

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

Categorías de medición	Nº de Preguntas
Apoyo	4
Autonomía	3
Claridad	3
Comodidad	3
Control	2
Implicación	5
Organización	2
<b>Total general</b>	<b>22</b>

2F. Clima de Trabajo

Hoja de Captura de Resultados

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

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:

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

												SUMA
Implicación	3	3	4	2	3	4	5	5	5	5	5	39
Apoyo	2	3	2	0	3	4	3	4	4	4	3	28
Autonomía	2	1	2	0	1	3	3	3	3	3	3	21
Organización	0	1	0	0	2	1	1	1	2	1	1	9
Claridad	3	2	1	0	3	3	3	3	3	3	3	24
Control	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	16
Comodidad	1	0	1	0	2	3	3	3	3	3	3	19

## 2 F. Clima de Trabajo

### Resultado

Nombre de la Empresa Proveedora:

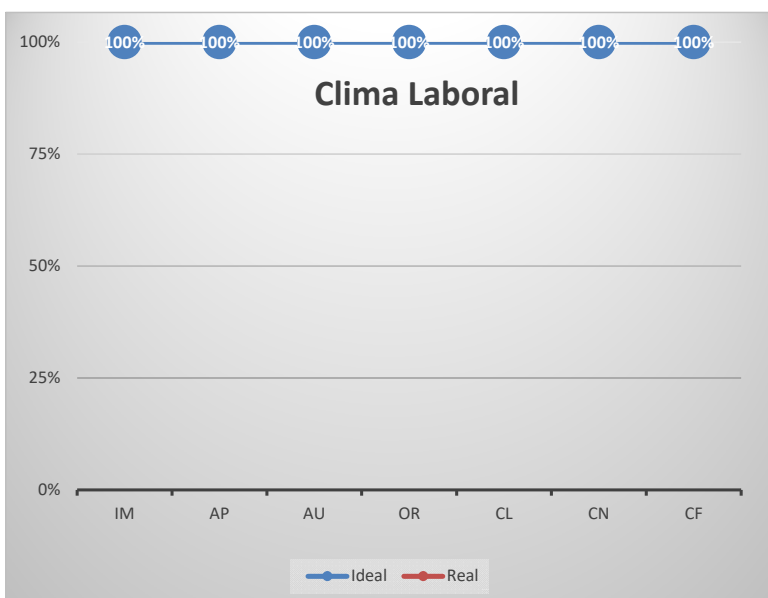
PINTUVALLE.S.A

Fecha: 30-jun-25

Cuestionarios aplicados: 4

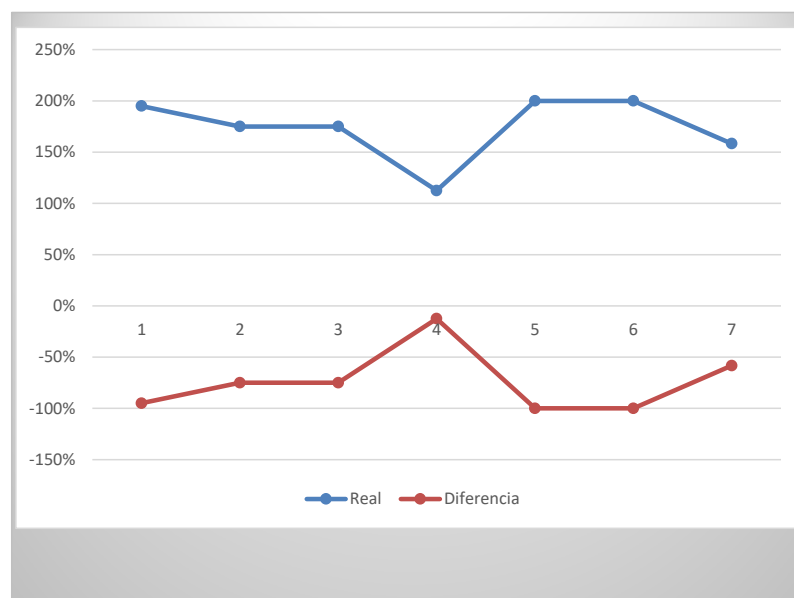
#### PUNTUACIÓN ALCANZADA POR LA EMPRESA

