



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 diferenciandolos 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:

Nuestro principal segmento de clientes son las personas mayores de edad apartir de los 18 años; personas naturales, pequeñas, medianas y grandes empresas del sector, el servicio se le presta tanto a personas naturales como a personas juridicas.

Palabras claves

Mass Market, Niche Market, Segmentado, diversificado, Multi-side platform



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:

brindamos servicios notariales confiables, ágiles y con atención personalizada, priorizando el respeto, la comodidad y el acompañamiento humano para nuestros clientes, especialmente personas de la tercera edad.

Palabras claves:

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



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 satisfacer las necesidades de nuestros clientes, a través de los siguientes beneficios :

- atención personalizada y humana.
- confianza y transparencia
- asesoría legal asequible e incluso gratuita
- atención preferencial para adultos mayores
- canales mixtos de comunicación
- seguimiento en trámites complejos

Palabras claves:

Asistencia personal

Asistencia personal dedicada

Self-service

Servicio automatizado

comunidades

Co- creación



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:

Los canales de atención que maneja la notaría son telefónicos, algunos trámites virtuales pero en su mayoría los trámites los pueden ver en la página web el procedimiento de cómo hacerlos, para que cuando se presenten de manera presencial a la notaría sea más ágil el servicio.

Elementos claves:

1. Conocimiento: ¿Cómo incrementamos conocimiento acerca de nuestros productos y servicios?
2. Evaluación: ¿Cómo hacemos para que el cliente tenga clara cuál es nuestra propuesta de valor?
3. Compra: ¿Cómo permitimos que los clientes compren productos y servicios específicos?
4. Entrega: ¿Cómo entregamos nuestra propuesta de valor a nuestros clientes?
5. Después de la venta: ¿Cómo proveemos al cliente servicio post-entrega?



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 100% de los ingresos recibidos en la empresa es por la prestación del servicio notarial en toda su integridad como lo son autenticaciones, escrituraciones, matrimonios... etc. Estos ingresos se perciben a través de tarjetas de débito y crédito o en efectivo.

Palabras claves

Asset sale

Usage fee

Subscripción

Prestamo/renta/Leasing

Licenciamiento

Brokerage Fee

Publicidad

Lista de Precios

Ingresos dependen de productos

Ingresos dependen de clientes objetivos

Ventas por volumen

Negociación

Rendimientos

Real time-Market



RECURSOS CLAVE

Son los activos clave con los que cuenta para desarrollar su proyecto empresarial, en especial los recursos tngibles 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

unicamente los de alta importancia, tambien conocidos como **clave, críticos o vitales** para el desarrollo de la propuesta de valor

Escriba aquí sus recursos y capacidades clave

La Notaría Séptima de Cali funciona gracias a tres elementos importantes: un buen equipo de trabajo, un espacio bien equipado y el respaldo legal necesario. Tiene un grupo de personas capacitadas que atienden con amabilidad y profesionalismo, especialmente a los adultos mayores que necesitan más orientación. El lugar es cómodo, accesible y cuenta con computadores, impresoras y herramientas que permiten hacer los trámites de manera rápida y segura. Además, tiene todos los permisos legales para operar y acceso a bases de datos oficiales para validar documentos. Su buena reputación en la ciudad, junto con los materiales adecuados y el contacto con otras entidades, le permite prestar un servicio confiable y cercano a la comunidad.



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 comercializadoda , distribución para una firma de servicios de distribución, mantenimiento para una empresa de reparación y mantenimiento de maquinas plataformas de tecnología, network

Escriba aquí las Actividades o procesos Clave:

Atención y orientación al público, Revisión y elaboración de documentos legales, Autenticación de firmas y copias, Registro y archivo de documentos, Coordinación con entidades externas, Asesoría legal básica, Atención prioritaria a adultos mayores, Garantía de calidad y cumplimiento legal



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 :

Los dos únicos proveedores de confianza con los que cuenta la notaria son GEAR ELECTRIC y UNION COLEGIADA DEL NOTARIADO COLOMBIANO, ya que están encargados de proveer los implementos necesarios para llevar a cabo las funciones notariales a cabalidad.



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 :

Salarios del personal, papelería legal (formularios, papel de seguridad, sellos), mantenimiento de equipos tecnológicos, software de gestión notarial, servicios públicos (agua, luz, internet), adecuación y mantenimiento del local, seguridad documental (físico y digital), licencias legales y actualización normativa.

