

1-1-2014

## **Proceso de formación básica empresarial Iglesia Manantial empresa Bocaditos Colombianos**

Christian Marcel Garzón Sandoval  
*Universidad de La Salle, Bogotá*

Natali Ardila Ardila  
*Universidad de La Salle, Bogotá*

Follow this and additional works at: [https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion\\_de\\_empresas](https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas)

---

### **Citación recomendada**

Garzón Sandoval, C. M., & Ardila Ardila, N. (2014). Proceso de formación básica empresarial Iglesia Manantial empresa Bocaditos Colombianos. Retrieved from [https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion\\_de\\_empresas/94](https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/94)

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Administración de Empresas by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact [ciencia@lasalle.edu.co](mailto:ciencia@lasalle.edu.co).

PROCESO DE FORMACION BASICA EMPRESARIAL IGLESIA MANANTIAL  
EMPRESA “ BOCADITOS COLOMBIANOS”

NATALI ARDILA ARDILA  
CÓDIGO 17052217

CHRISTIAN MARCEL GARZÓN SANDOVAL  
CÓDIGO 11031006

MODALIDAD DE GRADO: PROYECCIÓN SOCIAL

DIRECTOR TRABAJO DE GRADO  
JORGE QUIROZ MONTAÑEZ

UNIVERSIDAD DE LA SALLE  
Facultad De Ciencias Administrativas Y Contables  
Programa De Administración De Empresas y Contaduría Pública  
Bogotá, 2014

## Tabla de contenido

Tabla de ilustraciones .....	5
1. Introducción.....	7
2. Capítulo I Macro Variables .....	10
2.1 Biofísicas Del Territorio.....	10
2.1.1 Características Físicas .....	10
2.1.2 Condiciones Generales .....	11
2.1.3 Procesos De Emprendimiento Económico .....	27
2.1.4 Vinculación De Cada Sector A Las Dinámicas Del Mercado.....	27
2.1.5 Cuantificación Y Cualificación Del Talento Humano .....	27
2.1.6 Descripción de las tecnologías blandas y duras.....	28
2.2 Político-Institucionales .....	28
2.2.1 Instituciones Del Estado Con Presencia En El Territorio Y Los Servicios O Funciones Que Cada Una De Ellas Ofrece.....	28
2.2.2 Sinergias que se establecen entre ellas en la práctica.....	29
2.2.3 Capacidad De Gestión Para La Solución De Los Problemas .....	29
2.2.4 Entidades públicas, privadas o internacionales que han ofrecido u ofrecen apoyo y montos de los recursos obtenidos. ....	29
2.3 Simbólico Culturales.....	29
2.3.1 Emprendimientos Sociales Y/O Culturales Más Reconocidos .....	29

3.	Capítulo II Analisis DOFA.....	30
3.1	Análisis D.O.F.A. ....	30
4.	Capítulo III Problema .....	33
4.1	Planteamiento Del Problema .....	33
4.2	Formulación Del Problema.....	34
4.3	Objetivo General.....	34
4.4	Objetivos Específicos .....	34
4.5	Justificación .....	35
4.6	Metodología.....	37
4.7	Métodos Técnicas E Instrumentos De Recolección De La Información.....	38
4.9	Recursos .....	39
5.	Capítulo IV Plan .....	40
5.1	Plan De Trabajo .....	40
5.2	Cronograma De Actividades.....	42
6.	Capitulo V Ejecución Proceso De Asesoría E Intervención.....	48
6.1	Estrategia DOFA: Presentar El Proceso De Formalización De La Empresa Planteado Por La Cámara De Comercio De Bogotá .....	48
6.2	Estrategia DOFA: Desarrollar Una Identidad Corporativa Y Estructura Organizacional Para La Unidad De Negocio De La Empresaria Luz Helena Ramos.....	51

6.3 Estrategia DOFA: Plantear A La Empresaria La Implementación De Nuevas Tecnologías Que Optimicen El Proceso De Producción.....	61
6.4 Estrategia DOFA: Elaborar Un Portafolio De Servicios Que Facilite La Comercialización De Productos. ....	66
6.5 Estrategia DOFA: Diseñar Estrategias Publicitarias Que Permitan Dar A Conocer A La Empresaria En El Sector Y Conseguir Clientes Para La Ampliación Del Negocio....	70
6.6 Estrategia Dofa: Implementación De Un Proceso De Registro De Las Operaciones Financieras A Fin De Tener Control De Los Recursos De La Empresaria.....	74
7. Capítulo VI Impacto .....	79
8. Conclusiones.....	87
9. Recomendaciones .....	88
Anexos.....	89
Bibliografía.....	96