CATEGORÍAS		Puntuaciones		ESC	Puntaje
		Sumatoria	Máxima		
Implicación	IM	39	20	IM	195%
Apoyo	AP	28	16	AP	175%
Autonomía	AU	21	12	AU	175%
Organización	OR	9	8	OR	113%
Claridad	CL	24	12	CL	200%
Control	CN	16	8	CN	200%
Comodidad	CF	19	12	CF	158%



#### REFERENCIA CONTRA MEJOR PRACTICA

CATEGORÍAS		PUNTUACIONES				
		Ideal	Real	%	Diferencia	%
Implicación	IM	100%	195%	195%	-95%	-95%
Apoyo	AP	100%	175%	175%	-75%	-75%
Autonomía	AU	100%	175%	175%	-75%	-75%
Organización	OR	100%	113%	113%	-13%	-13%
Claridad	CL	100%	200%	200%	-100%	-100%
Control	CN	100%	200%	200%	-100%	-100%
Comodidad	CF	100%	158%	158%	-58%	-58%



#### Que encontramos

Implicación	Presenta deficiencias significativas que se ven reflejadas en una baja organización y claridad, y un nivel bajo en implicacion las personas se sienten a gusto pero hay algunos que no dentro de la organización el personal siente poca autonomía para ejecutar sus tareas por sí solos.
Apoyo	
Autonomía	
Organización	
Claridad	
Control	
Comodidad	

2H. Liderazgo

Nombre de la empresa: Pintuvalle S.A

El Líder de la empresa: Ezequiel Escobar

	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	1	5	1	3	3	5	5	3			3.3
2	Dedica tiempo a la planeación y dirección de su negocio	5	3	3	5	3	1	5	5	1			3.3
3	Desarrolla acciones de comunicación efectivas con diferentes organizaciones.	5	1	1	3	5	5	3	5	5			3.5
4	Genera una comunicación efectiva con las personas que le colaboran directamente.	5	3	3	3	3	5	1	5	3			3.3
5	Entiende las funciones que debe efectuar para que su negocio se sostenga en el mercado	5	5	5	5	5	5	1	5	3			4.3
6	Conoce del negocio y está pendiente de su crecimiento	5	5	5	5	5	5	1	5	3			4.3
7	Promueve el cambio para mejorar constantemente el negocio	5	5	5	5	5	5	3	5	3			4.5
8	Aprende y asimila las cosas de manera muy rápida.	5	5	5	5	5	3	3	5	3			4.3
9	Es un buen motivador del grupo de trabajadores	5	5	5	5	5	3	3	5	3			4.3
10	Es democrático y puede aceptar opiniones de terceros.	5	1	1	5	1	5	3	5	3			3.0
11	Sabe escuchar	5	3	3	3	3	5	1	5	3			3.3
12	Tiene habilidad para tratar a las personas.	5	5	5	5	5	5	3	5	3			4.5
13	Se enfoca a los asuntos importantes	5	5	5	5	5	5	3	5	3			4.5
14	Confía y permite que los trabajadores tomen sus decisiones.	5	5	5	5	5	5	3	5	3			4.5
15	Es capaz de dar prioridades en los asuntos del negocio	5	3	3	3	3	5	1	5	1			3.0
16	Enfoca las actividades al logro de objetivos importantes para el negocio	5	3	3	3	3	3	1	5	1			2.8
17	Es integro, responsable y cumple su palabra.	5	5	5	5	5	5	1	5	3			4.3
18	Admite sus errores	5	5	5	5	3	3	3	5	3			4.0
19	Es seguro de sí mismo.	5	5	5	5	5	5	1	3	3			4.0
20	Inspira confianza a los demás	5	5	5	5	5	5	1	3	1			3.8