Modelo de Negocio CANVAS (LIENZO)

Compañía:		Diseñado por:		Fecha:
<p style="text-align: center;">SEGMENTO DE CLIENTES </p> <p>Nuestro principal segmento de clientes son las personas mayores de edad apartir de los 18 años; personas naturales, pequeñas, medianas y grandes empresas del sector, el servicio se le presta tanto a personas naturales como a personas jurídicas.</p>	<p style="text-align: center;">ACTIVIDADES O PROCESOS CLAVE </p> <p>Atención y orientación al público, Revisión y elaboración de documentos legales, Autenticación de firmas y copias, Registro y archivo de documentos, Coordinación con entidades externas, Asesoría legal básica, Atención prioritaria a adultos mayores, Garantía de calidad y cumplimiento legal</p>	<p style="text-align: center;">PROPUESTA DE VALOR </p> <p>brindamos servicios notariales confiables, ágiles y con atención personalizada, priorizando el respeto, la comodidad y el acompañamiento humano para nuestros clientes, especialmente personas de la tercera edad.</p>	<p style="text-align: center;">RELACIÓN CON CLIENTES </p> <p>Buscamos satisfacer las necesidades de nuestros clientes, a traves de los siguientes beneficios :</p> <ul style="list-style-type: none"> • atención personalizada y humana. • confianza y transparencia • asesoría legal asequible e incluso gratuita • atención preferencial para adultos mayores • canales mixtos de comunicacion • seguimiento en tramites complejos 	<p style="text-align: center;">ALIANZAS CLAVES </p> <p>Los dos unicos proveedores de confianza con los que cuenta la notaria son GEAR ELECTRIC y UNION COLEGIADA DEL NOTARIADO COLOMBIANO, ya que estan se encargan de proveer los implementos necesarios para llevar a cabo las funciones notariales a cabalidad.</p>
	<p style="text-align: center;">RECURSOS CLAVE </p> <p>La Notaría Séptima de Cali funciona gracias a tres elementos importantes: un buen equipo de trabajo, un espacio bien equipado y el respaldo legal necesario. Tiene un grupo de personas capacitadas que atienden con amabilidad y profesionalismo, especialmente a los adultos mayores que necesitan más orientación. El lugar es cómodo, accesible y cuenta con computadores, impresoras y herramientas que permiten hacer los trámites de manera rápida y segura. Además, tiene todos los permisos legales para operar y acceso a bases de datos oficiales para validar documentos. Su buena reputación en la ciudad, junto con los materiales adecuados y el contacto con otras entidades, le permite prestar un servicio confiable y cercano a la comunidad.</p>		<p style="text-align: center;">CANALES </p> <p>Los canales de atención que maneja la notaria son telefonicos, algunos tramites virtuales pero en su mayoría los tramites los pueden ver en la pagina web el procedimiento de como hacerlos, para que cuando se presenten de manera presencial a la notaria sea más agil el servicio.</p>	
<p style="text-align: center;">ESTRUCTURA DE COSTOS </p> <p>Salarios del personal, papelería legal (formularios, papel de seguridad, sellos), mantenimiento de equipos tecnológicos, software de gestión notarial, servicios públicos (agua, luz, internet), adecuación y mantenimiento del local, seguridad documental (físico y digital), licencias legales y actualización normativa.</p>		<p style="text-align: center;">FUENTES DE INGRESOS </p> <p>El 100% de los ingresos recibidos en la empresa es por la prestación del servicio notarial en toda su integridad como lo son autenticaciones, escrituraciones, matrimonios... etc. Estos ingresos se perciben a traves de tarjetas debito y credito o en efectivo.</p>		

TEMA: NOMBRE DEL TEMA O PROYECTO SOBRE EL QUE REALIZA EL ANALISIS

Items que Intervienen en cada sección de su análisis FODA?

