓
Se anima a que las personas para que tomen sus propias decisiones.		✓
Muy pocas veces las cosas se dejan para el otro día.	✓	
Se espera que el grupo haga su trabajo siguiendo unas reglas establecidas.	✓	
El grupo de trabajo siente orgullo por la microempresa.	✓	
El Líder mantiene una vigilancia bastante estrecha sobre el grupo de trabajo.		✓
El lugar de trabajo es agradable.		✓
A menudo el líder critica al grupo de trabajo por cosas de poca importancia.		✓
Normalmente se explican los detalles de las tareas encomendadas.		✓
Se informa totalmente al personal de los beneficios obtenidos.		✓
Los trabajadores actúan con gran independencia del Líder.	✓	
El mobiliario esta, normalmente, bien colocado.		✓
Normalmente, el trabajo es muy interesante.		✓
El Líder se reúne regularmente con el grupo de trabajo para discutir proyectos futuros.		✓
Los trabajadores suelen llegar tarde al trabajo.		✓

5

¿Que percibe de su gerente?	Nunca	Siempre
Piensa lo que será su negocio dentro de un año más		↗
Dedica tiempo a la planeación y dirección de su negocio		↗
Desarrolla acciones de comunicación efectivas con diferentes organizaciones.	↗	
Genera una comunicación efectiva con las personas que le colaboran directamente.	↗	
Entiende las funciones que debe efectuar para que su negocio se sostenga en el mercado		↗
Conoce del negocio y está pendiente de su crecimiento		↗
Promueve el cambio para mejorar constantemente el negocio		↗ ↘
Aprende y asimila las cosas de manera muy rápida.	↗	
Es un buen motivador del grupo de trabajadores	↗	
Es democrático y puede aceptar opiniones de terceros.	↗	
Sabe escuchar	↗	
Tiene habilidad para tratar a las personas.	↗	
Se enfoca a los asuntos importantes	↗	
Confía y permite que los trabajadores tomen sus decisiones.	↗	
Es capaz de dar prioridades en los asuntos del negocio		
Enfoca las actividades al logro de objetivos importantes para el negocio		
Es integro, responsable y cumple su palabra.	↗	
Admite sus errores	↗	
Es seguro de sí mismo.	↗	
Inspira confianza a los demás	↗	

Nunca = 0

Rara vez = 1

Ocasional = 2

Regularmente = 3

Casi siempre = 4

Siempre = 5

¿Cómo te sientes dentro de la organización? Mayo	V	F
El trabajo es realmente estimulante, nos gusta	X	
Cuando se dan instrucciones a las personas que trabajan en la empresa se hace con tono adecuado	X	
El grupo de trabajo tiene un buen espíritu de grupo.	X	
En el negocio se suele felicitar al trabajador que hace algo bien.		
Las actividades están bien planificadas.	X	
La iluminación es muy buena dentro de la empresa y facilita el trabajo.	X	
Las personas en la empresa están más pendientes del reloj para salir del trabajo.		F
Se alienta el espíritu crítico-constructivo en el grupo de trabajo.	X	
Se anima a que las personas para que tomen sus propias decisiones.	X	
Muy pocas veces las cosas se dejan para el otro día.	X	
Se espera que el grupo haga su trabajo siguiendo unas reglas establecidas.	V	
El grupo de trabajo siente orgullo por la microempresa.	X	
El Líder mantiene una vigilancia bastante estrecha sobre el grupo de trabajo.		F
El lugar de trabajo es agradable.	X	
A menudo el líder critica al grupo de trabajo por cosas de poca importancia.		F
Normalmente se explican los detalles de las tareas encomendadas.	V	
Se informa totalmente al personal de los beneficios obtenidos.	X	
Los trabajadores actúan con gran independencia del Líder.	X	
El mobiliario esta, normalmente, bien colocado.	X	
Normalmente, el trabajo es muy interesante.	X	
El Líder se reúne regularmente con el grupo de trabajo para discutir proyectos futuros.	X	
Los trabajadores suelen llegar tarde al trabajo.		X

Ya se sabe que hacer

<i>Evaluación de Áreas Funcionales</i>	
<i>Información General de la Empresa Proveedor</i>	
Nombre de la empresa:	Essensale Sociedad Por Acciones Simplificada-Sentia
Nombre de la Persona de Contacto principal en la empresa:	Maria Isabel Garcia
Teléfono fijo y celular:	4850011
Correo Electrónico:	Ext 101
Dirección:	Calle 41 No.6-16 Bodega 8 Parque Industrial La Esmeralda
Departamento y Municipio:	Valle del Cauca,Cali
Número de Identificación Tributaria:	900015899
Sector económico:	Sector Terciario
Actividad principal:	Distribucion y comercializacion(Corporal,Capilar,Para el hogar)
Meses de antigüedad:	264
Número de Trabajadores	105(Solo administrativos en Cali)
Número de Trabajadores en temporada alta	10-15 (Asesoras de ventas)
Nombre del Consultor:	Diana Mina-Margarita Soliman
Fecha de diligenciamiento:	20-06-2025