### **Tabla de ilustraciones**

Ilustración 1 Mapa de municipio Soacha. ....	10
Ilustración 2 Ubicación Geográfica Localidad de Soacha.....	15
Ilustración 3 Servicios Publicos .....	19
Ilustración 4 Servicios Públicos Domiciliarios .....	22
Ilustración 5 Distribución Gas y Servicio Telefono .....	23
Ilustración 6 Hospitales Soacha.....	25
Ilustración 7 Colegios Soacha .....	26
Ilustración 8 Cuantificación Talento Humano.....	27
Ilustración 9 Logo Pasion y vida .....	30
Ilustración 10 Dofa .....	32
Ilustración 11 Mapa Iglesia Manantial .....	38
Ilustración 12 Recursos .....	39
Ilustración 13 Recurso humano Proyecto .....	40
Ilustración 14 Cronograma de actividades .....	45
Ilustración 15 Cronograma de trabajo .....	47
Ilustración 16 Constitucion empresa Camara de Coemrcio Bogota.....	50
Ilustración 17 Empresa Bocadoitos Colombianos.....	58
Ilustración 18 Logo empresa Bocadoitos .....	59

Ilustración 19 Organigrama empresa Bocaditos.....	60
Ilustración 20 Proceso productivo .....	62
Ilustración 21 Registro fotografico cocina .....	63
Ilustración 22 Analisis de oferta freidoras.....	64
Ilustración 23 Registro fotografico Freidora .....	65
Ilustración 24 Análisis de ofertas publicidad .....	69
Ilustración 25 Registro Fotografico empresa Bocaditos.....	70
Ilustración 26 Análisis de ofertas pendón.....	72
Ilustración 27 Registro fotografico pendon .....	73
Ilustración 28 Formato control caja.....	78
Ilustración 29 Análisis resultado encuesta.....	84

## 1. Introducción

La ONG Pasión y Vida es organización cristiana sin ánimo de lucro que hace parte de Iglesia Manantial quien a su vez es una comunidad cristiana, dedicada a la predicación y expansión del evangelio de Jesucristo a lo largo y ancho del territorio Colombiano, teniendo como fundamento los principios bíblicos de restauración social y familiar.

Forma parte del Concilio de las Asambleas de Dios en Colombia.

Esta iglesia Cree en un Dios trino representado en el Padre, el Hijo y el Espíritu Santo y de manera especial, en la obra redentora de Jesús operada en la cruz del calvario que se traduce en salvación, sanidad y liberación de las personas.

Todo ello, de acuerdo a lo que dice Isaías 61:1 "El Espíritu de Jehová el Señor está sobre mí, porque me ungió Jehová; me ha enviado a predicar buenas nuevas a los abatidos, a vendar a los quebrantados de corazón, a publicar libertad a los cautivos, y a los presos apertura de la cárcel"

“Pues tuve hambre, y me alimentaron. Tuve sed, y me dieron de beber. Fui extranjero y me invitaron a su hogar. Estuve desnudo, y me dieron ropa. Estuve enfermo, y me cuidaron. Estuve en prisión, y me visitaron” (Mateo 25:35-36)

Para la Comunidad Manantial de Vida Eterna, el texto anterior conlleva un desafío a la restauración de la sociedad en todos los ámbitos. Conscientes de esa responsabilidad se fundó la Organización No Gubernamental (ONG) “Pasión y Vida”, donde se atienden centenares de niños de familias de escasos recursos suministrándoles vestuario y alimento.



La ONG anteriormente mencionada promulga un propósito primordial vinculado profundamente en la siguiente frase: "UN COMPROMISO DE SOLIDARIDAD Y RESTAURACIÓN SOCIAL".

A través de la ONG Pasión y Vida se realizan brigadas integrales de belleza, medicina general y odontología y adicional a esto talleres de formación en comunicación eficaz, talento humano y fomento para la construcción de empresas.

Además, se realizan visitas a las cárceles y a los hospitales, influyendo de manera específica con el evangelio y la asesoría espiritual con el ánimo de dar solución de alguna manera a la problemática que aqueja a nuestro país en las distintas comunidades.

Gracias a esta labor cientos de familias han encontrado una asesoría oportuna, una palabra de orientación espiritual y una oración que ha contribuido a su restauración.

