



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

# Página 1

**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 si mismo.	0	1	2	3	4	5
20	Inspira confianza a los demás	0	1	2	3	4	5

**El Líder de la empresa:**

		LIDER	Nº 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	4	5	4	5	5						4,6
2	Dedica tiempo a la planeación y dirección de su negocio	5	5	5	5	5	5						5,0
3	Desarrolla acciones de comunicación efectivas con diferentes organizaciones.	5	5	4	5	5	4						4,6
4	Genera una comunicación efectiva con las personas que le colaboran directamente.	5	1	1	3	1	1						1,4
5	Entiende las funciones que debe efectuar para que su negocio se sostenga en el mercado	5	5	4	5	4	5						4,6
6	Conoce del negocio y está pendiente de su crecimiento	5	5	4	4	5	5						4,6
7	Promueve el cambio para mejorar constantemente el negocio	5	5	5	5	5	5						5,0
8	Aprende y asimila las cosas de manera muy rápida.	5	4	4	4	5	4						4,2
9	Es un buen motivador del grupo de trabajadores	4	1	1	3	1	4						2,0
10	Es democrático y puede aceptar opiniones de terceros.	5	1	1	1	1	1						1,0
11	Sabe escuchar	4	2	1	2	3	3						2,2
12	Tiene habilidad para tratar a las personas.	5	3	5	5	5	4						4,4
13	Se enfoca a los asuntos importantes	5	4	5	4	5	5						4,6
14	Confía y permite que los trabajadores tomen sus decisiones.	4	1	2	2	1	3						1,8
15	Es capaz de dar prioridades en los asuntos del negocio	5	5	5	4	5	5						4,8
16	Enfoca las actividades al logro de objetivos importantes para el negocio	5	5	4	4	4	5						4,4
17	Es integro, responsable y cumple su palabra.	5	5	5	5	4	5						4,8
18	Admite sus errores	4	1	1	1	1	1						1,0
19	Es seguro de sí mismo.	5	5	5	5	4	5						4,8
20	Inspira confianza a los demás	5	3	3	4	3	4						3,4

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

4 Nombre de la empresa:

		Nº de trabajador encuestado											
		RESPUESTA IDEAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
7	1	El trabajo es realmente estimulante, nos gusta	V	V	F	V	V	V	V	F	V	V	F
8	2	Cuando se dan instrucciones a las personas que trabajan en la empresa se hace con tono adecuado	V	V	V	F	V	V	V	V	F	V	F
9	3	El grupo de trabajo tiene un buen espíritu de grupo.	V	V	V	F	F	F	V	F	F	F	V
10	4	En el negocio se suele felicitar al trabajador que hace algo bien.	V	V	F	V	V	V	F	V	V	F	V
11	5	Las actividades están bien planificadas.	V	V	V	V	V	V	F	V	V	F	V
12	6	La iluminación es muy buena dentro de la empresa y facilita el trabajo.	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
13	7	Las personas en la empresa están más pendientes del reloj para salir del trabajo.	F	F	F	F	V	F	V	V	F	V	F
14	8	Se alienta el espíritu crítico-constructivo en el grupo de trabajo.	V	V	F	V	V	F	F	F	F	F	F
15	9	Se anima a que las personas tomen sus propias decisiones.	V	V	F	F	V	V	F	V	F	F	F
16	10	Muy pocas veces las cosas se dejan para el otro día.	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
17	11	Se espera que el grupo haga su trabajo siguiendo unas reglas establecidas.	V	V	V	V	V	V	V	V	F	V	V
18	12	El grupo de trabajo siente orgullo por la microempresa.	V	V	V	F	F	F	V	F	V	V	F
19	13	El Líder mantiene una vigilancia bastante estrecha sobre el grupo de trabajo.	V	V	F	V	F	F	F	V	F	F	F
20	14	El lugar de trabajo es agradable.	V	V	V	F	F	V	F	F	V	F	F
21	15	A menudo el líder critica al grupo de trabajo por cosas de poca importancia.	F	F	F	F	V	V	V	F	V	V	V
22	16	Normalmente se explican los detalles de las tareas encomendadas.	V	V	V	V	V	V	V	F	V	V	V
23	17	Se informa totalmente al personal de los beneficios obtenidos.	V	V	F	V	F	F	V	F	F	F	F
24	18	Los trabajadores actúan con gran independencia del Líder.	V	V	F	F	F	V	V	V	F	F	F
25	19	El mobiliario está, normalmente, bien colocado.	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
26	20	Normalmente, el trabajo es muy interesante.	V	V	V	F	V	F	F	V	V	F	V
27	21	El Líder se reúne regularmente con el grupo de trabajo para discutir proyectos futuros.	V	V	F	F	F	V	F	V	F	F	F
28	22	Los trabajadores suelen llegar tarde al trabajo.	F	F	F	F	V	F	F	F	V	F	F