<i>Evaluación de Áreas Funcionales</i>	
<i>Información de los principales clientes de la Empresa Provedora</i>	
Nombre de la empresa: Essensale Sociedad Por Acciones Simplificada-Senthia	
Para Clientes Personas Naturales:	
Caracterice las personas que compran sus productos (niños, amas de casa, vecinos, etc).	En general todo tipo de publico
Dónde están ubicados esos clientes (en el mismo barrio, en barrios vecinos, dispersos por la ciudad - en este caso especificar nombres de las principales ubicaciones)	Dispersos por la ciudad
Productos o servicios que compran:	Distribucion y comercializaccion(Corporal,Capilar,Para el hogar)
Valor de compras mensual que le hace este tipo de clientes	\$4,000,000,000
Porcentaje del total de ventas comprado por este tipo de clientes	100%
Observaciones adicionales sobre los clientes	
Para Clientes Persona Jurídica:	
Nombre del Cliente	
Actividad del Cliente	
Persona de contacto	
Telefono y Celular	
Correo Electrónico:	
Producto o servicio que le compra:	
Valor de la compra mensual:	
Número de días que toma para pagar:	
Porcentaje del total de ventas comprado por este cliente:	
Observaciones adicionales sobre el cliente:	
Nombre del Cliente	
Actividad del Cliente	
Persona de contacto	
Telefono y Celular	
Correo Electrónico:	
Producto o servicio que le compra:	
Valor de la compra mensual:	
Número de días que toma para pagar:	
Porcentaje del total de ventas comprado por este cliente:	0%
Observaciones adicionales sobre el cliente:	
Sumatoria de ventas	\$4,000,000,000

Programa de Desarrollo de Proveedores

2E – Evaluación de Áreas Funcionales

Nombre de empresa: **Essensale Sociedad Por Acciones Simplificada-Senthia**

Direccionamiento Estratégico de la Empresa Proveedora

	1	3	5	QUÉ ENCONTRAMOS:
1 ¿Tiene escrita la misión del negocio?			5	Senthia demuestra una estructura estratégica bien definida. Cuenta con una misión escrita, lo cual indica que su propósito está claramente establecido y comunicado. Además, tiene objetivos definidos para el corto plazo (próximos 6 meses), lo que le permite mantener el enfoque en metas claras. Finalmente, evalúa periódicamente sus resultados, lo que fortalece su capacidad de control, medición del desempeño y toma de decisiones basada en datos. Esto sugiere una gestión proactiva y comprometida con el crecimiento sostenible.
2 ¿Tiene definidos y escritos los objetivos del negocio para los próximos 6 meses?			5	
3 ¿Tiene identificadas las principales fortalezas y debilidades de su negocio?			5	
4 ¿Tiene identificadas las principales oportunidades y amenazas para su negocio?			5	
5 ¿Conoce a su competencia?		3		
6 ¿Evalúa los resultados de su negocio periódicamente?			5	
7 ¿Toma acciones correctivas en los momentos en que la microempresa no cumple sus metas?			5	

Relación de la Empresa Proveedora con sus Clientes

	1	3	5	QUÉ ENCONTRAMOS:
1 ¿Las ventas hacia sus clientes han estado creciendo en el último año?			5	La empresa muestra una tendencia positiva en su crecimiento comercial, ya que tanto las ventas como el número de clientes han aumentado durante el último año, lo que refleja una buena aceptación en el mercado y una estrategia de ventas efectiva. Sin embargo, la pérdida de clientes en los últimos seis meses indica que, a pesar del crecimiento, existen aspectos a mejorar en la fidelización o en la atención postventa.
2 ¿Ha crecido el número de clientes en el último año?			5	
3 ¿Ha tenido que rechazar pedidos por falta de capacidad?			5	
4 ¿Ha perdido clientes en los últimos seis meses?		3		
5 ¿Ofrece asesoría/garantía a sus clientes después de la venta de sus productos / servicios?			5	
6 ¿Qué tan satisfechos están sus clientes con sus productos /servicios?			5	
7 ¿Qué tanto se quejan sus clientes de los productos /servicios que compran a su microempresa?		3		
8 ¿Fija los precios de venta con base en sus costos, gastos y utilidades esperadas?			5	
9 ¿Los clientes le pagan dentro de los plazos establecidos?			5	
10 ¿Con qué frecuencia tiene problemas para entregar/atender a tiempo a sus clientes?			5	

Estrategia Financiera de la Empresa Proveedora

	1	3	5	QUÉ ENCONTRAMOS:
1 ¿Tiene registro detallado de sus ingresos y de sus egresos?			5	La empresa conoce sus costos unitarios y sabe cuanto debe vender para cubrir gastos, pero no tiene claridad sobre sus rentabilidad y en ocasiones los gastos superan a los ingresos.
2 ¿Tiene definidos los costos unitarios de sus productos?			5	
3 ¿Sabe cuanto tiene que vender y a qué precio para cubrir todos sus costos y gastos?			5	
4 ¿Conoce el margen de rentabilidad de su negocio?	1			
5 ¿Con que frecuencia los gastos exceden a los ingresos?		3		
6 ¿Tiene criterios para asignar el pago a los trabajadores de su negocio?			5	

Estrategia de Operaciones de la Empresa Proveedora

	1	3	5	QUÉ ENCONTRAMOS:
1 ¿Tiene capacidad de producción o de atención suficiente para responder a los pedidos de sus clientes?			5	En el area operativa Essensale muestra un buen desempeño, ya que cuenta con la capacidad de produccion, control de inventarios y un ambiente de trabajo bien gestionado, lo cual contribuye a la eficiencia y cumplimiento de entregas.
2 ¿Realiza periódicamente actividades de mantenimiento a sus equipos y herramientas?			5	
3 ¿Tiene control de los inventarios de productos en proceso y terminados?			5	
4 ¿Hay interés por mantener organizado, limpio y bien distribuido el lugar de trabajo?			5	

