

ANEXOS DE VERDELIMÓN

Trabajo de grado presentado por:

Yuliana Alvarado Ramírez

Presentado al profesor:

José Gregorio Tovar

INSTITUTO TÉCNICO NACIONAL DE COMERCIO
SIMÓN RODRÍGUEZ

Cali – Colombia

2025

CONTENIDO

- EVALUACIÓN DE ÁREAS FUNCIONALES
- CLIMA DE TRABAJO.
- LIDERAZGO

EVALUACIÓN DE ÁREAS FUNCIONALES

<i>Información General de la Empresa Proveedora</i>	
Nombre de la empresa:	verde limon
Nombre de la Persona de Contacto principal en la empresa:	lesly salazar
Teléfono fijo y celular:	3023710371
Correo Electrónico:	verdelimon@gmail.com
Dirección:	carrera 72L #3AN-95
Departamento y Municipio:	cali valle del cauca
Número de Identificación Tributaria:	1151947039
Sector económico:	terciario
Actividad principal:	venta de accesorios
Meses de antigüedad:	2 años
Número de Trabajadores	4
Número de Trabajadores en temporada alta	5
Nombre del Consultor:	yuliana alvarado
Fecha de diligenciamiento:	16/07/2024

<i>Información de los principales clientes de la Empresa Proveedora</i>	
Nombre de la empresa:	
Para Clientes Personas Naturales:	
Caracterice las personas que compran sus productos (niños, amas de casa, vecinos, etc).	ES TODO TIPO DE PERSONAS YA QUE SE FRABRICAN PARA TODAS LAS EDADES Y SEXOS
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)	SE ENCUENTRA EN TODO EL PAIS (COLOMBIA YA QUE SE REALIZAN ENVIOS NACIONALES)
Productos o servicios que compran:	JOYERIA Y ACCESORIOS COMO ARETES, COLLARES, ANILLOS, RELOJERIA
Valor de compras mensual que le hace este tipo de clientes	\$2.500.000
Porcentaje del total de ventas comprado por este tipo de clientes	56%
Observaciones adicionales sobre los clientes	LAS VENTAS SON FLUCTUANTES POR FECHAS ESPECIALES, TENDENCIAS DE MODA Y CAMBIOS EN LA DEMANDA DEL CONSUMIDOR DEBIDO AL OBJETO DEL NEGOCIO

Programa de Desarrollo de Proveedores

PDP:
Datos ejemplo

2E – Evaluación de Áreas Funcionales

Nombre de empresa:

Dirreccionamiento Estratégico de la Empresa Proveedora

	1	3	5	QUÉ ENCONTRAMOS:
1. ¿Tiene escrita la misión del negocio?			5	LA AUSENCIA DE OBJETIVOS DEFINIDOS IMPIDE LA EVALUACIÓN CONTINUA DEL DESEMPEÑO DEL NEGOCIO, LO QUE LIMITA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES CORRECTIVAS OPORTUNAS PARA EL CUMPLIMIENTO DE LAS METAS ORGANIZACIONALES.
2. ¿Tiene definidos y escritos los objetivos del negocio para los próximos 6 meses?	1			
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. ¿Evaluía los resultados de su negocio periódicamente?			3	
7. ¿Toma acciones correctivas en los momentos en que la microempresa no cumple sus metas?			3	

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	LAS DEFICIENCIAS EN LA GESTIÓN DE ENTREGAS Y LA FALTA DE ATENCIÓN OPORTUNA AL CLIENTE ESTÁN INCIDIENDO NEGATIVAMENTE EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS PLAZOS DE PAGO, GENERANDO DEMORAS EN LA RECUPERACIÓN DE CARTERA.
2. ¿Ha crecido el número de clientes en el último año?		3		
3. ¿Ha tenido que rechazar pedidos por falta de capacidad?			5	
4. ¿Ha perdido clientes en los últimos seis meses?			5	
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?			3	
10. ¿Con qué frecuencia tiene problemas para entregar/atender a tiempo a sus clientes?			3	