Nombre de la empresa:

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

*Evaluación de Áreas Funcionales*  
*Información General de la Empresa Proveedorora*

Nombre de la empresa:	ALQUIEQUPOSBERU
Nombre de la Persona de Contacto principal en la empresa:	JUAN DAVID BEDOYA USUGA
Teléfono fijo y celular:	3116173969
Correo Electrónico:	
Dirección:	CARRERA 2 CALLE 10 BARRIO BOLIVAR
Departamento y Municipio:	VALLE DEL CAUCA YUMBO
Número de Identificación Tributaria:	901.067.660-8
Sector económico:	INDUSTRIAL
Actividad principal:	ARQUILER DE HERRAMIENTAS PARA LA CONSTRUCCION
Meses de antigüedad:	108
Número de Trabajadores	20
Número de Trabajadores en temporada alta	0
<b>Nombre del Consultor:</b>	PIALEJO CARLOS, CORDOBA KAREN
<b>Fecha de diligenciamiento:</b>	21 DE JUNIO 2025

*Evaluación de Áreas Funcionales*

*Información de los principales clientes de la Empresa Provedora*

**Nombre de la empresa:**

**Para Clientes Persona Natural:**

Caracterice las personas que compran su producto (niños, amas de casa, vecinas, etc).	EMPRESAS, ADULTOS.
Dónde están ubicados sus clientes (en el mismo barrio, en barrios vecinos, dispersos por la ciudad en este caso especificar nombre de las zonas).	DISPERSOS POR LA CIUDAD
Producto o servicio que compran:	ARQUILAN TALADROS, TROMPOS, RETROESCABADORAS, HELICOPTEROS ETC.
Valor de compra mensual que le hace este tipo de cliente	\$3.000.000
Porcentaje del total de ventas comprada por este tipo de cliente	65%
Observaciones adicionales sobre los clientes	LAS VENTAS A PERSONAS NATURALES SON ESPONTANEAS DEBIDO A QUE COMPRAN POCO.

**Para Clientes Persona Jurídica:**

Nombre del Cliente	JESUS IVAN MORA DAVILA
Actividad del Cliente	CONSTRUCCION DE VIVIENDAS
Persona de contacto	JESUS IVAN MORA DAVILA
Teléfono y Celular	3128786658
Correo Electrónico:	<a href="mailto:jesusivanmora@davila3@gmail.com">jesusivanmora@davila3@gmail.com</a>
Producto o servicio que le compra:	ARQUILER DE MEZCLADORA
Valor de la compra mensual:	\$1.200.000
Número de días que toma para pagar:	3
Porcentaje del total de ventas comprada por este cliente:	26%
Observaciones adicionales sobre el cliente:	CLIENTE ALQUILA PARA CONTRUCCION DE VIVIENDAS CADA DETERMINADO TIEMPO

Página 1

2E - Evaluación de Brechas Funcionales

Nombre de empresa:

Direccionamiento Estratégico de la Empresa Proveedor

				QUÉ ENCONTRAMOS:
1	¿Tiene escrita la misión del negocio?		5	ENCOTRAMOS QUE NO TIENE BIEN IDENTIFICADA CUALES SU COMPETENCIA
2	¿Tiene definida y escrita las objetivos del negocio para las próximas 6 meses?		5	
3	¿Tiene identificar las principales fortalezas y debilidades de su negocio?		5	
4	¿Tiene identificar las principales oportunidades y amenazas para su negocio?		5	
5	¿Conoce su competencia?	1		
6	¿Evalúa los resultados de su negocio periódicamente?	1		
7	¿Toma acciones correctivas en las momentos en que la microempresa no cumple su meta?		3	

Relación de la Empresa Proveedor con sus Clientes

				QUÉ ENCONTRAMOS:
1	¿Las ventas hacia sus clientes han estado creciendo en el último año?		3	ENCOTRAMOS QUE NO HA CRECIDO EL NUMERO DE CLIENTES Y QUE EN LOS ULTIMOS MESES SE HA PERDIDO CLIENTES
2	¿Ha crecido el número de clientes en el último año?	1		
3	¿Ha tenido que rechazar pedidos por falta de capacidad?		3	
4	¿Ha perdido clientes en las últimas seis meses?	1		
5	¿Ofrece asesoría o 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?		3	