Este trabajo al cual le hemos puesto empeño y dedicación forma parte de la llamada "proyección social" que es una opción de grado de la Universidad de la Salle, que es un proceso de formación y participación que propicia experiencias comunitarias autónomas y autogestionarias que relaciona a la universidad con los elementos sociales y que nos aporta como profesionales una sensibilización y compromiso de la comunidad como integradores entre el saber popular y el saber académico.

Con esto la Universidad de la Salle pretende de una u otra manera dar un enfoque adecuado a los nuevos emprendedores y pequeños empresarios con la ayuda de nosotros como egresados de la facultad de ciencias administrativas y contables.

Este proyecto fue desarrollado con base al proyecto de empresaria Luz Helena Ramos Sastoque quien fabrica las empanadas y pasteles de yuca.

La empresaria comercializa sus productos dentro del predio de la iglesia Manantial Ubicada en Soacha los domingos desde las 7:00 am hasta las 12:00pm.

La idea de este proyecto es promover en la empresaria la formalización de su unidad de negocio e implantar de manera efectiva y eficaz estrategias que permitan a la señora Luz Helena tener una unidad de negocio sostenible.

Este trabajo está dividido por capítulos dentro de los cuales se encontrará el desarrollo de nuestro proyecto.

En el primer capítulo se encontrarán las macro variables en donde se describen características biofísicas del territorio, características físicas y las condiciones generales de la unidad de negocio como lo son la ubicación, aspectos geográficos, características socioeconómicas, características político institucionales y las características simbólico-culturales.

En el segundo capítulo se podrá encontrar la matriz de diagnostico D.O.F.A, herramienta utilizada como complemento para el inicio del desarrollo de este proyecto permitiéndonos hacer un análisis de la unidad de negocio.

El tercer capítulo está enfocado en el objetivo planteado para trabajar en la unidad de negocio de la empresaria.

En el cuarto capítulo se desarrolla el plan de trabajo y cronograma de actividades que nos permitió realizar nuestro trabajo de manera organizada y secuencial para lograr los objetivos propuestos.

En el quinto capítulo se encuentra la ejecución de nuestro proyecto, desarrollando las diferentes estrategias planteadas en nuestro proyecto.

## **2. Capítulo I Macro Variables**

### **2.1 Biofísicas Del Territorio**

#### **2.1.1 Características Físicas**

La Empresa bocaditos Colombianos está ubicada en el municipio de Soacha en el territorio que ancestralmente pertenecía al pueblo indígena muisca, y hereda su nombre de esta comunidad. La palabra "Soacha" un topónimo del idioma muisca que se divide en dos palabras: Sua que significa Sol y cha, que significa varón.

Ilustración 1 Mapa de municipio Soacha.

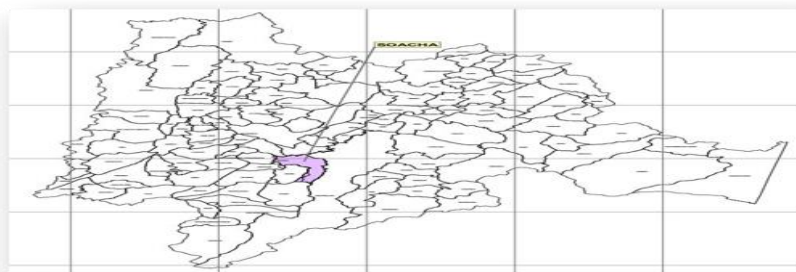


Ilustración 1 mapa de municipio Soacha

1. ([http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/mapas\\_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1494375](http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1494375), 2013)

## 2.1.2 Condiciones Generales

### A. Ubicación

**La Empresa bocaditos Colombianos** Está ubicada en el Barrio porto alegre Soacha Parque, en la Calle 17 Bis # 12-49 cuya vía de acceso principal es la autopista sur con servicio de transporte público y un tramo de transmilenio.

Coordenadas: 4°35'N 74°13'O Límite:

- Norte: con el municipio de Bojacá y Mosquera.
  - Sur: con los municipios de Sibaté y Pasca.
  - Este: con Bogotá Distrito Capital.
  - Oeste: con los municipios de Granada y San Antonio del Tequendama
- ❖ Extensión total: 184.45 Km<sup>2</sup>
  - ❖ Extensión área urbana: 19 Km<sup>2</sup>
  - ❖ Extensión área rural: 165.45 Km<sup>2</sup>
  - ❖ Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar): 2.256 mts
  - ❖ Temperatura media: Temperatura promedio de 11.5°C (temperatura máxima 23°C y mínima de 8°C). ° C
  - ❖ Distancia de referencia: 1 Km de Bogotá