FORTALEZAS		
Item	Descripción	Ponderación (de 0 a 10)
1	buena productividad	8,00
2	calidad	5,00
3	beneficios	9,00
4	atencion	4,00
5	trazabilidad	6,00
6	finanzas	9,00
7		0,00
8		0,00
9		0,00
10		0,00

OPORTUNIDADES		
Item	Descripción	Ponderación (de 0 a 10)
1	mercado	7,00
2	alianzas	9,00
3	socios comerciales	9,00
4	geografica	8,00
5	puertos	9,00
6		0,00
7		0,00
8		0,00
9		0,00
10		0,00

DEBILIDADES		
Item	Descripción	Ponderación (de 0 a 10)
1	marketing	4,00
2	gestion humana	5,00
3	servicio	7,00
4		0,00
5		0,00
6		0,00
7		0,00
8		0,00
9		0,00
10		0,00

AMENAZAS		
Item	Descripción	Ponderación (de 0 a 10)
1	covid	9,00
2	social	8,00
3	economia	8,00
4	dólar	9,50
5		0,00
6		0,00
7		0,00
8		0,00
9		0,00
10		0,00

NOMBRE DEL TEMA O PROYECTO SOBRE EL QUE REALIZA EL ANALISIS



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

2 F. Clima de Trabajo

Hoja de Captura de Resultados

Nombre de la empresa: NOTARIA SEPTIMA DE CALI

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

2 F. Clima de Trabajo

Resultado

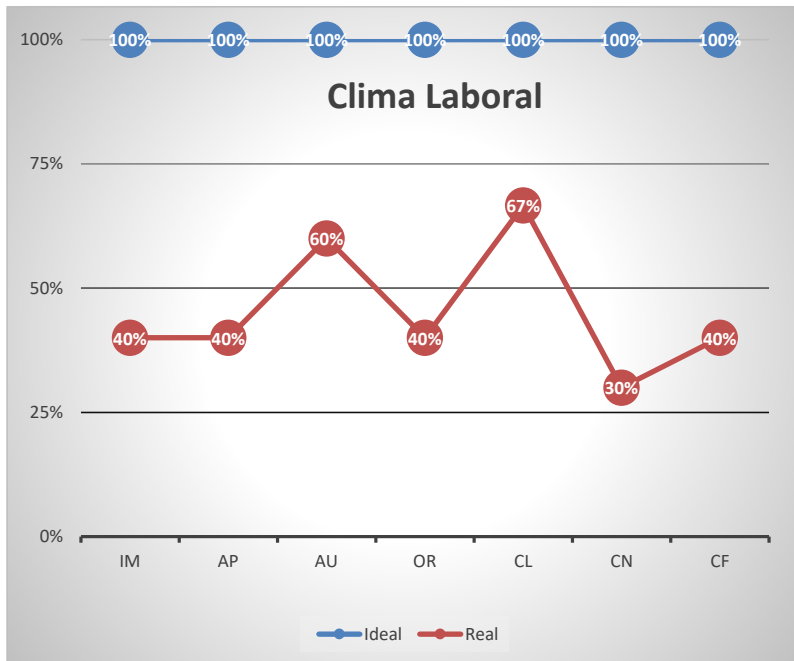
Nombre de la Empresa Proveedorora: _____