Categoría Evaluada

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

2G. Liderazgo

Fecha: 21/7/2025 Marque con una X el cuadro correspondiente

Microempresa: Pintivalle S.A Autoevaluación: \_\_\_\_\_

Nombre de la persona que evalúa: Eyleen Muñoz Triana y Karol Trujillo Evaluación a un Superior: \_\_\_\_\_

Nombre del Líder: \_\_\_\_\_

Evaluated: Ezequiel Escobar

**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	1	1	2	3	4	0
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.	1	1	2	3	4	0
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

**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:

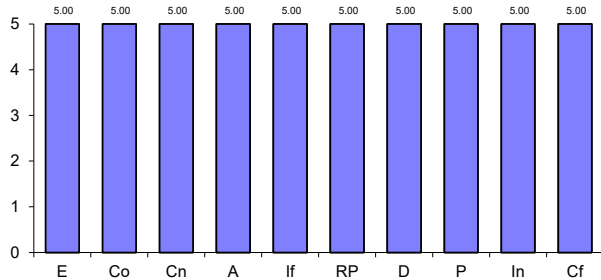
Nombre Líder:

Variable	Abreviatura	Lider	Grupo	Diferencia	Franja Mejora	Promedio	Porcentaje
Estrategia	E	5.0	3.3	-1.8	18%	4.1	83%
Comunicación	Co	5.0	3.4	-1.6	16%	4.2	84%
Conocimiento	Cn	5.0	4.3	-0.8	8%	4.6	93%
Aprendizaje	A	5.0	4.4	-0.6	6%	4.7	94%
Influencia	If	5.0	3.6	-1.4	14%	4.3	86%
Relaciones Personales	RP	5.0	3.9	-1.1	11%	4.4	89%
Delegación	D	5.0	4.5	-0.5	5%	4.8	95%
Prioridades	P	5.0	2.9	-2.1	21%	3.9	79%
Integridad	In	5.0	4.1	-0.9	9%	4.6	91%
Confiabilidad	Cf	5.0	3.9	-1.1	11%	4.4	89%

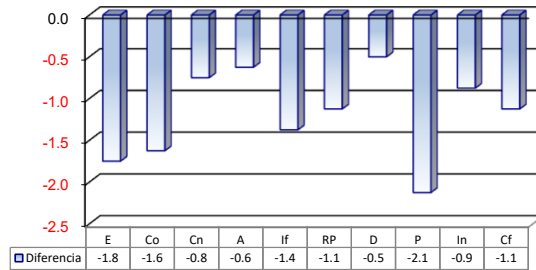
ZONA DE CÁLCULOS (NO MODIFICAR LAS FÓRMULAS)

Líder			Grupo		
E	5.00	5	E	3.25	5
Co	5.00	5	Co	3.38	5
Cn	5.00	5	Cn	4.25	5
A	5.00	5	A	4.38	5
If	5.00	5	If	3.63	5
RP	5.00	5	RP	3.88	5
D	5.00	5	D	4.50	5
P	5.00	5	P	2.88	5
In	5.00	5	In	4.13	5
Cf	5.00	5	Cf	3.88	5

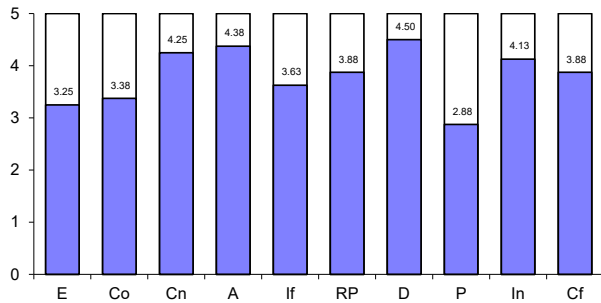
Auto-Evaluación del Líder



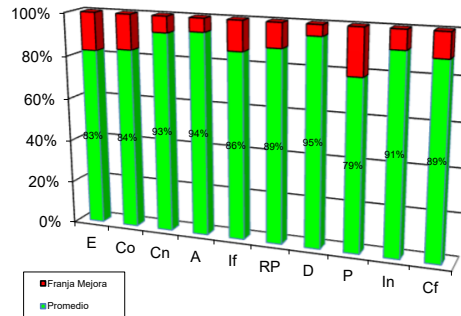
Diferencia entre la Auto-Evaluación y la Evaluación del Grupo