2. ([http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/mapas\\_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1494375](http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1494375), 2012)

## **B. Aspectos Geográficos**

Las características geográficas más importantes son:

HIDROLOGIA El municipio de Soacha hace parte de la Cuenca Alta del Río Bogotá, que ocupa una extensión total de 4.305 kilómetros cuadrados, esta superficie corresponde a la quinta parte de la extensión del departamento de Cundinamarca que tiene 23.960 Km<sup>2</sup>, el municipio de Soacha en relación con la cuenca alta y el departamento solo representa una pequeña porción de territorio de 179 Km<sup>2</sup>. La cuenca se divide en dos partes una alta y otra baja, separada por el salto de Tequendama con una caída vertical de 157 metros entre las cotas 2.200 y 2.043 m.s.n.m. la cuenca está comprendida entre dos puntos externos, el nacimiento del río Bogotá en el páramo de Guachaneque, municipio de Villapinzón y el Salto de Tequendama en el municipio de Soacha; la delimita una línea envolvente formada por el separación de aguas de dos cuencas adyacentes la Orinoquía al oriente y la del Magdalena al occidente que une los citados puntos externos.

El municipio está localizado al sur occidente de Bogotá en el extremo más bajo de la cuenca alta del río, por esta situación geográfica recibe toda la afectación ambiental en el recurso hídrico (río Bogotá), el eje hidrológico de la cuenca es el río Bogotá , que tiene una longitud de 185 kilómetros comprendido entre su nacimiento y el salto de Tequendama, en su trayectoria de la parte alta, el río presenta tala de bosques, cultivos de papa; a su paso por Villapinzón, está contaminado por basuras y desechos agrícolas, luego recibe la descarga directa (cromo hexavalente) de 189 industrias de tratamiento de cueros y curtiembres situadas entre Villapinzón y Chocontá, a continuación recibe las descargas industriales de Zipaquirá, Tocancipá, Cajicá, y finalmente los residuos orgánicos de Bogotá, de una población estimada en ocho millones de habitantes, además las sustancias químicas de las

actividades industriales, de Bogotá, Funza, Mosquera y Soacha, tramo donde se encuentran más de once mil industrias.

Los principales afluentes del río Bogotá en orden de confluencia de norte a sur, Sisga, Tominé, Tibitó, Teusacá, Frío, Juan Amarillo, San Francisco, San Cristóbal, Tunjuelito y Subachoque.

Por otra parte, el río Soacha nace en la zona de páramo al oriente del municipio de Soacha en la vereda Hungría y como lo demuestran los archivos históricos y vestigios naturales, estuvo rodeado de bosques de una gran biodiversidad al tiempo que era drenado por una gran cantidad de arroyos y quebradas, muchos de los cuales han desaparecido por los factores previamente mencionados y provocando que este río se convierta en un caño receptor de aguas residuales de una buena parte del municipio antes de desembocar en el más contaminado de los ríos de Colombia, como es el río Bogotá cuya problemática trasciende los límites municipales y regionales.

La subcuenca del río Soacha tiene un área total de 50 kilómetros cuadrados el estado natural de la red de drenaje natural es de 75 y estado de la red de drenaje alterado en el área rural es de 25 principalmente en la margen izquierda, esta subcuenca está conformada por la quebrada Cachua que vierte sus aguas en el embalse del Muña. En la parte central confluyen las quebradas de Sabaneta y Pie de Cuesta. La red hidrológica está conformada por las quebradas Honda, Dos Quebradas, Las Mirlas, Duraznillos, Canastos, Uña de Gato, Hato Viejo, Sabaneta y Cambray, el río Bogotá atraviesa la parte noroeste del municipio recorriendo las veredas de Bosatama, Canoas, El Charquito y San Francisco, continua su curso al Salto de Tequendama punto donde comienza la cuenca media.

El río Aguas Claras, nace en una zona de páramo situado al oriente de Soacha a una altitud de unos 3.700 m.s.n.m y drena sobre unos 25 cauces entre los cuales podemos destacar las quebradas Hato Viejo, Hungría, Las Miras para finalmente desembocar en el también contaminado Embalse del Muña en el municipio de Sibaté.