Fecha: _____

Cuestionarios aplicados: **5**

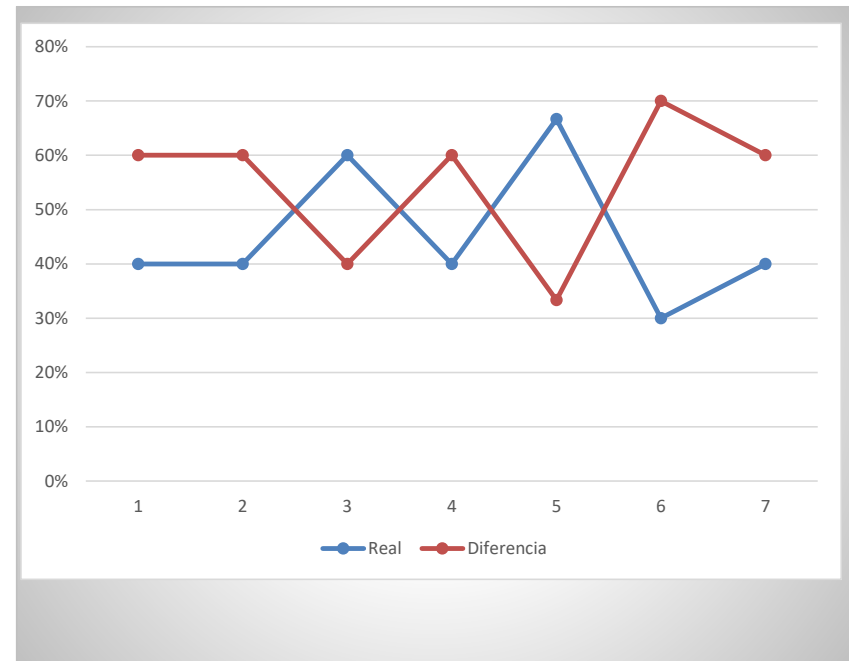
PUNTUACIÓN ALCANZADA POR LA EMPRESA

CATEGORÍAS		Puntuaciones		ESC	Puntaje
		Sumatoria	Máxima		
Implicación	IM	10	25	IM	40%
Apoyo	AP	8	20	AP	40%
Autonomía	AU	9	15	AU	60%
Organización	OR	4	10	OR	40%
Claridad	CL	10	15	CL	67%
Control	CN	3	10	CN	30%
Comodidad	CF	6	15	CF	40%



REFERENCIA CONTRA MEJOR PRACTICA

CATEGORÍAS		PUNTUACIONES				
		Ideal	Real	%	Diferencia	%
Implicación	IM	100%	40%	40%	60%	60%
Apoyo	AP	100%	40%	40%	60%	60%
Autonomía	AU	100%	60%	60%	40%	40%
Organización	OR	100%	40%	40%	60%	60%
Claridad	CL	100%	67%	67%	33%	33%
Control	CN	100%	30%	30%	70%	70%
Comodidad	CF	100%	40%	40%	60%	60%



2 F. Clima de Trabajo

Hoja de Resumen Binario de Resultados

Nombre de la empresa: NOTARIA DE SEPTIMA DE CALI

N° de trabajador encuestado

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

2H. Liderazgo

Nombre de la empresa:

El Líder de la empresa:

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

2G. Liderazgo

Fecha: _____	12/07/2025	Marque con una X el cuadro correspondiente
Microempresa: <u>NOTARIA SEPTIMA DE CALI</u>		Autoevaluación: <input type="text"/>
Nombre de la persona que evalúa: <u>ALVARO ANDRES CASTRO OTECA</u>		Evaluación a un Superior: <input type="text"/>
Nombre del Líder: <u>ALBERTO VILLALOBOS REYES</u>		
Evaluated: _____		

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

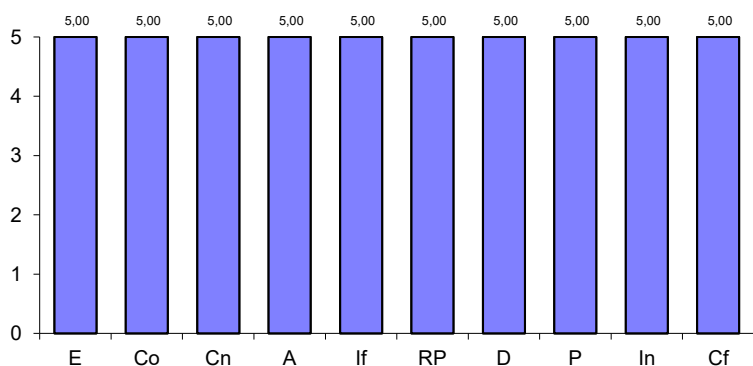
2H. Liderazgo

Resultados de las calificaciones

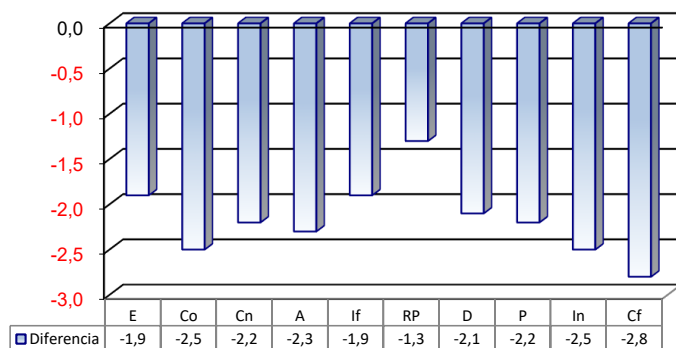
Nombre Empresa: NOTARIA SEPTIMA DE CALI
 Nombre Líder: ALBERTO VILLALOBOS REYES