Evaluación del Grupo al Líder



Oportunidades de Mejora del Líder





	Evaluación del Líder	Prom	Categoría Evaluada
1	5	3.3	Estrategia
2	5	3.3	Estrategia
3	5	3.5	Comunicación
4	5	3.3	Comunicación
5	5	4.3	Conocimiento
6	5	4.3	Conocimiento
7	5	4.5	Aprendizaje
8	5	4.3	Aprendizaje
9	5	4.3	Influencia
10	5	3.0	Influencia
11	5	3.3	Relaciones Personales
12	5	4.5	Relaciones Personales
13	5	4.5	Delegación
14	5	4.5	Delegación
15	5	3.0	Prioridades
16	5	2.8	Prioridades
17	5	4.3	Integridad
18	5	4.0	Integridad
19	5	4.0	Confiabilidad
20	5	3.8	Confiabilidad

Qué encontramos:

Estrategia
Comunicación
Conocimiento
Aprendizaje
Influencia
Relaciones Personales
Delegación
Prioridades
Integridad
Confiabilidad

Las evaluaciones más críticas señalan que el líder **no prioriza eficientemente**, lo que genera dispersión y pérdida de foco en objetivos clave; carece de **planeación estratégica**, reflejando una visión cortoplacista que limita el crecimiento; y falla en **comunicación efectiva**, creando desalineación y desconfianza en el equipo. Estos resultados revelan un patrón de liderazgo reactivo, con poca claridad para dirigir y conectar con su equipo estratégicamente.

		Compañía:
SEGMENTO DE CLIENTES		ACTIVIDADES O PROCESOS CLAVE
<p>Pintuvalle se dirige principalmente a hogares y familias que buscan renovar sus espacios con pinturas de calidad, así como a contratistas, constructores y albañiles que requieren materiales a granel para proyectos de obra.</p>		<p>Interacción comercial, Soporte integral, Gestión post-compra, Operación logística Administración transparente</p>
		RECURSOS CLAVE
		

Inventario amplio y variado – Stock permar pinturas, estucos, fraguas y materiales de c de diferentes marcas y calidades.

Local estratégico – Tienda física en ubicació en Cali, con espacio para exhibición y atenc

Flota de distribución – Vehículos propios o entregas rápidas en el Valle del Cauca.

Equipo especializado – Vendedores técnico en productos y asesoría, y personal logístic




Proveedores confiables – Alianzas con fabri distribuidores para garantizar calidad y pre competitivos.

Sistema de gestión – Software para control inventario, ventas y facturación (ej: ERP o l locales).

Certificaciones y alianzas – Avaes de marca reconocidas y participación en gremios de c

Los costos se dividen en variables (compra de materiales a proveedores como Pintuco y Argos, logística para aplicaciones), fijos (arriendo del local, nómina administrativa y gastos en marketing/tecnología), e equipo, control de calidad y desarrollo de alianzas comerciales). Optimizamos cada peso priorizando g como la calidad de productos y servicio técnico - mientras reducimos desperdicios en procesos ir proveedores y uso eficiente de recursos.