Estrategia Financiera de la Empresa Proveedora

	1	3	5	QUÉ ENCONTRAMOS:
1. ¿Tiene registro detallado de sus ingresos y de sus egresos?			5	LA FALTA DE CONOCIMIENTO SOBRE EL MARGEN DE RENTABILIDAD DEL NEGOCIO CONLLEVA A UNA GESTIÓN INEFICIENTE, LO QUE PROVOCA QUE LOS GASTOS SUPEREN CON FRECUENCIA A LOS INGRESOS RECIBIDOS.
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	CUENTAN CON LA CAPACIDAD OPERATIVA PARA ATENDER LOS PEDIDOS, CONTROL DE INVENTARIOS EN PROCESO Y PRODUCTO TERMINADO, Y REALIZAMOS MANTENIMIENTO PERIÓDICO PARA GARANTIZAR LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS.
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	SE PRESENTAN FALLAS RECURRENTE EN LA CALIDAD DE LOS INSUMOS ENTREGADOS POR LOS PROVEEDORES, LO QUE GENERA RECLAMOS DE LOS CLIENTES. ADEMÁS, NO SE REALIZAN EVALUACIONES FORMALES DE SATISFACCIÓN, LO QUE LIMITA LA RETROALIMENTACIÓN PARA MEJORAR EL SERVICIO.
2. ¿Cuenta con evaluaciones de satisfacción escritas de sus productos hechas por sus clientes?	1			
3. ¿Evaluía 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?		3		
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	

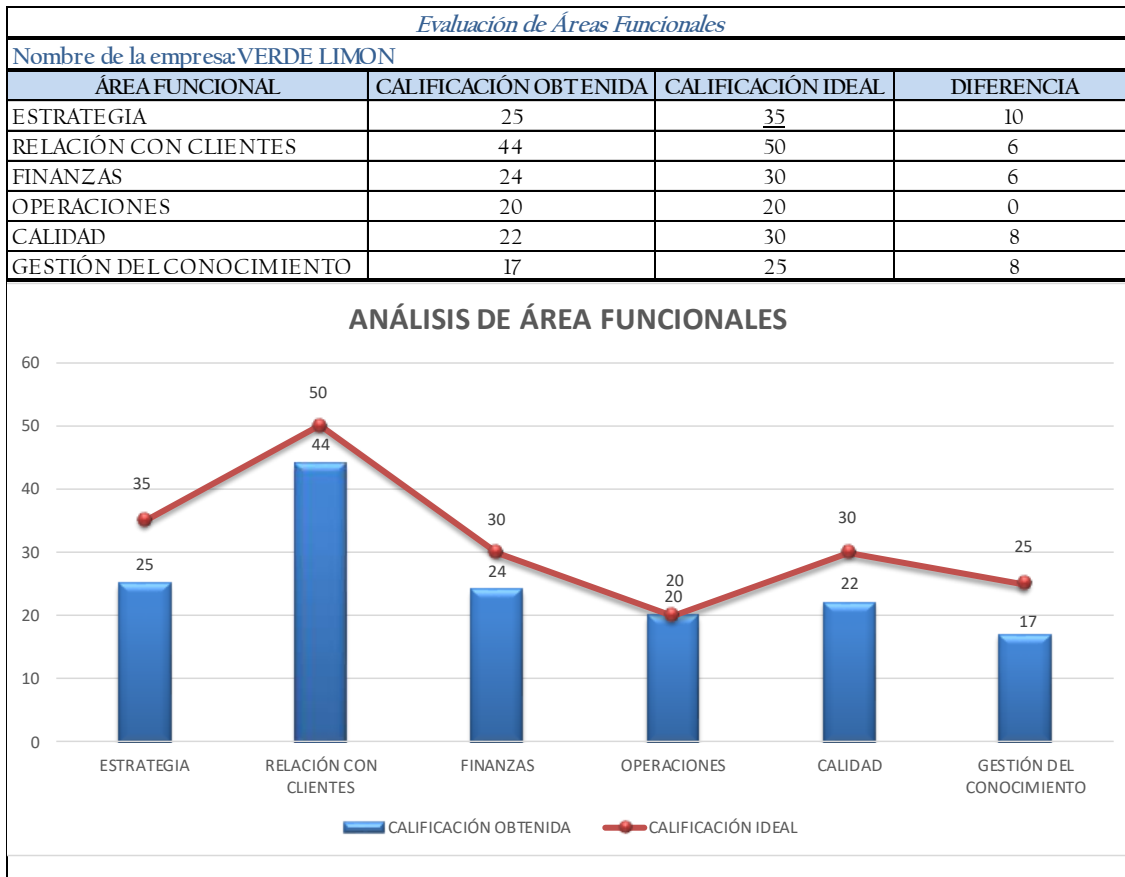
Gestión del Conocimiento en la Empresa Proveedora