Estrategia de Calidad de la Empresa Proveedora

	1	3	5	QUÉ ENCONTRAMOS:
1 ¿Tiene por escrito las especificaciones sobre los productos que piden sus clientes?			5	La empresa realiza evaluaciones constantes de la satisfacción del cliente y actúa para resolver inconvenientes, lo cual evidencia compromiso con la calidad. No obstante, los reclamos por calidad aún son frecuentes, lo que indica la necesidad de fortalecer los controles en la producción.
2 ¿Cuenta con evaluaciones de satisfacción escritas de sus productos hechas por sus clientes?			5	
3 ¿Evalúa con frecuencia el nivel de cumplimiento de las expectativas de sus clientes respecto de sus productos?			5	
4 ¿Qué tan frecuente suceden reclamos de sus clientes por problemas de calidad?	1			
5 ¿Cuando tiene problemas de calidad en sus productos toma medidas para solucionar los inconvenientes que los generan?			5	
6 ¿Con que frecuencia tiene problemas con la calidad de los insumos proporcionados por sus proveedores?		3		

Gestión del Conocimiento en la Empresa Proveedora

	1	3	5	QUÉ ENCONTRAMOS:
1 ¿Tiene definida las funciones que debe realizar cada persona que trabaja en su negocio?			5	La empresa tiene una excelente gestión del conocimiento y del talento humano. Cada trabajador conoce su función, sus metas y además, se promueve la motivación laboral, lo que contribuye a un ambiente organizacional favorable y productivo.
2 ¿Conoce las necesidades de capacitación que requieren las personas que trabajan en su negocio?			5	
3 ¿Las personas que trabajan en su negocio cuentan con los conocimientos apropiados para desempeñar las tareas asignadas?			5	
4 ¿Las personas tienen claridad en las metas que deben lograr?			5	
5 ¿Sabe cómo motivar a las personas que trabajan en el negocio para que desarrollen un mejor trabajo?			5	

Sistema de Evaluación y Certificación de Proveedores

Nombre de la empresa: **Essensale Sociedad Por Acciones Simplificada-Senthia**

PASO 1: El Asesor define criterios de calificación de la empresa y los valida con los clientes:

CALIDAD DEL SERVICIO POSTVENTA
ENVASE
PRECIO
CALIDAD OLFATIVA PERCIBIDA
AMABILIDAD EN LA ATENCION
ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES

PASO 2: Ponderar su importancia con una matriz de doble entrada:

CRITERIOS	CALIDAD DEL SERVICIO POSTVENTA	ENVASE	PRECIO	CALIDAD OLFATIVA PERCIBIDA	AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN	ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES	SUMA	PONDERACIÓN	CRITERIOS
CALIDAD DEL SERVICIO POSTVENTA	0.3	1	1	1	1	1	4.3	0.10	CALIDAD DEL SERVICIO POSTVENTA
ENVASE	3	3	3	1	1	1	9	0.22	ENVASE
PRECIO	0.3	0.3	0.3	0.3	1	1	2.9	0.07	PRECIO
CALIDAD OLFATIVA PERCIBIDA	3.0	1	3	3	3	3	13.0	0.31	CALIDAD OLFATIVA PERCIBIDA
AMABILIDAD EN LA ATENCION	3.0	3	1	0.3	1	1	8.3	0.20	AMABILIDAD EN LA ATENCION
ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES	1.0	1	1	0.3	1	1	4.3	0.10	ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES
							41.8		

Matriz de comparación de importancia de criterios	
Relación de importancia entre parejas de parámetros	Calificación
Mucho menos importante	0.3
Igual de importante	1
Mucho más importante	3

PASO 3: Calificar cada criterio a juicio del cliente:

CRITERIOS	PONDERACIÓN DEL CRITERIO	CALIFICACIÓN CLIENTE 1	CALIFICACIÓN CLIENTE 3	RESULTADO
CALIDAD DEL SERVICIO POSTVENTA	10%	6	3	0.46
ENVASE	22%	7	6	1.40
PRECIO	7%	10	10	0.69
CALIDAD OLFATIVA PERCIBIDA	31%	10	8	2.80
AMABILIDAD EN LA ATENCION	20%	7	6	1.29
ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES	10%	6	4	0.51
	CALIFICACIÓN FINAL			7.16
				EN DESARROLLO

ESCALA DE CALIFICACION	TIPO DE EMPRESA
CALIFICACIÓN FINAL ENTRE 4 Y 6	POR DESARROLLAR
CALIFICACIÓN FINAL ENTRE 6.1 Y 8	EN DESARROLLO
CALIFICACIÓN FINAL ENTRE 8.1 Y 10	EMPRESA ESTABLE