# Modelo de Negocio CANVAS (LIENZO)

		Diseñado por	
	<p><b>PROPUESTA DE VALOR</b></p>		<p><b>RELACIÓN CON CLIENTES</b></p>
	<p>Nuestros clientes son la esencia de nuestra empresa , la calidad nos hace diferentes en el mercado, generamos bienestar y satisfacción. Esto basado con un altamente capacitado, servicio técnico de asesoría y respaldo posventa.</p>	<p>Ofrecemos asesoría práctica familias, atención personalizada a contratistas, precios especiales a arquitectos les damos muestra a ferreterías, reposición rápida enfocamos en resolver necesidades directas y beneficios reales, a un cliente realmente necesita</p>	
<p>técnico operatividad nente</p>			<p><b>CANALES</b></p>
			

ente de  
obra blanca  
ón accesible  
ción al cliente.  
aliados para  
s capacitados  
o eficiente.  
icantes y  
cios  
de  
herramientas  
as  
construcción.

La empresa distribuye sus pi  
de una tienda física en Cali, v  
(web/WhatsApp/redes socia  
locales, entregas a domicilio,  
y participación en ferias de c

## ESTRUCTURA DE COSTOS



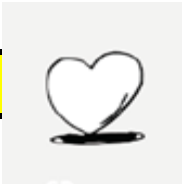
ca de distribución y mano de obra directa  
inversiones estratégicas (capacitación del  
astos que generan valor directo al cliente -  
nternos mediante negociaciones con

El 100% de los ingresos de Pintuvalle provie  
Venta de pinturas, estucos y materiales de  
Asesoría técnica especializada (cobrada por  
Accesorios y herramientas de aplicación (rc



Or:	Fecha:
-----	--------

**VENTAS**



y soluciones a medida: para cada cliente y promociones; para entregas programadas; descuentos y comisiones; y gestión de inventario. Nos adaptamos a las necesidades concretas con trato personalizado adaptándonos a lo que cada cliente requiere para su trabajo o proyecto.

**ALIANZAS CLAVES**



Proveedores estratégicos – Alianzas con fabricantes como Pintuco, Argos, Algrecó y Corona para garantizar suministro, calidad y precios competitivos en pinturas y materiales.



nturas y materiales a través  
rentas en línea  
les), alianzas con ferreterías  
, visitas comerciales a obras  
onstrucción.

## FUENTES DE INGRESOS



ene de:  
obra blanca (principalmente en efectivo y tarjetas en tienda física).  
r visitas a obra o consultas complejas).  
odillos, brochas, espátulas).

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

Nombre de la empresa:	PINTUVALLE S.A
Nombre de la Persona de Contacto principal en la empresa:	EZEQUIEL ESCOBAR
Teléfono fijo y celular:	3153411381
Correo Electrónico:	<a href="mailto:EZEQUIELES@GMAIL.COM">EZEQUIELES@GMAIL.COM</a>
Dirección:	CALLE 36 #34,26
Departamento y Municipio:	CALI VALLE DEL CAUCA
Número de Identificación Tributaria:	800.123.456-7
Sector económico:	SECUNDARIO Y TERCIARIO
Actividad principal:	VENTA DE PINTURAS
Meses de antigüedad:	48 MESES
Número de Trabajadores	22
Número de Trabajadores en temporada alta	25
Nombre del Consultor:	EYLEN MUÑOZ Y KAROL TRUJILLO
Fecha de diligenciamiento:	23\06 2025

<i>Evaluación de Áreas Funcionales</i>	
<i>Información de los principales clientes de la Empresa Proveedor</i>	
Nombre de la empresa:	
<b>Para Clientes Personas Naturales:</b>	
Caracterice las personas que compran sus productos (niños, amas de casa, vecinos, etc.)	VECINOS, MAESTROS DE CONTRUCCION, DUEÑOS DE CASA
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)	EL SUR DE CALI PRINCIPALMENTE
Productos o servicios que compran:	PINTURAS, ESTUCO, FRAGUA
Valor de compras mensual que le hace este tipo de clientes	\$15,000,000
Porcentaje del total de ventas comprado por este tipo de clientes	100%
Observaciones adicionales sobre los clientes	LA GRAN PARTE DUEÑOS DE CASA
<b>Para Clientes Persona Jurídica:</b>	
Nombre del Cliente	
Actividad del Cliente	
Persona de contacto	
Teléfono 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	
Teléfono 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:	
Sumatoria de ventas	\$15,000,000