Variable	Abreviatura	Lider	Grupo	Diferencia	Franja Mejora	Promedio	Porcentaje
Estrategia	E	5,0	3,1	-1,9	19%	4,1	81%
Comunicación	Co	5,0	2,5	-2,5	25%	3,8	75%
Conocimiento	Cn	5,0	2,8	-2,2	22%	3,9	78%
Aprendizaje	A	5,0	2,7	-2,3	23%	3,9	77%
Influencia	If	5,0	3,1	-1,9	19%	4,1	81%
Relaciones Personales	RP	5,0	3,7	-1,3	13%	4,4	87%
Delegación	D	5,0	2,9	-2,1	21%	4,0	79%
Prioridades	P	5,0	2,8	-2,2	22%	3,9	78%
Integridad	In	5,0	2,5	-2,5	25%	3,8	75%
Confiabilidad	Cf	5,0	2,2	-2,8	28%	3,6	72%

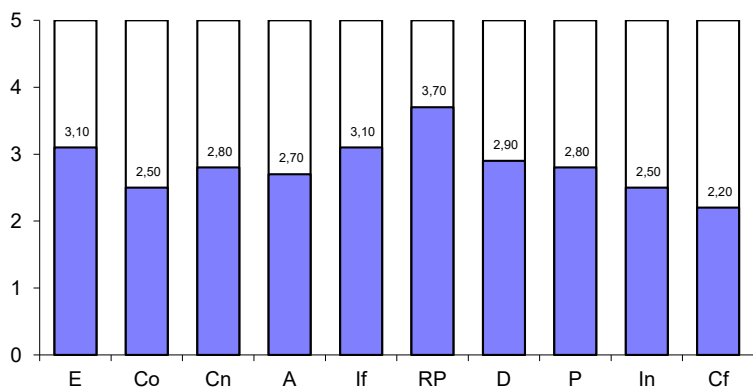
Auto-Evaluación del Líder



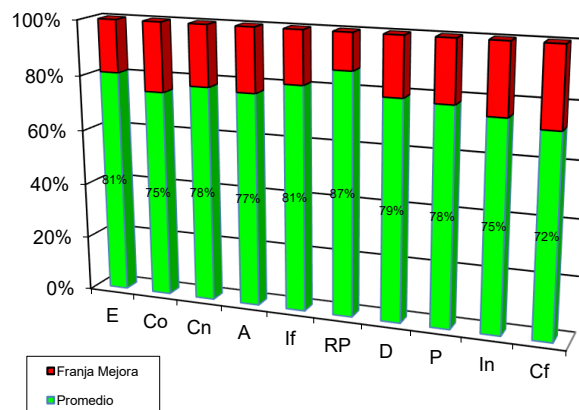
Diferencia entre la Auto-Evaluación y la Evaluación del Grupo



Evaluación del Grupo al Líder



Oportunidades de Mejora del Líder



Qué encontramos:

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

En las siguientes encuestas encontramos que el grupo no tiene un lider, tiene un jefe sin embargo las cualidades de lider son poco notorias teniendo en cuenta los resultados obtenidos donde todos los resultados fueron negativos contrastando la evaluacion del lider en cuestion, las dos variables con mayor diferencia a las otras son la **confiabilidad y la integridad**. Se estima un arduo trabajo por parte del jefe para empezar a ganarse a sus colaboradores y cambiar un poco la percepcion de ellos frente a su liderazgo.

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
CLARIDAD DE LA INFORMACION
ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES
TIEMPO DE RESPUESTA
DISPONIBILIDAD DE HORARIO
TECNOLOGIA Y DIGITALIZACION

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

CRITERIOS	IMAGEN	CLARIDAD DE LA INFORMACION	ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES	TIEMPO DE RESPUESTA	DISPONIBILIDAD DE HORARIO	TECNOLOGIA Y DIGITALIZACION	SUMA	PONDERACIÓN	CRITERIOS
IMAGEN	1	1	1	1	1	1	5	0,10	IMAGEN
CLARIDAD DE LA INFORMACION	1	3	3	1	3	3	11	0,22	CLARIDAD DE LA INFORMACION
ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES	3	0,3	1	1	3	3	8,3	0,17	ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES
TIEMPO DE RESPUESTA	1,0	3	1	3	0,3	3	8,3	0,17	TIEMPO DE RESPUESTA
DISPONIBILIDAD DE HORARIO	1,0	1	3	3	3	3	11	0,22	DISPONIBILIDAD DE HORARIO
TECNOLOGIA Y DIGITALIZACION	3,0	1	1	1	0,3	3	6,3	0,13	TECNOLOGIA Y DIGITALIZACION
							49,9		