	1	3	5	QUÉ ENCONTRAMOS:
1. ¿Tiene definida las funciones que debe realizar cada persona que trabaja en su negocio?			5	NO SE IDENTIFICAN LAS NECESIDADES DE CAPACITACIÓN DEL PERSONAL NI EXISTE CLARIDAD EN LAS METAS A ALCANZAR, LO QUE LIMITA EL DESEMPEÑO Y ALINEACIÓN CON LOS OBJETIVOS DEL NEGOCIO.
2. ¿Conoce las necesidades de capacitación que requieren las personas que trabajan en su negocio?	1			
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?	1			
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:																																																																																									
PASO 1: El Asesor define criterios de calificación de la empresa y los valida con los clientes:																																																																																									
<table border="1"> <tr><td>IMAGEN</td></tr> <tr><td>PRECIO</td></tr> <tr><td>EMPAQUE</td></tr> <tr><td>VARIEDAD DE PRODUCTOS</td></tr> <tr><td>AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN</td></tr> <tr><td>ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES</td></tr> </table>										IMAGEN	PRECIO	EMPAQUE	VARIEDAD DE PRODUCTOS	AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN	ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES																																																																										
IMAGEN																																																																																									
PRECIO																																																																																									
EMPAQUE																																																																																									
VARIEDAD DE PRODUCTOS																																																																																									
AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN																																																																																									
ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES																																																																																									
PASO 2: Ponderar su importancia con una matriz de doble entrada:																																																																																									
<table border="1"> <tr> <td></td> <td>IMAGEN</td> <td>PRECIO</td> <td>EMPAQUE</td> <td>VARIEDAD DE PRODUCTOS</td> <td>AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN</td> <td>ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES</td> <td>SUMA</td> <td>PONDERACIÓN</td> <td>POI: SU PORCENTAJE INDICA PROGRAMAS PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.</td> </tr> <tr> <td>IMAGEN</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>0,3</td> <td>4,3</td> <td>0,12</td> <td>IMAGEN</td> </tr> <tr> <td>PRECIO</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>3</td> <td>1</td> <td>7</td> <td>0,20</td> <td>PRECIO</td> </tr> <tr> <td>EMPAQUE</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>3</td> <td>0,3</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>4,3</td> <td>0,12</td> <td>EMPAQUE</td> </tr> <tr> <td>VARIEDAD DE PRODUCTOS</td> <td>1,0</td> <td>0,3</td> <td>3</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>6,3</td> <td>0,18</td> <td>VARIEDAD DE PRODUCTOS</td> </tr> <tr> <td>AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN</td> <td>1,0</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>3</td> <td>3</td> <td>7</td> <td>0,20</td> <td>AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN</td> </tr> <tr> <td>ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES</td> <td>3,0</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>0,3</td> <td>1</td> <td>6,3</td> <td>0,18</td> <td>ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>35,2</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>											IMAGEN	PRECIO	EMPAQUE	VARIEDAD DE PRODUCTOS	AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN	ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES	SUMA	PONDERACIÓN	POI: SU PORCENTAJE INDICA PROGRAMAS PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.	IMAGEN	1	1	1	1	1	0,3	4,3	0,12	IMAGEN	PRECIO	1	1	1	1	3	1	7	0,20	PRECIO	EMPAQUE	1	1	3	0,3	1	1	4,3	0,12	EMPAQUE	VARIEDAD DE PRODUCTOS	1,0	0,3	3	1	1	1	6,3	0,18	VARIEDAD DE PRODUCTOS	AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN	1,0	1	1	1	3	3	7	0,20	AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN	ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES	3,0	1	1	1	0,3	1	6,3	0,18	ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES								35,2		
	IMAGEN	PRECIO	EMPAQUE	VARIEDAD DE PRODUCTOS	AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN	ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES	SUMA	PONDERACIÓN	POI: SU PORCENTAJE INDICA PROGRAMAS PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.																																																																																
IMAGEN	1	1	1	1	1	0,3	4,3	0,12	IMAGEN																																																																																
PRECIO	1	1	1	1	3	1	7	0,20	PRECIO																																																																																
EMPAQUE	1	1	3	0,3	1	1	4,3	0,12	EMPAQUE																																																																																
VARIEDAD DE PRODUCTOS	1,0	0,3	3	1	1	1	6,3	0,18	VARIEDAD DE PRODUCTOS																																																																																
AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN	1,0	1	1	1	3	3	7	0,20	AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN																																																																																
ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES	3,0	1	1	1	0,3	1	6,3	0,18	ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES																																																																																
							35,2																																																																																		

Calificaciones de ejemplo. Modificar de acuerdo a la realidad del negocio.