Programa de Desarrollo de Proveedores					
2E - Evaluación de Áreas Funcionales					
Nombre de empresa:					
Direccionalismo Estratégico de la Empresa Proveedora					
QUE ENCONTRAMOS:					
1	¿Tiene escrita la misión del negocio?	1	3	5	La empresa no cuenta con un plan de negocio a corto plazo esto no permite establecer una meta y organización clara, debe identificar sus principales fortalezas y debilidades de su negocio para crecer en el mercado
2	¿Tiene definidos y escritos los objetivos del negocio para los próximos 6 meses?	1	3	5	
3	¿Tiene identificadas las principales fortalezas y debilidades de su negocio?	1	3	5	
4	¿Tiene identificadas las principales oportunidades y amenazas para su negocio?	1	3	5	
5	¿Conoce a su competencia?	1	3	5	
6	¿Evalúa los resultados de su negocio periódicamente?	1	3	5	
7	¿Toma acciones correctivas en los momentos en que la microempresa no cumple sus metas?	1	3	5	
Relación de la Empresa Proveedora con sus Clientes					
QUE ENCONTRAMOS:					
1	¿Las ventas hacia sus clientes han estado creciendo en el último año?	1	3	5	Se ve una falencia en la falta de personal de producción para equilibrar la demanda y la oferta.
2	¿Ha crecido el número de clientes en el último año?	1	3	5	
3	¿Ha tenido que rechazar pedidos por falta de capacidad?	1	3	5	
4	¿Ha perdido clientes en los últimos seis meses?	1	3	5	
5	¿Ofrece asesoría/garantía a sus clientes después de la venta de sus productos / servicios?	1	3	5	
6	¿Qué tan satisfechos están sus clientes con sus productos /servicios?	1	3	5	
7	¿Qué tanto se quejan sus clientes de los productos /servicios que compran a su microempresa?	1	3	5	
8	¿Fija los precios de venta con base en sus costos, gastos y utilidades esperadas?	1	3	5	
9	¿Los clientes le pagan dentro de los plazos establecidos?	1	3	5	
10	¿Con qué frecuencia tiene problemas para entregar/atender a tiempo a sus clientes?	1	3	5	
Estrategia Financiera de la Empresa Proveedora					
QUE ENCONTRAMOS:					
1	¿Tiene registro detallado de sus ingresos y de sus egresos?	1	3	5	
2	¿Tiene definidos los costos unitarios de sus productos?	1	3	5	
3	¿Sabe cuánto tiene que vender y a qué precio para cubrir todos sus costos y gastos?	1	3	5	
4	¿Conoce el margen de rentabilidad de su negocio?	1	3	5	
5	¿Con qué frecuencia los gastos exceden a los ingresos?	1	3	5	
6	¿Tiene criterios para asignar el pago a los trabajadores de su negocio?	1	3	5	
Estrategia de Operaciones de la Empresa Proveedora					
QUE ENCONTRAMOS:					
1	¿Tiene capacidad de producción o de atención suficiente para responder a los pedidos de sus clientes?	1	3	5	
2	¿Realiza periódicamente actividades de mantenimiento a sus equipos y herramientas?	1	3	5	
3	¿Tiene control de los inventarios de productos en proceso y terminados?	1	3	5	
4	¿Hay interés por mantener organizado, limpio y bien distribuido el lugar de trabajo?	1	3	5	
Estrategia de Calidad de la Empresa Proveedora					
QUE ENCONTRAMOS:					
1	¿Tiene por escrito las especificaciones sobre los productos que piden sus clientes?	1	3	5	Se requiere la orientación y especificación de los productos para satisfacción y guía del cliente, se necesita también encuestas de satisfacción para evaluar el cumplimiento y expectativas de los clientes.
2	¿Cuenta con evaluaciones de satisfacción escritas de sus productos hechas por sus clientes?	1	3	5	
3	¿Evalúa con frecuencia el nivel de cumplimiento de las expectativas de sus clientes respecto de sus productos?	1	3	5	
4	¿Qué tan frecuente suceden reclamos de sus clientes por problemas de calidad?	1	3	5	
5	¿Cuándo tiene problemas de calidad en sus productos toma medidas para solucionar los inconvenientes que los generan?	1	3	5	
6	¿Con qué frecuencia tiene problemas con la calidad de los insumos proporcionados por sus proveedores?	1	3	5	
Gestión del Conocimiento en la Empresa Proveedora					
QUE ENCONTRAMOS:					
1	¿Tiene definida las funciones que debe realizar cada persona que trabaja en su negocio?	1	3	5	
2	¿Conoce las necesidades de capacitación que requieren las personas que trabajan en su negocio?	1	3	5	
3	¿Las personas que trabajan en su negocio cuentan con los conocimientos apropiados para desempeñar las tareas asignadas?	1	3	5	
4	¿Las personas tienen claridad en las metas que deben lograr?	1	3	5	
5	¿Sabe cómo motivar a las personas que trabajan en el negocio para que desarrollen un mejor trabajo?	1	3	5	

