

INFORME FINAL DE DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL

VERDELIMON

2025

CONTENIDO

- a. RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA Y DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DE SUS CLIENTES ACTUALES.
- b. EVALUACIÓN DE ÁREAS FUNCIONALES
- c. CLIMA DE TRABAJO.
- d. LIDERAZGO
- e. Anexo

Business Model Canvas 2025

a) Reseña Histórica de la Empresa y descripción del perfil de sus clientes actuales:

Misión

Ofrecer accesorios únicos, personalizados y de alta calidad que realcen la belleza y estilo de cada persona, combinando creatividad, tendencias y atención personalizada a través de nuestras plataformas digitales, con el compromiso de brindar una experiencia cercana, confiable y llena de valor.

Visión

Ser una marca reconocida a nivel nacional por la innovación, el diseño exclusivo y la conexión auténtica con nuestros clientes, posicionándonos como una de las principales opciones en bisutería personalizada a través de redes sociales y canales digitales.

Objetivos

Buscamos generar la oportunidad de emprender y generar ingresos adicionales con la facilidad de una inversión pequeña

Mercado que atiende

Verde Limón Joyería y Accesorios se dirige al mercado de consumidores finales interesados en moda, estilo y productos personalizados, especialmente en el sector de bisutería y joyería laminada en oro. Su enfoque está en el comercio electrónico y las ventas por redes sociales, lo que le permite atender a clientes en Cali y otras ciudades de Colombia. Es un mercado que valora lo visual, lo exclusivo, el buen servicio y la compra práctica desde el celular.

Perfiles de los clientes

Mujeres y hombres entre (18–50 años):

Buscan accesorios de moda, personalizados y asequibles. Compran por tendencias, estética o para regalar. Son activas en redes como Instagram, Facebook, TikTok y WhatsApp.

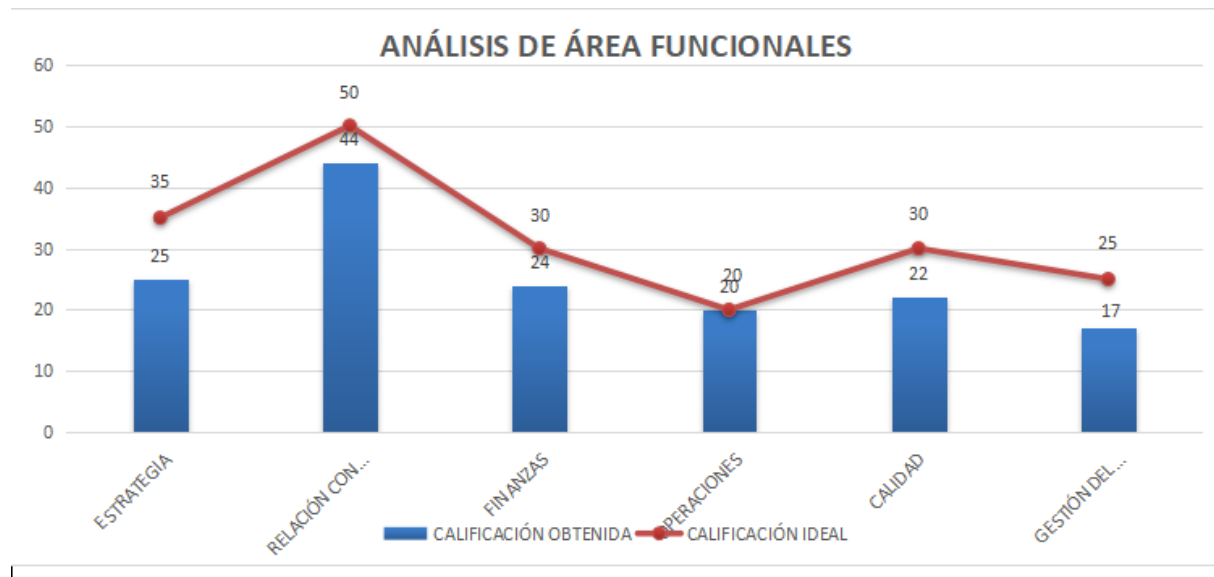
Emprendedoras o revendedoras:

Compran al por mayor o por catálogo para revender. Les interesa la calidad, el precio competitivo y el respaldo del proveedor.

Clientes interesados en detalles personalizados:

Personas que buscan obsequios únicos con nombres, iniciales, fechas u otros detalles especiales. Valoran el trato cercano y la asesoría.

b) Evaluación de Áreas Funcionales:



Qué encontramos:	
Estrategia:	la empresa debe mejorar su planeación estratégica . No hay metas claras, ni una visión de largo plazo bien definida, lo que limita el crecimiento y enfoque del negocio.
Relación con clientes:	La empresa tiene buena atención al cliente, comunicación efectiva y seguimiento . Sin embargo, aún puede mejorar en fidelización y experiencia del cliente para alcanzar el ideal.
Finanzas:	Observo que hay cierto control financiero, pero se necesita mejorar en la planificación de gastos, márgenes de ganancia o manejo del flujo de caja. Esto es clave para la sostenibilidad.
Operaciones:	Indica problemas en los procesos internos, producción, tiempos de entrega o eficiencia operativa. Es urgente mejorar flujos de trabajo y estructura operativa.