GEOMORFOLOGÍA El municipio de Soacha está localizado en el borde sur - occidental del altiplano denominado Sabana de Bogotá, región que está localizada a su vez sobre la Cordillera Oriental, cuyo origen ha sido definido como superficie de relleno de un gran lago andino. Para el caso de los aspectos de amenazas, el Ingeominas (Instituto descentralizado que tiene dentro de su misión establecer la cartografía geológica básica del país), ha desarrollado en épocas diversas una serie de Mapas Geológicos a escalas 1:100.000 y 1:250.000 que contienen la identificación de las unidades litológicas presentes en la zona de estudio, las estructuras (fallas y plegamientos) y las ocurrencias minerales mayores de la zona.

Lo que quiere decir es que como consecuencia a esta condición de origen la Sabana de Bogotá, presenta geológicamente hablando una serie de estratos sedimentarios depositados con el tiempo, y cuyos espesores oscilan entre 550 y 600 m. Van Der Hammen (1995) describe el proceso de formación como " el fondo de un antiguo lago que ocupaba una cuenca intermontana en subsidencia después del levantamiento final de los Andes del Norte hace entre 5 y 3 millones de años (Ma)..." "El altiplano de Bogotá en ese entonces formaba un extenso lago a aproximadamente 2550 m de altitud respecto al nivel del mar de la época. En esta cuenca lacustre se formaron más o menos 600 m de sedimentos fluvio-lacustres y luego lacustres puros" pertenecientes al plioceno tardío y el pleistoceno.

### *Ilustración 2 Ubicación Geográfica Localidad de Soacha*

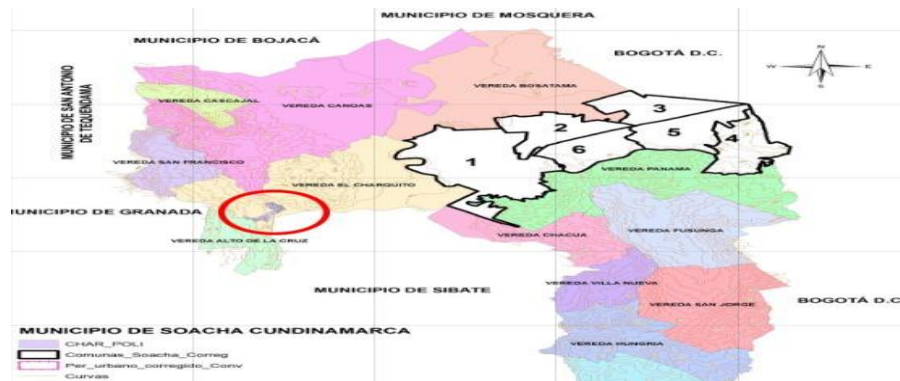


Ilustración 2 Ubicación localidad Soacha

3. ([http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/mapas\\_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1494375](http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1494375), 2013)

#### **C. Tipos de enfoques**

- **Enfoque Territorial**

Se trata de mirar el territorio de Soacha desde sus valores y recursos locales, percibidos endógena y exógenamente como características específicas en términos de recursos humanos, físicos, económicos y culturales valorando su paisaje, arquitectura y patrimonio histórico. Todo ello contribuye a construir identidad y tejido social en torno de símbolos e intereses de la población local.

Generalmente, gran parte de estos valores simbólicos y productos tienen repercusiones en la economía del territorio y pueden contribuir para su desarrollo.



Soacha es realmente un municipio urbano pues solamente el 1% de su población está en el sector rural. El área urbana comprende seis comunas con trescientos cuarenta y ocho barrios y el área rural está conformada por dos corregimientos con quince veredas. Sin embargo, es necesario hacer un reconocimiento del sector rural y por ello esta política tendrá en consideración las áreas rural y urbana con sus comunas, dado que cada una de ellas es vital y tiene características específicas.

- **Enfoque poblacional**

Este enfoque permite identificar, comprender y responder a las relaciones entre la dinámica demográfica y los aspectos ambientales, sociales y económicos que son responsabilidad y competencia de los municipios dentro de su territorio.

Los cambios en el tamaño, crecimiento, estructura, ubicación o movilidad de la población municipal, influyen sobre las condiciones socioeconómicas y ambientales en el territorio, de igual manera que éstos afectan la dinámica demográfica.

La mirada poblacional permite tener en consideración las características de las personas según su ciclo vital, su condición de género o etnia, así como su situación de pobreza o desplazamiento; exalta sus particularidades y reconoce los derechos como atributos intrínsecos de todas las personas por igual constitutivas de los sujetos, situaciones derivadas de su historia, de su cultura, y de los roles que han ejecutado.