Qué recomendamos para mejorar la calificación de cada criterio	
IMAGEN	MAS LLAMATIVO
PRECIO	EL PRECIO ES ADECUADO A SUS PRODUCTOS
EMPAQUE	SE PUEDE MEJORAR PARA LOS ENVIOS
VARIEDAD DE PRODUCTOS	ES BUENA SE PUEDEN IMPLEMENTAR MAS
AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN	MUY BUENA, MEJORAR EN LOS ENVIOS
ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES	ESTAR PENDIENTE PARA MEJORAS CONTINUAS



Hoja de Resumen Binario de Resultados

Nombre de la empresa:

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

Resultado

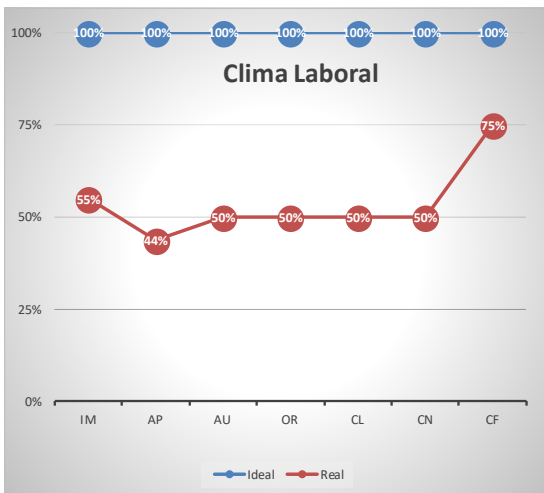
Nombre de la Empresa Proveedora: VERDE LIMON

Fecha: 14 de julio 2025

Cuestionarios aplicados: 4

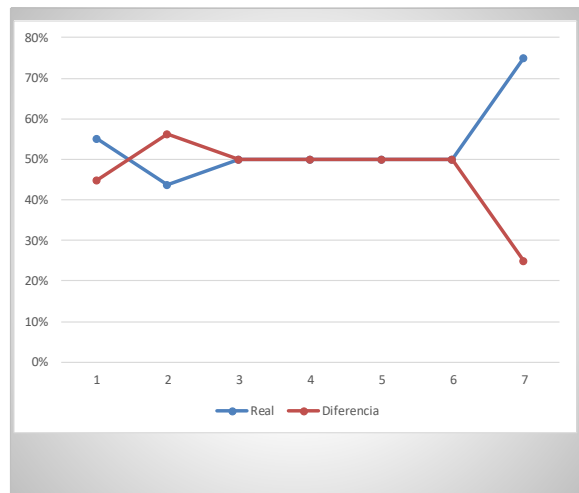
PUNTUACIÓN ALCANZADA POR LA EMPRESA

CATEGORÍAS	ESC	Puntuaciones		Puntaje
		Sumatoria	Máxima	
Implicación	IM	11	20	55%
Apoyo	AP	7	16	44%
Autonomia	AU	6	12	50%
Organización	OR	4	8	50%
Claridad	CL	6	12	50%
Control	CN	4	8	50%
Comodidad	CF	9	12	75%



REFERENCIA CONTRA MEJOR PRACTICA

CATEGORÍAS	ESC	PUNTUACIONES			
		Ideal	Real	%	Diferencia
Implicación	IM	100%	55%	55%	45%
Apoyo	AP	100%	44%	44%	56%
Autonomia	AU	100%	50%	50%	50%
Organización	OR	100%	50%	50%	50%
Claridad	CL	100%	50%	50%	50%
Control	CN	100%	50%	50%	50%
Comodidad	CF	100%	75%	75%	25%



Que encontramos	
Implicación	En verde limon encontramos un entorno relativamente cómodo, existen importantes oportunidades de mejora, especialmente en lo relacionado con el apoyo, la claridad de las funciones, la autonomía y la organización interna. Fortalecer estos aspectos permitirá acercarse al nivel ideal y generar un ambiente más eficiente, comprometido y equilibrado.
Apoyo	
Autonomia	
Organización	
Claridad	
Control	
Comodidad	