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	10%	7	6	0,65
CLARIDAD DE LA INFORMACION	22%	8	9	1,87
ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES	17%	4	5	0,75
TIEMPO DE RESPUESTA	17%	9	2	0,91
DISPONIBILIDAD DE HORARIO	22%	10	10	2,20
TECNOLOGIA Y DIGITALIZACION	13%	8	2	0,63
	CALIFICACIÓN FINAL			7,02

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

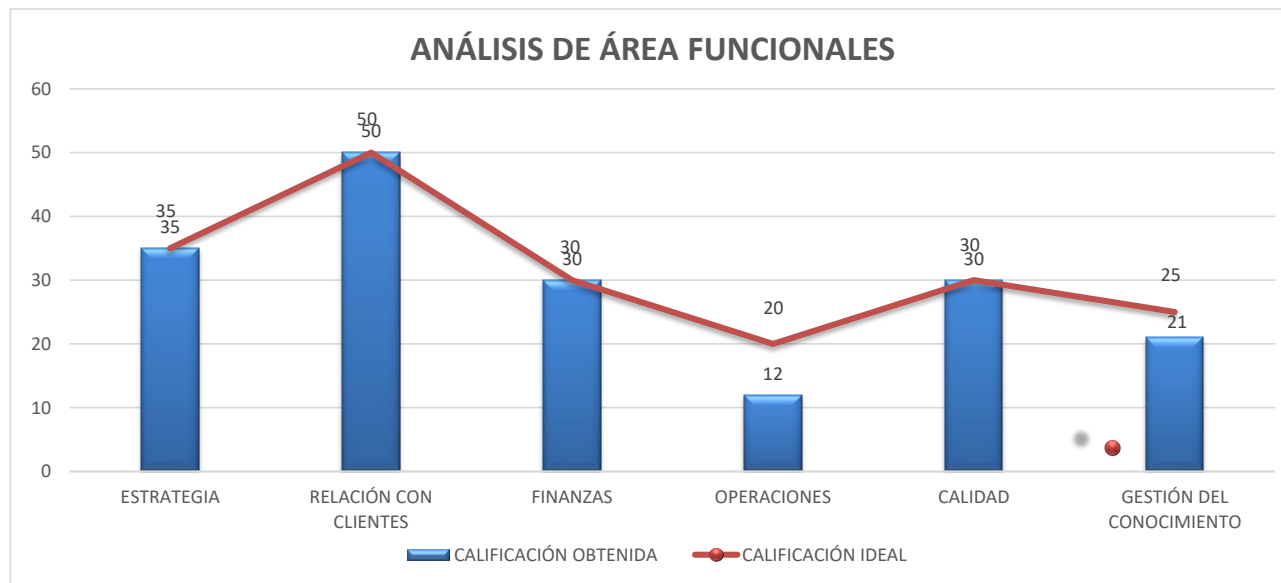
Qué recomendamos para mejorar la calificación de cada criterio

IMAGEN	LA EMPRESA TIENE MEJORAR LA FACHADA PARA PODER SER MAS ATRACTIVAS PARA LOS USUARIOS
CLARIDAD DE LA INFORMACION	
ATENCIÓN A QUEJAS Y DEVOLUCIONES	SER MAS EFICIENTES CONTESTANDO LOS PQRS
TIEMPO DE RESPUESTA	SER MAS EFICIENTES EN LOS TRAMITES QUE SE PUEDAN HACER EL MISMO DIA
DISPONIBILIDAD DE HORARIO	
TECNOLOGIA Y DIGITALIZACION	ACTUALIZAR LAS PLATAFORMAS PARA BRINDAR UNA MAYOR ACCESIBILIDAD A TODOS LOS USUARIOS

Evaluación de Áreas Funcionales

Nombre de la empresa: NOTARIA SEPTIMA DE CALI

ÁREA FUNCIONAL	CALIFICACIÓN OBTENIDA	CALIFICACIÓN IDEAL	DIFERENCIA
ESTRATEGIA	35	35	0
RELACIÓN CON CLIENTES	50	50	0
FINANZAS	30	30	0
OPERACIONES	12	20	8
CALIDAD	30	30	0
GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO	21	25	4



Programa de Desarrollo de Proveedores

2E – Evaluación de Áreas Funcionales

Nombre de empresa:

Direccionamiento Estratégico de la Empresa Proveedora

	1	3	5	QUÉ ENCONTRAMOS:
1 ¿Tiene escrita la misión del negocio?			5	
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?			5	
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	
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?			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?			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	
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	
2 ¿Realiza periódicamente actividades de mantenimiento a sus equipos y herramientas?			5	
3 ¿Tiene control de los inventarios de productos en proceso y terminados?	1			
4 ¿Hay interés por mantener organizado, limpio y bien distribuido el lugar de trabajo?	1			