**Sistema de Evaluación y Certificación de Proveedores**

Nombre de la empresa:

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

IMAGEN
PRECIO
EMPAQUE
VARIEDAD DE PRODUCTOS
CALIDAD
ATENCION RAPIDA Y EFECTIVA

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

CRITERIOS	IMAGEN	PRECIO	EMPAQUE	VARIEDAD DE PRODUCTOS	CALIDAD	ATENCION RAPIDA Y EFECTIVA	SUMA	PONDERACIÓN	CRITERIOS
IMAGEN	3	3	1	1	1	0.3	9.3	0.19	IMAGEN
PRECIO	0.3	3	1	3	1	1	9.3	0.19	PRECIO
EMPAQUE	1	1	1	0.3	0.3	1	4.6	0.09	EMPAQUE
VARIEDAD DE PRODUCTOS	1.0	0.3	3	1	1	1	7.3	0.15	VARIEDAD DE PRODUCTOS
CALIDAD	1.0	1	3	1	1	3	10	0.20	CALIDAD
ATENCION RAPIDA Y EFECTIVA	3.0	1	1	1	0.3	3	9.3	0.19	ATENCION RAPIDA Y EFECTIVA
							49.8		

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 2	RESULTADO	
IMAGEN	19%	8	5	1.21	
PRECIO	19%	9	7	1.49	
EMPAQUE	9%	8	4	0.55	
VARIEDAD DE PRODUCTOS	15%	10	5	1.10	
CALIDAD	20%	7	6	1.31	
ATENCION RAPIDA Y EFECTIVA	19%	9	5	1.31	
	<b>CALIFICACIÓN FINAL</b>			<b>6.97</b>	<b>POR DESARROLLAR</b>

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	
IMAGEN	Contratar un diseñador grafico para que haga un diseño llamativo
PRECIO	El precio esta proporcional al producto por el consumidor
EMPAQUE	Debemos hacer un empaque mas resistente
VARIEDAD DE PRODUCTOS	Variar materiales para la obra blanca
CALIDAD	Hacer investigaciones para mejorar la calidad del producto
ATENCION RAPIDA Y EFECTIVA	Capacitar al personal para una mejor atencion y fluidez

*Evaluación de Áreas Funcionales*

Nombre de la empresa:

ÁREA FUNCIONAL	CALIFICACIÓN OBTENIDA	CALIFICACIÓN IDEAL	DIFERENCIA
ESTRATEGIA	27	35	8
RELACIÓN CON CLIENTES	44	50	6
FINANZAS	30	30	0
OPERACIONES	20	20	0
CALIDAD	14	30	16
GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO	25	25	0

**ANÁLISIS DE ÁREA FUNCIONALES**