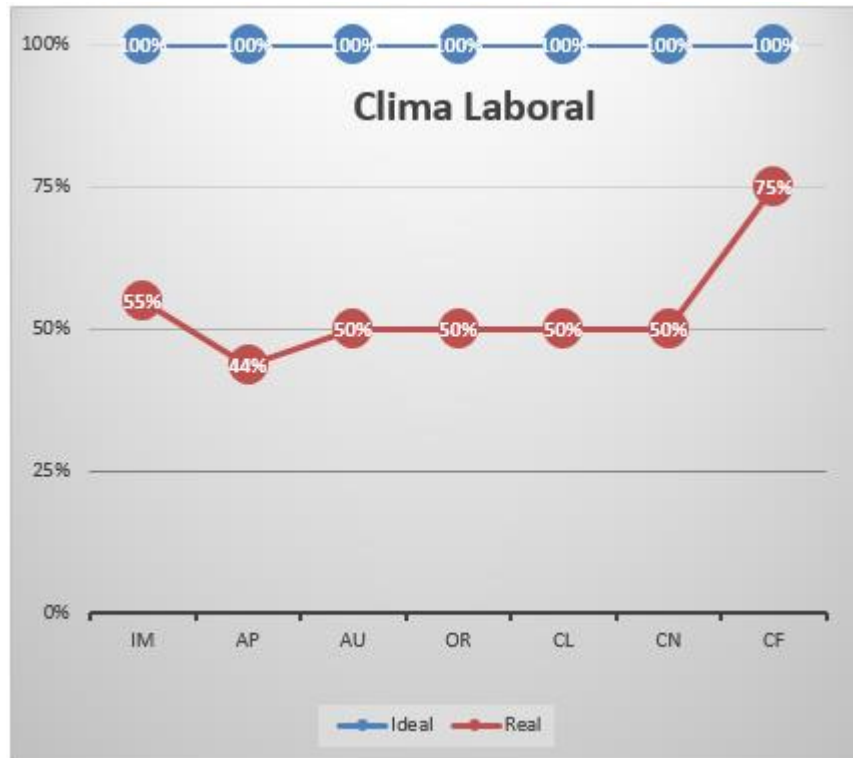
Calidad:

reforzar la estandarización de procesos, revisión de productos y control de calidad para asegurar satisfacción del cliente y evitar errores.

Gestión del conocimiento:

Refleja falta de **capacitación continua, innovación y crecimiento del talento humano**. Es importante trabajar en el **desarrollo** del equipo y fomentar una **cultura** de mejora **continua**.

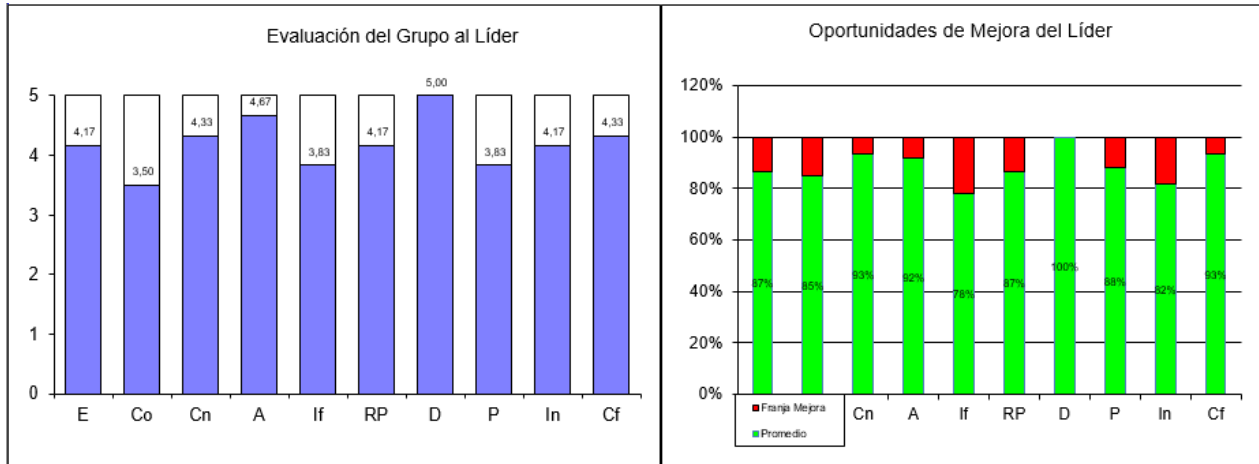
c) Clima de Trabajo:



Qué encontramos:

En verde limón 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.

c) Liderazgo:



Qué encontramos:

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.