#### **D. Condiciones de vivienda**

El territorio municipal de Soacha, según el último plan de ordenamiento territorial, se encuentra dividido en la zona urbana con una extensión de 22. Km<sup>2</sup>; y la zona rural con un área de 161. Km<sup>2</sup>; para un total de 183 Km<sup>2</sup>.

De acuerdo con la ley 388 de 1997, el suelo se clasifica en rural, urbano y de expansión urbana. Esta condición tiene que ver con dos tipos de consideraciones: las características y potenciales de uso de los diversos componentes y las demandas de crecimiento de la urbanización.

El Municipio de Soacha se define en cuatro zonas geográficas, más o menos subordinadas a las condiciones ambientales o afectadas por los procesos del crecimiento social y económico regional y urbano.

Estas zonas corresponden a:

- La cuenca alta del río Soacha a partir del perímetro urbano determinando por el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) 2000.
- La zona urbana contenida al interior del perímetro urbano, la zona de explotación minera localizada al oriente de la ciudad y las áreas próximas al perímetro urbano localizadas entre este y el cauce del río Soacha.
- La cuenca oriental del río Bogotá, localizada entre el perímetro urbano y el cauce de los ríos Soacha y Bogotá.
- Cuenca Occidental del Río Bogotá.

El suelo rural corresponde a la mayor parte del territorio municipal, excepto la franja central definida como suelo urbano y suelo de expansión. Tiene un área de 14.473,09 Ha, esta conformada por la cuenca media y alta de los ríos Aguas Claras y Soacha, y el embalse del Muña, con un área de 6.354,46 Ha, y por la cuenca media del río Bogotá, en las vertientes, oriental, con un área de 5.704,97 Ha y occidental con un área de 5.205,53.

La Vereda Bosatama de Soacha se ha convertido en una despensa de hortalizas de la ciudad de Bogotá, sus tierras son consideradas por el IGAC como de alto valor agrológico y su producción va dirigida directamente a CORABASTOS. En esta vereda de Soacha se produce acelga, espinaca, cilantro, apio, lechuga, maíz, cebada, brócoli, ajo, cebolla puerro y coliflor.

4.([http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/mapas\\_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1494375](http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1494375), 2013)

### **Servicios Públicos**

En el municipio de Soacha los servicios públicos básicos como la energía, el agua, recolección de basuras, telefono y el gas natural, son uno de los objetivos del plan territorial de salud según el cual el 80% de la población cuenta con los mismos y 20% está en proyecto.

### SERVICIOS PUBLICOS

Áreas	Total Viviendas	Viviendas con energía, acueducto y alcantarillado	% de Cobertura
Cabecera municipal	83327	66480	79.8
Comuna 1	17928	16209	90.4
Comuna 2	9795	9157	93.5
Comuna 3	11886	9743	82.0
Comuna 4	14063	3569	25.4
Comuna 5	15002	14649	97.6
Comuna 6	14653	13153	89.8

Fuente: Censo experimental de Soacha. DANE 2003

#### Ilustración 3 Servicios Publicos

5. ([http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/mapas\\_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1494375](http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1494375), 2013)

#### ▪ Acueducto

El acueducto de la zona urbana de Soacha cuenta con un sistema que presta su servicio a través de diferentes fuentes:

#### **Explotación de aguas subterráneas.**

En la actualidad la E.A.A.B. tiene una cobertura del 41% según estadísticas de agua facturada y censos de población.

El servicio de agua suministrado por la EAAB en el Municipio se realiza desde el Sistema Casablanca, las cuales sirven a Bosa a través de 2 tuberías (24" y 36" de diámetro), y en un

tramo de 800 m para después internarse dentro del perímetro de Soacha, a partir de allí solo continua la tubería (24" de diámetro), con longitud de 3.5 Km. en la autopista sur. Existe una conexión de estas líneas con el tanque de Cazuca, mejorando así el suministro en zonas con deficiencia. Es así como se puede suponer que el 41% de Soacha adquiere agua de la misma calidad que la zona colindante de Bogotá.

El porcentaje restante no cubierto por la EAAB tiene otras fuentes como son, la toma de agua en forma clandestina a través de conexiones con la red principal, siendo para este caso el sector de Altos de Cazuca el más predominante.

Existen otros acueductos particulares en el barrio Compartir, Ciudadela Sucre y Quintas de Santa Ana, los cuales por mal manejo de los pozos y equipos, tienden a disminuir su caudal.