37										
38	3	¿Sabe cuánto tiene que vender y a qué precio para cubrir todos sus costos y gastos?								5
39	4	¿Conoce el margen de rentabilidad de su negocio?								5
40	5	¿Con qué frecuencia los gastos exceden a los ingresos?								5
41	6	¿Tiene criterios para asignar el pago a los trabajadores de su negocio?								5
44	<b>Estrategia de Operaciones de la Empresa Proveedora</b>									
45										<b>¿QUÉ ENCONTRAMOS?:</b>
46	1	¿Tiene capacidad de producción o de atención suficiente para responder a las peticiones de sus clientes?								5
47	2	¿Realiza periódicamente actividades de mantenimiento a sus equipos y herramientas?								5
48	3	¿Tiene control de las inventarios de productos en proceso y terminados?								5
49	4	¿Hay interés por mantener organizada, limpia y bien distribuido el lugar de trabajo?								5
52	<b>Estrategia de Calidad de la Empresa Proveedora</b>									
53										<b>¿QUÉ ENCONTRAMOS?:</b>
54	1	¿Tiene por escrito las especificaciones sobre los productos que piden sus clientes?								5
55	2	¿Cuenta con evaluaciones de satisfacción escritas de sus productos hechos por sus clientes?	1							5
56	3	¿Evalúa con frecuencia el nivel de cumplimiento de las expectativas de sus clientes respecto de sus productos?	1							5
57	4	¿Qué tan frecuente suceden reclamos de sus clientes por problemas de calidad?							3	5
58	5	¿Cuándo tiene problemas de calidad en sus productos toma medidas para solucionar los inconvenientes que los generan?								5
59	6	¿Con qué frecuencia tiene problemas con la calidad de los insumos que proporciona a sus proveedores?							3	5
62	<b>Gestión del Conocimiento en la Empresa Proveedora</b>									
63										<b>¿QUÉ ENCONTRAMOS?:</b>
64	1	¿Tiene definida las funciones que debe realizar cada persona que trabaja en su negocio?								5
65	2	¿Conoce las necesidades de capacitación que requieren las personas que trabajan en su negocio?								5
66	3	¿Las personas que trabajan en su negocio cuentan con las capacidades apropiadas para desempeñar las tareas asignadas?								5
67	4	¿Las personas tienen claridad en las metas que deben lograr?								5
68	5	¿Sabe cómo motivar a las personas que trabajan en el negocio para que desarrollen un mejor trabajo?								5

EN ESTA PARTE ENCONTRAMOS QUE CUMPLE LOS OBJETIVOS PROPUESTOS DE LA EMPRESA

EN ESTA PARTE ENCONTRAMOS QUE CUMPLE LOS OBJETIVOS PROPUESTOS DE LA EMPRESA

ENCONTRAMOS QUE LA EMPRESA NO CUENTA CON ENCUESTAS PARA SUS CLIENTES PARA ASI SABER SI PRODUCTOS SON DE LA CALIDAD QUE ELLOS DESEAN

ENCONTRAMOS QUE LOS COLABORADORES CUENTAN CON LA EXPERIENCIA PARA DESARROLLAR SUS ACTIVIDADES

AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN	
ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES	

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

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

CRITERIOS	IMAGEN	PRECIO	EMPAQUE	VARIEDAD DE PRODUCTO	AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN	ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES	SUMA	PONDERACIÓN	PPP: SU PUNTAJE INDICA PRIORIDADES PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.
IMAGEN		3	1	1	1	0,3	6,3	0,17	IMAGEN
PRECIO	0,3		1	3	1	1	6,3	0,17	PRECIO
EMPAQUE	1	1		0,3	0,3	1	3,6	0,10	EMPAQUE
VARIEDAD DE PRODUCTOS	1,0	0,3	3		1	1	6,3	0,17	VARIEDAD DE PRODUCTOS
AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN	1,0	1	3	1		3	9	0,24	AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN
ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES	3,0	1	1	1	0,3		6,3	0,17	ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES
							37,8		

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:

SE ENTREVISTARÁN MÍNIMO 2 CLIENTES ACTUALES Y MÁXIMO 5.