Se evidencia que no cuentan con un buen inventario de su materia prima para prestar el servicio notarial como lo son la papelería y hay poco interés en mantener ordenado el lugar de trabajo

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	
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?			5	
5 ¿Cuándo 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?			5	

evidenciamos que no cuenta con una herramienta que brinde un criterio de evaluación para los servicios prestados en la notaría mas sin embargo los reclamos son muy minimos teniendo en cuenta el volumen de clientes que se manejan diariamente en la notaria

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	
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?	1			

Cada area cuenta con un manual de funciones pero no sabe como motivar su capital humano, ya que quizás su enfoque sea solo en los resultados dejando a un lado el personal no brindandoles una correcta motivacion o incentiacion.

Evaluación de Áreas Funcionales	
Información de los principales clientes de la Empresa Proveedora	
Nombre de la empresa:	
Para Clientes Personas Naturales:	
Caracterice las personas que compran sus productos (niños, amas de casa, vecinos, etc).	EN GENERAL TODO TIPO DE PUBLICO MENOS NIÑOS MENORES DE EDAD
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 Y FUERA DE LA CIUDAD
Productos o servicios que compran:	AUTENTICACIONES,REGISTROS CIVILES,DECLARACIONES DE EXTRAJUICIO... ETC...
Valor de compras mensual que le hace este tipo de clientes	\$30.000.000
Porcentaje del total de ventas comprado por este tipo de clientes	55%
Observaciones adicionales sobre los clientes	La prestacion del servicio varia mucho teniendo en cuenta la temporada o los factores externos sociales o politicos.
Para Clientes Persona Juridica:	
Nombre del Cliente	COLOMBINA S.A.
Actividad del Cliente	FABRICACION Y COMERCIALIZACION DE TODA CLASE DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS
Persona de contacto	ALFREDO FERNANDEZ DE SOTO SAAVEDRA
Telefono y Celular	3167095962
Correo Electrónico:	atencionalconsumidor@colombina.com
Producto o servicio que le compra:	AUTENTICACIONES Y ESCRITURACION DE NEGOCIOS
Valor de la compra mensual:	\$15.000.000
Número de días que toma para pagar:	15
Porcentaje del total de ventas comprado por este cliente:	27%
Observaciones adicionales sobre el cliente:	MANEJAN CREDITO CON LA EMPRESA PERO AL MOMENTO DE COBRAR SON CUMPLIDOS CON EL PAGO
Nombre del Cliente	DIMEL INGENIERIA S.A
Actividad del Cliente	DISEÑO Y FABRICACION DE SISTEMAS DE ENERGIA
Persona de contacto	LUIS FERNANDO TASCON DURAN
Telefono y Celular	3152308861
Correo Electrónico:	ventas@dimel-ingenieria.com
Producto o servicio que le compra:	AUTENTICACIONES Y ESCRITURACION DE NEGOCIOS
Valor de la compra mensual:	\$10.000.000
Número de días que toma para pagar:	NINGUNO
Porcentaje del total de ventas comprado por este cliente:	18%
Observaciones adicionales sobre el cliente:	PAGAN DE CONTADO EL MISMO DIA DEL SERVICIO YA QUE NO CUENTA CON SERVICIO DE CREDITO

<i>Evaluación de Áreas Funcionales</i>	
<i>Información General de la Empresa Proveedora</i>	
Nombre de la empresa:	NOTARIA SEPTIMA DEL CIRCULO DE CALI
Nombre de la Persona de Contacto principal en la empresa:	ALBERTO VILLALOBOS REYES
Teléfono fijo y celular:	3155503672/6026604466
Correo Electrónico:	septimacali@supernotariado.gov.co
Dirección:	Calle 18n #5an-20
Departamento y Municipio:	Santiago de cali-Valle del cauca
Número de Identificación Tributaria:	16.593.216-6
Sector económico:	Terciario
Actividad principal:	Prestacion de servicios notariales
Meses de antigüedad:	Mas de 20 años
Número de Trabajadores	7
Número de Trabajadores en temporada alta	20
Nombre del Consultor:	ALVARO ANDRES CASTRO OTECA Y VALENTINA LASSO NAVAS
Fecha de diligenciamiento:	