- **Alcantarillado.**

Los residuos líquidos y aguas negras del municipio de Soacha se canalizan y desechan a través de:

- Red de alcantarillado de la EAAB
- Redes construidas por la comunidad
- Caños y zanjas abiertos construidas por la comunidad
- Campo abierto

En Soacha también se cuenta con alcantarillados en tubería, aislados, construidos por la comunidad, como en los barrio Santa Ana y el complejo industrial de azuca, los cuales descargan sus aguas al río Bogotá.

- **Energía eléctrica:**

La prestación del servicio se efectúa por medio de CODENSA la cual posee 3 subestaciones que se localizan en: La subestación Compartir, la subestación en el barrio San Mateo, y la última subestación, aunque no se encuentra localizada en el municipio de Soacha, suministra energía eléctrica al municipio, esta es la estación llamada Bosa Nova, con un total de 120 MVA. La empresa cubre cerca del 100% de la población urbana, aunque con pérdidas técnicas de un 20 a 22% que representa los niveles de ilegalidad, la red rural está a cargo de la Empresa Eléctrica Energía de Cundinamarca, la cual cubre también casi la totalidad del municipio rural.

- **Servicio telefónico:**

Las viviendas que cuentan con teléfono son alrededor de 65.063, lo que corresponde a una cobertura global del 77%, sin embargo en el casco urbano esta cifra está alrededor del 80% a excepción de la comuna 4, en donde la cobertura no llega al 60%.

- **Servicio gas natural.**

El servicio de suministro de gas natural prestado por la empresa GAS NATURAL, con un cubrimiento actual cercano a un 70% de las viviendas del casco urbano. Las Zonas con

menor cobertura corresponden a los barrios de la comuna 4 en donde se encuentra la mayor concentración de barrios ilegales o invasiones. Otras fuentes de Gas que tiene la población descubierta son la adquisición de cilindros almacenados en las casas adquiridos de las empresas locales productoras de Gas. El Gas es usado para uso doméstico, junto con la Gasolina. Esta última en menor proporción.

- **Servicio de aseo y recolección de basuras.**

La recolección de Basuras por la Empresa de Servicios Generales se cubre en un 80% aproximadamente de la población urbana.

#### SERVICIOS PÚBLICOS DOMICILIARIOS.

SERVICIOS PÚBLICOS	Total viviendas	Con energía		Con acueducto		Sin acueducto	Con alcantarillado		Sin alcantarillado
		Nº	%	Nº	%	Nº	Nº	%	Nº
Cabecera municipal	83302	83300	100	69727	83,7	13573	72625	87,2	10675
Comuna 4	14061	14060	100	4609	32,8	9451	7763	55,2	6297
Comuna 3	11883	11883	100	10779	90,7	1104	10073	84,8	1810
Comuna 6	14646	14646	100	13442	91,8	1204	13686	93,4	960
Comuna 1	17920	17920	100	16718	93,3	1202	17074	95,3	846
Comuna 2	9795	9794	100	9448	96,5	346	9317	95,1	477
Comuna 5	14997	14997	100	14731	98,2	266	14712	98,1	285

Fuente: Oficina de Planeación Municipal. Soacha,

Ilustración 4 Servicios Públicos Domiciliarios

### DISPOSICIÓN DE GAS Y SERVICIO TELEFÓNICO.

SERVICIOS PÚBLICOS	Total viviendas	Con gas natural		Sin gas natural	Con teléfono		Sin teléfono
		Nº	%	Nº	Nº	%	Nº
Cabecera municipal	83302	52195	62,7	31107	64979	78,0	18323
Comuna 4	14061	305	2,2	13756	8076	57,4	5985
Comuna 3	11883	9190	77,3	2693	9667	81,4	2216
Comuna 6	14646	9735	66,5	4911	11607	79,3	3039
Comuna 1	17920	13579	75,8	4341	14571	81,3	3349
Comuna 2	9795	6861	70	2934	8026	81,9	1769
Comuna 5	14997	12525	83,5	2472	13032	86,9	1965

Fuente: Oficina de Planeación Municipal. Soacha.

#### Ilustración 5 Distribución Gas y Servicio Telefono

6.([http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/32353537643938303864306130306333/PLAN\\_TERRITORIAL\\_DE\\_SALUD\\_DEFINITIVO.pdf](http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/32353537643938303864306130306333/PLAN_TERRITORIAL_DE_SALUD_DEFINITIVO.pdf), 2011)

#### E. Vías

La principal vía acceso con el municipio de Soacha (Cundinamarca) es la Autopista sur NQS como vía eje al sur y las vías fronterizas menores. Es una zona de difícil acceso por las pocas alternativas de vías que lleguen al municipio.