CRITERIOS	PONDERACIÓN DEL CRITERIO	CALIFICACIÓN N CLIENTE 1	CALIFICACIÓN N CLIENTE 2	RESULTADO	COMENTARIOS
IMAGEN	17%	10	10	1,67	
PRECIO	17%	1	3	0,33	
EMPAQUE	10%	2	4	0,29	
VARIEDAD DE PRODUCTOS	17%	10	4	1,17	
AMABILIDAD EN LA ATENCIÓN	24%	1	1	0,24	
ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES	17%	4	5	0,75	
	<b>CALIFICACIÓN FINAL</b>			<b>4,44</b>	<b>POR DESARROLLAR</b>

REVISAR LA SINTAXIS DE LA FÓRMULA PARA AJUSTARLA AL NÚMERO DE CLIENTES QUE SE

LA CALIFICACIÓN QUE OTORGA CADA CLIENTE ACTUAL SE PASA EN LA SIGUIENTE ESCALA 1 A 10, DONDE 1 ES "INSATISFECHO" Y 10 "MUY SATISFECHO".

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



## SEGMENTO DE CLIENTES

En este espacio debe definir el segmento de clientes. No basta con mencionar al cliente objetivo ej. "Empresarios e industriales colombianos".

Al hablar del segmento de cliente, usted debe hacer un perfil del cliente que USTED DESEA TENER. Caracterizandolo y diferenciandolo 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, genero, profesion, ubicación geográfica, etc.)

**Escriba aquí su segmento de clientes:**

Hombres mayores de 18 años que trabajan como operarios o encargados en obras de construcción ubicadas en Yumbo Valle, con ingresos superiores al salario mínimo y necesidad frecuente de alquiler de maquinaria pesada.



## 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 trate tambien 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:**

EN NUESTRA EMPRESA NOS DESTACAMOS POR BRINDAR SOLUCIONES RAPIDAS Y CONFIABLES, TRABAJAMOS CON LAS MEJORES MARCAS DE LA INDUSTRIA EN TODO LO RELACIONADO CON LAS MAQUINARIAS, LO CUAL SIEMPRE GARANTIZAMOS MAQUINARIAS EN EXCELENTE ESTADO Y LO MEJOR DE TODO DISPONIBILIDAD INMEDIATA...

Palabras claves:

Newness, desempeño, customización, diseño, marca/status, precio, reducción de costos, reducción de riesgos, accesibilidad, usabilidad y conveniencia



#### 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 esta 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:

Ventas: Atención directa en la sede ubicada en yumbo valle, contacto telefonico y via whatsapp para cotizaciones rapidas, alianzas con ferreterias y contratistas locales, visitas comerciales a obras y empresas de construccion para dar a conocer la empresa.



#### RELACIÓN CON CLIENTES

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 tecnico, asistencia tecnica , entrenamiento, actualizaciones etc.

Escriba aquí el tipo de relaciones con los clientes:

Buscamos construir relaciones cercanas y duraderas con nuestros clientes y lograr expandirnos, ofreciendo:

- Asesoría personalizada en cada etapa del alquiler
- Asesoría técnica para la selección adecuada de maquinaria
- Disponibilidad constante para resolver dudas o emergencias
- Fidelización mediante buen servicio, cumplimiento y confianza
- Seguimiento post-servicio para asegurar la satisfacción del cliente



## 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, arriendos, comisiones, afiliaciones, suscripciones, etc.

**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 90% de los ingresos recibidos en la empresa es por el alquiler de maquinaria para construcción, asesoría especializada y el 10% por envíos y penalizaciones por retrasos en la devolución o daños en los equipos entregados. Estos ingresos se perciben a través de efectivo, tarjetas de débito y crédito.



## 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 TICs 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

Recursos: físicos maquinaria pesada como lo son reexcavadoras, cargadores, mezcladoras entre otros, en buen estado y listas para el respectivo alquiler, bodega yumbo con espacio para el almacenamiento y mantenimientos de las máquinas, económicos: Ingresos estables por contratos con constructoras, buena rentabilidad y reinversión en mantenimiento y renovación del equipo. Humanos operadores, mecánicos y personal de logística con experiencia en el manejo y mantenimiento de maquinaria y lo más importante atención al cliente personalizada. Comercial capacidad para ofrecer servicios confiables y competitivos. Atención personalizada que genera confianza y fidelización.



#### 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?

**Ejemplos:** 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 d  
e maquinas plataformas de tecnología, network

Escriba aquí las Actividades o procesos Clave:

Arquiler, Atenciónal cliente, Servicio Asesoría,Facturación, Distribucion.



## 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 :**

Inventario (Maquinaria, asesorías y herramientas) mantenimiento de las maquinarias, salarios del personal, combustible, transporte de equipos, seguridad social, y servicios públicos.