Qué recomendamos para mejorar la calificación de cada criterio

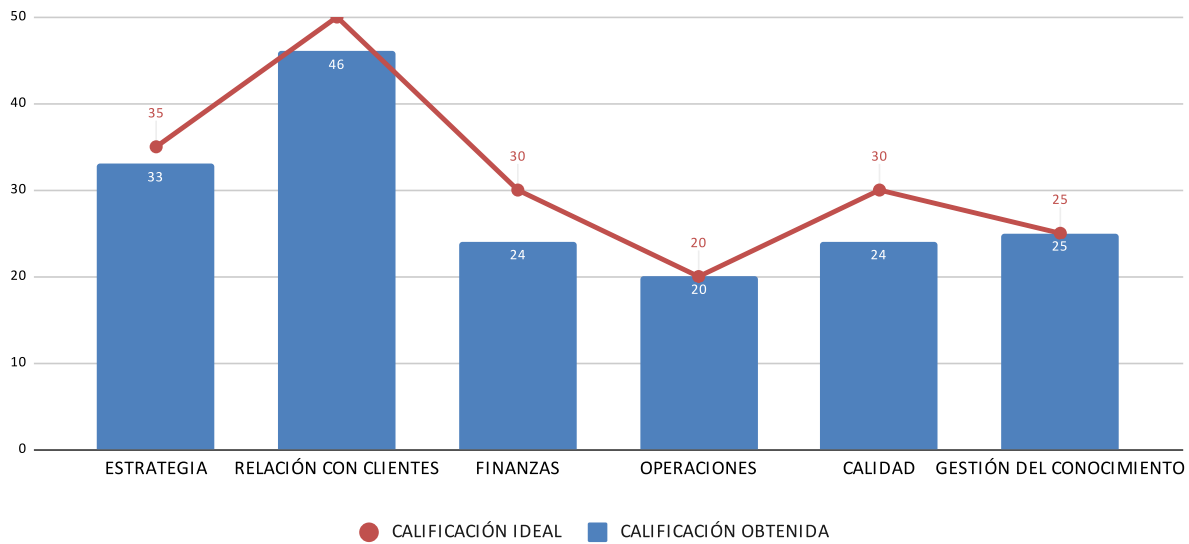
CALIDAD DEL SERVICIO POSTVENTA	Mejorar el seguimiento al cliente y capacitar al equipo en atención postventa
ENVASE	Rediseñar el empaque para hacerlo mas funcional, atractivo y alineado con las expectativas del cliente
AMABILIDAD EN LA ATENCION	Capacitar al personal en empatía y trato cordial; monitorear la experiencia del cliente
ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES	Agilizar y estructurar el proceso de quejas y devoluciones, con atención eficiente y empática

Evaluación de Áreas Funcionales

Nombre de la empresa: Essensale Sociedad Por Acciones Simplificada-Senthia

ÁREA FUNCIONAL	CALIFICACIÓN OBTENIDA	CALIFICACIÓN IDEAL	DIFERENCIA
ESTRATEGIA	33	35	2
RELACIÓN CON CLIENTES	46	50	4
FINANZAS	24	30	6
OPERACIONES	20	20	0
CALIDAD	24	30	6
GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO	25	25	0

ANÁLISIS DE ÁREA FUNCIONALES



<i>Evaluación de Áreas Funcionales</i>	
<i>Información General de la Empresa Proveedora</i>	
Nombre de la empresa:	Imporgas JJ S.A.S
Nombre de la Persona de Contacto principal en la empresa:	John Alexander Zuluaga Serna
Teléfono fijo y celular:	3165173277
Correo Electrónico:	gerenciaimporgasjj213@gmail.com
Dirección:	Avenida 6 #30N - 46 piso 1
Departamento y Municipio:	Cali, Valle del Cauca
Número de Identificación Tributaria:	900739269-1
Sector económico:	COMERCIAL
Actividad principal:	4644 - Comercio al por mayor de aparatos y equipos de uso doméstico
Meses de antigüedad:	132
Número de Trabajadores	10 trabajadores directos, 5 contrato de prestación de servicios, 3 trabajadores estable
Número de Trabajadores en temporada alta	0
Nombre del Consultor:	Estefani Moreno, Sofía Miramá
Fecha de diligenciamiento:	24 de junio de 2025

<i>Evaluación de Áreas Funcionales</i>	
<i>Información de los principales clientes de la Empresa Proveedora</i>	
Nombre de la empresa: Imporgas JJ S.A.S	
Para Clientes Personas Naturales:	
Caracterice las personas que compran sus productos (niños, amas de casa, vecinos, etc).	TÉCNICOS PROFESIONALES
Dónde están ubicados esos clientes (en el mismo barrio, en barrios vecinos, dispersos por la ciudad - en este caso especificar nombres de las principales ubicaciones)	DISPERSOS POR LA CIUDAD, MUNICIPIO, MEDELLIN, POPAYÁN Y PASTO
Productos o servicios que compran:	GASODOMESTICOS, ACCESORIOS, SISTEMAS DE REGULACIÓN Y MEDICIÓN
Valor de compras mensual que le hace este tipo de clientes	\$150,000,000
Porcentaje del total de ventas comprado por este tipo de clientes	50%
Observaciones adicionales sobre los clientes	NINGUNA
Para Clientes Persona Jurídica:	
Nombre del Cliente	RSG REPARACIÓN Y SERVICIOS DE GAS NATURAL
Actividad del Cliente	INSTALACIONES ELECTRICAS
Persona de contacto	JOSÉ LUIS GUERRERO
Telefono y Celular	3166204840
Correo Electrónico:	reparaciónyserviciosrsg@gmail.com
Producto o servicio que le compra:	CALENTADORES O GASODOMÉSTICOS O MATERIALES SISTEMAS DE REGULACIÓN Y MEDICIÓN
Valor de la compra mensual:	\$150,000,000
Número de días que toma para pagar:	30
Porcentaje del total de ventas comprado por este cliente:	50%
Observaciones adicionales sobre el cliente:	NINGUNA
Nombre del Cliente	
Actividad del Cliente	
Persona de contacto	
Telefono y Celular	
Correo Electrónico:	
Producto o servicio que le compra:	
Valor de la compra mensual:	
Número de días que toma para pagar:	
Porcentaje del total de ventas comprado por este cliente:	0%
Observaciones adicionales sobre el cliente:	