Firma del empresario, la cual certifica que el Informe de Diagnóstico de su empresa le fue entregado y explicado por parte del Consultor al finalizar la etapa de Diagnóstico:

Fecha: 21 de Julio de 2025

Firma del Consultor:

YULIANA ALVARADO RAMIREZ

Modelo de Negocio CANVAS (LIENZO)

Compañía: verde limon		Diseñado por:		Fecha: 12/07/25
SEGMENTO DE CLIENTES  <p>Hombres y mujeres jóvenes colombianos, entre los 18 y 50 años, residentes en ciudades principales como Cali, Medellín, Bogotá, Barranquilla y Bucaramanga, pertenecientes a estratos 2 al 5, con afinidad por la moda urbana, elegante y personalizada, tanto para uso personal como para regalos.</p> <p>Son usuarios diversos que se encuentran activos en redes sociales, especialmente en Instagram, WhatsApp y tik tok, donde descubren marcas emergentes y compran en línea. Utilizan sus smartphones para navegar, comprar, y compartir fotos o reels con su estilo.</p>	ACTIVIDADES O PROCESOS CLAVE  <p>Venta digital, elaboración de publicidad digital, impulso de paginas web, asesoría personalizada, atención al cliente, ventas al por mayor, distribución nacional</p>	PROPUESTA DE VALOR  <p>Nuestros clientes son la esencia de nuestra empresa. Nos esforzamos por ofrecer más que accesorios: brindamos piezas únicas, personalizadas y elegantes que reflejan la identidad de cada persona. La calidad artesanal, el diseño exclusivo y la atención personalizada nos hacen diferentes en el mercado.</p> <p>Generamos bienestar, estilo y satisfacción, con un acompañamiento cercano, asesoría constante y un servicio ágil antes, durante y después de la compra</p>	RELACIÓN CON CLIENTES  <p>Buscamos satisfacer las necesidades de nuestros clientes a través de los siguientes beneficios: Ofreciendo productos personalizados Calidad a buen precio Atención personalizada Variedad y estilo Buen servicio postventa Entregas puntuales Promociones y recompensas Presencia en redes sociales</p>	ALIANZAS CLAVES  <p>Las alianzas estratégicas con nuestros proveedores Insumos Semco y Oro Nico han sido fundamentales para el desarrollo de nuestro negocio, ya que nos garantizan materia prima de calidad y confianza. Gracias a estos aliados, y al trabajo eficiente de nuestro personal capacitado, podemos elaborar productos personalizados con altos estándares de calidad. Esto nos permite ofrecer una propuesta de valor sólida, basada en la atención personalizada, asesoría cercana y cumplimiento en los tiempos de entrega, generando confianza y satisfacción en</p>
	RECURSOS CLAVE  <p>Somos una microempresa ubicada en el norte de Cali, especializada en bisutería personalizada y laminada en oro. Aunque contamos con un local físico pequeño, nuestras principales ventas se realizan por canales digitales como WhatsApp, Instagram, Facebook y TikTok, apoyados en publicidad paga para aumentar el alcance.</p> <p>Manejamos una capacidad financiera estable, con un bajo endeudamiento, y un equipo con experiencia, compromiso y conocimiento del negocio. Ofrecemos atención personalizada, asesoría en cada compra y garantía en todos nuestros productos.</p> <p>Nuestra ventaja competitiva está en la calidad, el servicio postventa y la rápida respuesta en canales digitales. Usamos herramientas tecnológicas accesibles que nos permiten mantener una gestión eficiente y adaptarnos fácilmente a las necesidades del mercado.</p>		CANALES  <p>El canal estratégico de mi microempresa está basado en una fuerte presencia digital a través de internet, utilizando un modelo de marketing online que incluye posicionamiento en buscadores, publicidad digital y gestión activa en redes sociales. Las ventas se realizan principalmente mediante la página web, complementada con atención personalizada y venta directa por medio de Instagram, Facebook, WhatsApp, y TikTok, plataformas clave para conectar con clientes, ofrecer nuestro catalogo y asesoría en tiempo real y hacer seguimiento a cotizaciones para gestionar los pedidos.</p>	
ESTRUCTURA DE COSTOS  <p>servicios básicos como agua, luz e internet. Salarios de nuestro personal. Materia prima (cadenas, dijes, piedras, entre otros), materiales complementarios necesarios para el armado y acabado de las piezas, costos del baño en oro laminado, empaque de los productos, etiquetas personalizadas, publicidad paga en redes sociales</p>		FUENTES DE INGRESOS  <p>El 95% de los ingresos recibidos en la empresa es por la venta de accesorios de manera virtual, el 5% de los domicilios que se realicen dentro de la ciudad. Estos ingresos se perciben a través de pagos virtuales como pse, nequi, bancolombia, daviplata, pagos electronicos.</p>		