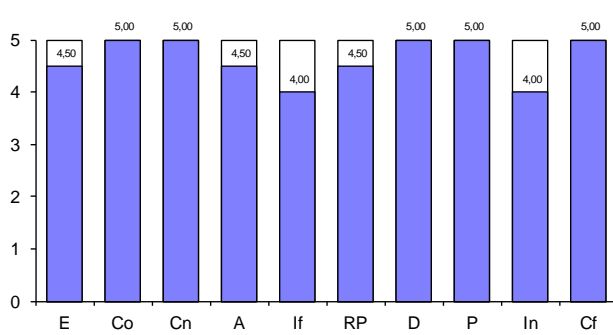
Resultados de las calificaciones

Nombre Empresa: VERDE LIMON

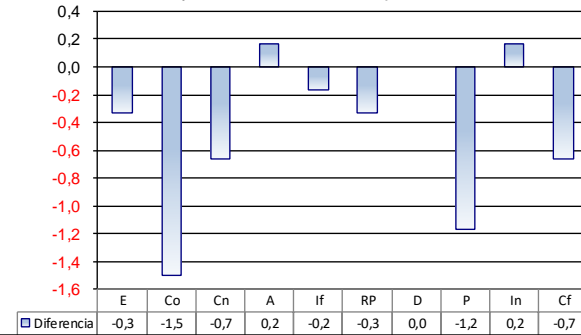
Nombre Líder: lesly salazar

Variable	Abreviatura	Lider	Grupo	Diferencia	Franja Mejora	Promedio	Porcentaje
Estrategia	E	4,5	4,2	-0,3	13%	4,3	87%
Comunicación	Co	5,0	3,5	-1,5	15%	4,3	85%
Conocimiento	Cn	5,0	4,3	-0,7	7%	4,7	93%
Aprendizaje	A	4,5	4,7	0,2	8%	4,6	92%
Influencia	If	4,0	3,8	-0,2	22%	3,9	78%
Relaciones Personales	RP	4,5	4,2	-0,3	13%	4,3	87%
Delegación	D	5,0	5,0	0,0	0%	5,0	100%
Prioridades	P	5,0	3,8	-1,2	12%	4,4	88%
Integridad	In	4,0	4,2	0,2	18%	4,1	82%
Confiabilidad	Cf	5,0	4,3	-0,7	7%	4,7	93%

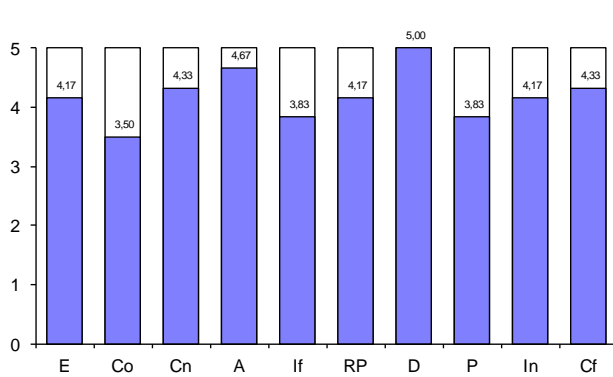
Auto-Evaluación del Líder



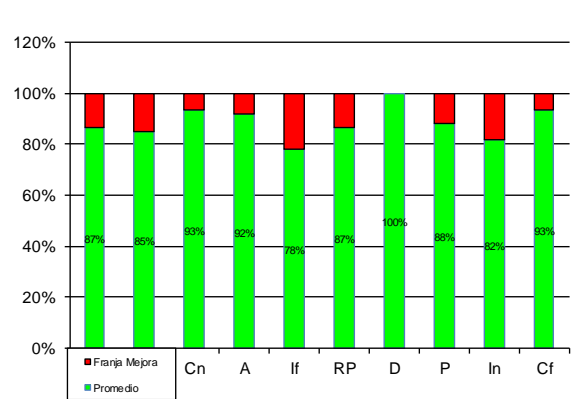
Diferencia entre la Auto-Evaluación y la Evaluación del Grupo



Evaluación del Grupo al Líder



Oportunidades de Mejora del Líder



Qué encontramos:

Estrategia
Comunicación
Conocimiento
Aprendizaje
Influencia
Relaciones Personales
Delegación
Prioridades
Integridad
Confiabilidad

Las dos variables más bajas son Comunicación y Prioridades. Comunicación lo que indica que aunque el líder cree que se comunica bien, el equipo no lo percibe así, generando posibles malentendidos. Prioridades lo que sugiere falta de claridad en qué tareas son más importantes. Mejorar ambas ayudará a organizar mejor el trabajo y fortalecer la relación entre líder y equipo.