Programa de Desarrollo de Proveedores

2E - Evaluación de Áreas Funcionales

Nombre de empresa: Imporgas JJ SAS

Direcciónamiento Estratégico de la Empresa Proveedora

	1	3	5	QUÉ ENCONTRAMOS:
1 ¿Tiene escrita la misión del negocio?	1			La empresa Imporgas JJ SAS, tiene en cuenta la misión del negocio y se la dan a conocer a sus colaboradores, pero no la tienen visible. Se puede decir que tienen en cuenta las oportunidades que se dan en el momento más no tienen identificadas las amenazas, los objetivos del negocio los programan a un año, conocen bien a la competencia y las acciones correctivas las hacen mes a mes
2 ¿Tiene definidos y escritos los objetivos del negocio para los próximos 6 meses?			5	
3 ¿Tiene identificadas las principales fortalezas y debilidades de su negocio?			5	
4 ¿Tiene identificadas las principales oportunidades y amenazas para su negocio?	1			
5 ¿Conoce a su competencia?		3		
6 ¿Evalúa los resultados de su negocio periódicamente?			5	
7 ¿Toma acciones correctivas en los momentos en que la microempresa no cumple sus metas?			5	

Relación de la Empresa Proveedora con sus Clientes

	1	3	5	QUÉ ENCONTRAMOS:
1 ¿Las ventas hacia sus clientes han estado creciendo en el último año?		3		Las ventas hacia los clientes de la empresa Imporgas JJ SAS mantiene estable aunque hay que tener en cuenta que hay momentos donde hay un crecimiento porque los clientes pueden comprar más productos dependiendo del proyecto que tengan. No obstante, la empresa ha perdido uno que otro cliente por cosas muy básicas, pero no es frecuente, además siempre buscan la forma de ejecutar para cumplir siempre con los clientes no se deja ningún pedido por fuera.
2 ¿Ha crecido el número de clientes en el último año?			5	
3 ¿Ha tenido que rechazar pedidos por falta de capacidad?			5	
4 ¿Ha perdido clientes en los últimos seis meses?		3		
5 ¿Ofrece asesoría/garantía a sus clientes después de la venta de sus productos / servicios?			5	
6 ¿Qué tan satisfechos están sus clientes con sus productos /servicios?			5	
7 ¿Qué tanto se quejan sus clientes de los productos /servicios que compran a su microempresa?			5	
8 ¿Fija los precios de venta con base en sus costos, gastos y utilidades esperadas?			5	
9 ¿Los clientes le pagan dentro de los plazos establecidos?			5	
10 ¿Con qué frecuencia tiene problemas para entregar/atender a tiempo a sus clientes?			5	

Estrategia Financiera de la Empresa Proveedora

	1	3	5	QUÉ ENCONTRAMOS:
1 ¿Tiene registro detallado de sus ingresos y de sus egresos?			5	Si, el área contable es muy ordenada en este tema y no dejan nada por fuera, por lo que casi no tienen problemas, también hacen un análisis de la rentabilidad según las críticas constructivas que reciben, la variabilidad de precios se debe a sus productos importados.
2 ¿Tiene definidos los costos unitarios de sus productos?			5	
3 ¿Sabe cuanto tiene que vender y a qué precio para cubrir todos sus costos y gastos?			5	
4 ¿Conoce el margen de rentabilidad de su negocio?			5	
5 ¿Con que frecuencia los gastos exceden a los ingresos?			5	
6 ¿Tiene criterios para asignar el pago a los trabajadores de su negocio?			5	

Estrategia de Operaciones de la Empresa Proveedora

	1	3	5	QUÉ ENCONTRAMOS:
1 ¿Tiene capacidad de producción o de atención suficiente para responder a los pedidos de sus clientes?			5	Hay mucho orden en este área, productos defectuosos se cambian de inmediato tienen buen sistema de gestión y todos sus colaboradores hacen uso del manual dado por el negocio
2 ¿Realiza periódicamente actividades de mantenimiento a sus equipos y herramientas?			5	
3 ¿Tiene control de los inventarios de productos en proceso y terminados?			5	
4 ¿Hay interés por mantener organizado, limpio y bien distribuido el lugar de trabajo?			5	

Estrategia de Calidad de la Empresa Proveedora

	1	3	5	QUÉ ENCONTRAMOS:
1 ¿Tiene por escrito las especificaciones sobre los productos que piden sus clientes?	1			La empresa Imporgas JJ SAS no tiene por escrito las especificaciones sobre los productos que piden sus clientes ni cuenta con evaluaciones de satisfacción del cliente, tampoco evalúa con frecuencia el nivel de cumplimiento de las expectativas de sus clientes respecto a los productos que se le ofrecen.
2 ¿Cuenta con evaluaciones de satisfacción escritas de sus productos hechas por sus clientes?	1			
3 ¿Evalúa con frecuencia el nivel de cumplimiento de las expectativas de sus clientes respecto de sus productos?	1			
4 ¿Qué tan frecuente suceden reclamos de sus clientes por problemas de calidad?			5	
5 ¿Cuando tiene problemas de calidad en sus productos toma medidas para solucionar los inconvenientes que los generan?			5	
6 ¿Con que frecuencia tiene problemas con la calidad de los insumos proporcionados por sus proveedores?		3		

Gestión del Conocimiento en la Empresa Proveedora

	1	3	5	QUÉ ENCONTRAMOS:
1 ¿Tiene definida las funciones que debe realizar cada persona que trabaja en su negocio?			5	Todos los colaboradores reciben acompañamiento, reciben manuales de uso y además se trabaja cada vez en crear sentido de pertenencia en los colaboradores
2 ¿Conoce las necesidades de capacitación que requieren las personas que trabajan en su negocio?			5	
3 ¿Las personas que trabajan en su negocio cuentan con los conocimientos apropiados para desempeñar las tareas asignadas?			5	
4 ¿Las personas tienen claridad en las metas que deben lograr?			5	
5 ¿Sabe cómo motivar a las personas que trabajan en el negocio para que desarrollen un mejor trabajo?			5	

Sistema de Evaluación y Certificación de Proveedores

Nombre de la empresa: Imporzas II SA S

PASO 1: El Asesor define criterios de calificación de la empresa y los valida con los clientes:

ASESORÍA
PRECIO
UBICACIÓN
VARIEDAD DE PRODUCTOS
ATENCIÓN
GESTIÓN

PASO 2: Ponderar su importancia con una matriz de doble entrada:

CRITERIOS	ASESORÍA	PRECIO	UBICACIÓN	VARIEDAD DE PRODUCTOS	ATENCIÓN	GESTIÓN	SUMA	PONDERACIÓN	CRITERIOS
ASESORÍA	3	3	1	1	0.3	8.3	0.20	ASESORÍA	
PRECIO	0.3	3	0.3	3	1	0.3	4.9	0.12	PRECIO
UBICACIÓN	0.3	3	3	1	0.3	0.3	4.9	0.12	UBICACIÓN
VARIEDAD DE PRODUCTOS	1.0	1	1	3	0.3	1	4.3	0.10	VARIEDAD DE PRODUCTOS
ATENCIÓN	1.0	3	3	3	1	1	11	0.26	ATENCIÓN
GESTIÓN	1.0	3	3	1	1	1	9	0.21	GESTIÓN
							42.4		

Matriz de comparación de importancia de criterios

Relación de importancia entre parejas de parámetros	Calificación
Mucho menos importante	0.3
Igual de importante	1
Mucho más importante	3

PASO 3: Calificar cada criterio a juicio del cliente:

CRITERIOS	PONDERACIÓN DEL CRITERIO	CALIFICACIÓN CLIENTE 1	CALIFICACIÓN CLIENTE 2	RESULTADO
ASESORÍA	20%	10	8	1.76
PRECIO	12%	6	8	0.81
UBICACIÓN	12%	9	8	0.88
VARIEDAD DE PRODUCTOS	10%	8	9	0.86
ATENCIÓN	26%	10	9	2.46
GESTIÓN	21%	9	10	2.02
		CALIFICACIÓN FINAL		8.99

EMPRESA ESTABLE

ESCALA DE CALIFICACION	TIPO DE EMPRESA
CALIFICACIÓN FINAL ENTRE 4 Y 6	FOR DESARROLLAR
CALIFICACIÓN FINAL ENTRE 6.1 Y 8	EN DESARROLLO
CALIFICACIÓN FINAL ENTRE 8.1 Y 10	EMPRESA ESTABLE

Qué recomendamos para mejorar la calificación de cada criterio

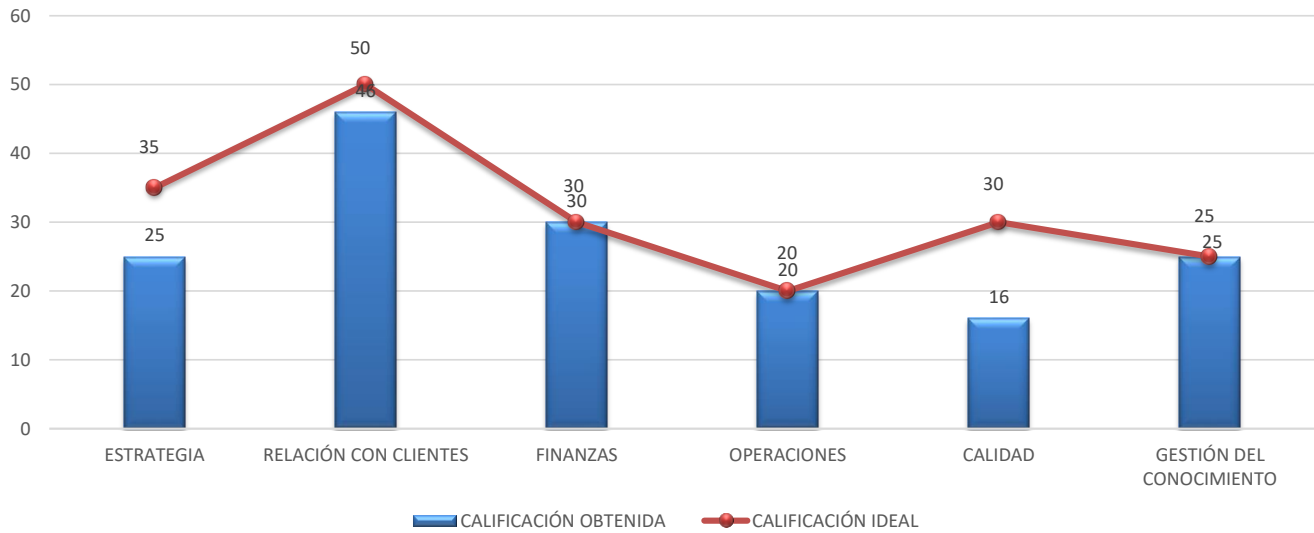
CRITERIO	RECOMENDACIÓN
ASESORÍA	La buena asesoría se debe a que los colaboradores hacen uso del manual de funciones brindado por la empresa.
PRECIO	Este criterio tiende hacer vulnerable a aspectos como la importación de los productos y problemas económicos o políticos que atraviese el país.
UBICACIÓN	Buena ubicación (cuenta con dos sedes en la ciudad), es un lugar comercial y visible.
VARIEDAD DE PRODUCTOS	Mantener la sociedad con los proveedores que le ofrecen calidad en sus productos.
ATENCIÓN	Tienen una muy buena atención al cliente, lo hacen sentir como en casa y es gracias al constante acompañamiento que hay en las capacitaciones a sus colaboradores.
GESTIÓN	El sistema de gestión debe de seguir en constante desarrollo para conseguir mejores resultados.

Evaluación de Áreas Funcionales

Nombre de la empresa: Imporgas JJ S.A.S

ÁREA FUNCIONAL	CALIFICACIÓN OBTENIDA	CALIFICACIÓN IDEAL	DIFERENCIA
ESTRATEGIA	25	<u>35</u>	10
RELACIÓN CON CLIENTES	46	50	4
FINANZAS	30	30	0
OPERACIONES	20	20	0
CALIDAD	16	30	14
GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO	25	25	0

ANÁLISIS DE ÁREA FUNCIONALES



2G. Liderazgo

Fecha: <u>11/07/2025</u>	Marque con una X el cuadro correspondiente
Microempresa: <u>Imporgas II S.A.S</u>	Autoevaluación: <input type="checkbox"/>
Nombre de la persona que evalúa: <u>Sofia Miramá; Estefani Moreno</u>	Evaluación a un Superior: <input checked="" type="checkbox"/>
Nombre del Líder: <u>John Alexander Zuluaga</u>	

Instrucciones:
 Lea cuidadosamente cada enunciado
 Marcar con una x el número que mejor refleja la realidad de la persona que está evaluando.
 Trate de dar una respuesta objetiva, no responda pensando en lo que le gustaría que fuera sino en lo que es.
 Solo vale una respuesta por enunciado
 No deje enunciados sin contestar

Comentarios:
 El test se contesta tanto por el líder del grupo como por los trabajadores de la empresa

El Líder de la empresa: John Alexander Zuluaga		Nunca	Rara Vez	Ocasional	Regularmente	Casi Siempre	Siempre
1	Piensa lo que será su negocio dentro de un año más	0	1	2	3	4	5
2	Dedica tiempo a la planeación y dirección de su negocio	0	1	2	3	4	5
3	Desarrolla acciones de comunicación efectivas con diferentes organizaciones.	0	1	2	3	4	5
4	Genera una comunicación efectiva con las personas que le colaboran directamente.	0	1	2	3	4	5
5	Entiende las funciones que debe efectuar para que su negocio se sostenga en el mercado	0	1	2	3	4	5
6	Conoce del negocio y está pendiente de su crecimiento	0	1	2	3	4	5
7	Promueve el cambio para mejorar constantemente el negocio	0	1	2	3	4	5
8	Aprende y asimila las cosas de manera muy rápida.	0	1	2	3	4	5
9	Es un buen motivador del grupo de trabajadores	0	1	2	3	4	5
10	Es democrático y puede aceptar opiniones de terceros.	0	1	2	3	4	5
11	Sabe escuchar	0	1	2	3	4	5
12	Tiene habilidad para tratar a las personas.	0	1	2	3	4	5
13	Se enfoca a los asuntos importantes	0	1	2	3	4	5
14	Confía y permite que los trabajadores tomen sus decisiones.	0	1	2	3	4	5
15	Es capaz de dar prioridades en los asuntos del negocio	0	1	2	3	4	5
16	Enfoca las actividades al logro de objetivos importantes para el negocio	0	1	2	3	4	5
17	Es íntegro, responsable y cumple su palabra.	0	1	2	3	4	5
18	Admite sus errores	0	1	2	3	4	5
19	Es seguro de sí mismo.	0	1	2	3	4	5
20	Inspira confianza a los demás	0	1	2	3	4	5

2H. Liderazgo

Nombre de la empresa: Imporgas JJ S.A.S

El Líder de la empresa: John Alexander Zuluaga

		LIDER	N° TRABAJADORES										Prom
		Auto - Evaluación del Líder	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Piensa lo que será su negocio dentro de un año más	5	3	5	4	4	5						4,2
2	Dedica tiempo a la planeación y dirección de su negocio	4	3	4	4	4	4						3,8
3	Desarrolla acciones de comunicación efectivas con diferentes organizaciones.	3	3	3	3	3	3						3,0
4	Genera una comunicación efectiva con las personas que le colaboran directamente.	4	3	4	4	4	4						3,8
5	Entiende las funciones que debe efectuar para que su negocio se sostenga en el mercado	4	3	5	4	4	4						4,0
6	Conoce del negocio y está pendiente de su crecimiento	5	3	4	5	4	5						4,2
7	Promueve el cambio para mejorar constantemente el negocio	5	3	5	5	4	5						4,4
8	Aprende y asimila las cosas de manera muy rápida.	4	3	4	4	4	4						3,8
9	Es un buen motivador del grupo de trabajadores	4	3	4	4	4	5						4,0
10	Es democrático y puede aceptar opiniones de terceros.	4	3	4	4	4	4						3,8
11	Sabe escuchar	4	3	4	4	4	5						4,0
12	Tiene habilidad para tratar a las personas.	5	3	5	5	4	5						4,4
13	Se enfoca a los asuntos importantes	5	3	4	5	4	5						4,2
14	Confía y permite que los trabajadores tomen sus decisiones.	4	3	4	4	4	4						3,8
15	Es capaz de dar prioridades en los asuntos del negocio	4	3	5	5	4	4						4,2
16	Enfoca las actividades al logro de objetivos importantes para el negocio	4	3	5	4	4	4						4,0
17	Es integro, responsable y cumple su palabra.	5	3	5	5	4	5						4,4
18	Admite sus errores	4	3	4	4	4	4						3,8
19	Es seguro de sí mismo.	4	3	4	4	4	4						3,8
20	Inspira confianza a los demás	5	3	5	5	4	5						4,4

2H. Liderazgo

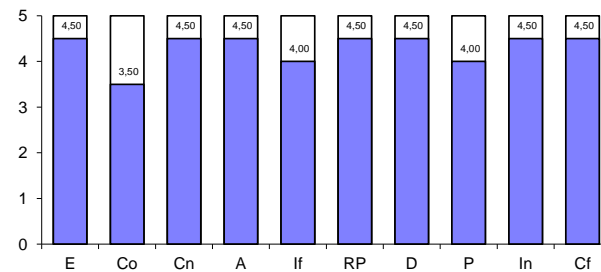
Resultados de las calificaciones

Nombre Empresa: Imporgas JJ S.A.S

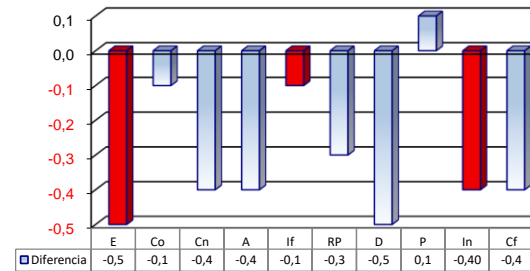
Nombre Líder: John Alexander Zuluaga

Variable	Abreviatura	Lider	Grupo	Diferencia	Franja Mejora	Promedio	Porcentaje
Estrategia	E	4,5	4,0	-0,5	15%	4,3	85%
Comunicación	Co	3,5	3,4	-0,1	31%	3,5	69%
Conocimiento	Cn	4,5	4,1	-0,4	14%	4,3	86%
Aprendizaje	A	4,5	4,1	-0,4	14%	4,3	86%
Influencia	If	4,0	3,9	-0,1	21%	4,0	79%
Relaciones Personales	RP	4,5	4,2	-0,3	13%	4,4	87%
Delegación	D	4,5	4,0	-0,5	15%	4,3	85%
Prioridades	P	4,0	4,1	0,1	19%	4,1	81%
Integridad	In	4,5	4,1	-0,40	14,0%	4,3	86,0%
Confiabilidad	Cf	4,5	4,1	-0,4	14%	4,3	86%

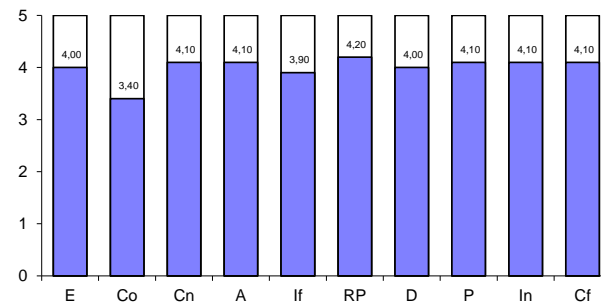
Auto-Evaluación del Líder



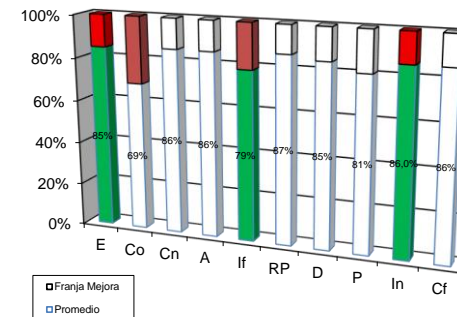
Diferencia entre la Auto-Evaluación y la Evaluación del Grupo



Evaluación del Grupo al Líder



Oportunidades de Mejora del Líder



Qué encontramos:

COMUNICACIÓN

En la empresa Imporgas JJ S.A.S, se evidenció que el jefe, en cuanto a la comunicación (Co), no está desarrollando estrategias efectivas de interacción con otras organizaciones, ni ha logrado establecer una comunicación fluida y cercana con sus colaboradores directos. Respecto a la influencia (In), se observa que aún hay oportunidades de mejora en términos de motivación hacia el equipo. Asimismo, sería positivo fomentar un liderazgo más participativo, en el que se escuchen y valoren las opiniones de los demás.

INFLUENCIA