#### F. Hospitales

El municipio de Soacha cuenta con las siguientes instituciones para la atención de la población:



IPS	NIT	DV	DIRECCION	TELEFONO
E.S.E. HOSPITAL MARIO GAITAN YANGUAS DE SOACHA	800006850	3	CL 13 No. 10-48	0
EMPRESA DE SALUD - EMPRESA SOCIAL DEL ESTADO DEL MUNICIPIO DE SOACHA	832001794	2	KR 2 No. 12-38	0
APOYO TERAPEUTICO AMBA LTDA AT AMBA LTDA.	900157041	1	CL 7A No.11-34	0
ASISTIR SALUD LTDA.	800216958	0	DG 7 No. 8-21	7757878
BUITRAGO & GRANDAS LTDA	900204085	7	KR 4 No. 17-04	2726484
CENTRO ASISTENCIAL SAN MATEO	203362629	1	AV. 30 No. 1 BIS 25	7212369
CIUDAD SALUD COLOMBIA IPS SA	830114141	1	KR 23A NO 64 - 03 SUR	7310241
CLINICA SAN RAFAEL ARCANGEL IPS S.A.	832010469	1	CALLE 13 No. 1-03	5759292
CLINICA SOACHA LIMITADA	800015406	4	CRA. 7 No. 11-42	7122204
COOPERATIVA NACIONAL DE ODONTOLOGOS DE TRABAJO ASOCIADO	860023987	3	CRA. 8 No. 45-73	8660247
CRITICAL LAB SOACHA	900237266	5	CL 17 N. 7-17	7812884
DENTAL PRESS CLINICA ODONTOLOGICA LTDA	900166238	3	KR 7 No 11-91 PI2	7815122
ESTETICA ESENCIAL LTDA	900281017	4	KR 7 N° 14-11 PI 3	7124915
FACIL REIR CLINICA DE ORTODONCIA LTDA	900173099	5	KR 7 #15-62 PI 2	7211250
FAMIMEDICA S.A.	900085102	2	KR 7 No.16-59 BARRIO LINCON	6820906
GRUPO MEDICO ALTRUSALUD LIMITADA	832006797	7	CRA. 3A No. 18-76 BARRIO EL DO	7814193
INVERSIONES LUCEDMARB S.A	900110940	5	KR 4 N° 20-34	NULL

IPS	NIT	DV	DIRECCION	TELEFONO
IPS CDA SALUD COLOMBIA BOSA	832003661	0	TV 54 No. 60-853	6525273
LOGISTIC MEDICAL GROUP E.U	900162520	8	TRANSVERSAL 6A No.6-45	0
OPTIRED LTDA	900223088	1	TV 7 No 11 – 89	7776160
ORAL SISTEM CLINICAS ODONTOLÓGICAS ESPECIALIZADAS LTDA	900255669	6	CL 13 N°6-07 PI 3	7218418
POLICLINICO COMPARTIR LTDA.	832000824	0	CRA. 13 No. 3-88 SUR	7120981
PREVENCION SALUD IPS LTDA.	900041169	6	KR 10 No. 11-96	0
SALUD CAPITAL IPS	794550903	6	CALLE 14 No. 6-07	5760082
SALUD Y CONSTRUCCIONES CONSTASALUD S.A.	830116665	8	KR 7 No. 24A- 19 P3	7321367
SERVIMED OCUPACIONAL LTDA.	900221134	1	CL 13 No. 6-03 PI 4	NULL
SERVIR SALUD LTDA	900284298	0	KR 3A No. 18-76	7814193
TRANSMEDIC EU.	900169824	3	KR 7 15-11	8120620
UNIDAD MEDICA COMUNITARIA LEON XIII	170041926	8	CALLE 6 No. 9-30	7762390
UNIDAD MEDICA QUIRURGICA SAN LUIS	793505429	1	CRA. 7B No. 7-129	5296376
UNION TEMPORAL HOSPITAL CARDIOVASCULAR DEL NIÑO DE CUNDINAMARCA	832010048	4	CRA. 1 ESTE No. 31-58	7261997
UNION TEMPORAL VIVA SALUD	900107856	3	KRA 7 No.24A-19	0
VIRREY SOLIS IPS. S.A.	800003765	1	KR 4 No.18-44	3725000
XUA SALUD LIMITADA	832009398	5	CALLE 13 No. 3-05	7812805

Ilustración 6 Hospitales Soacha

7. (<http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/35636562306133386438653263663138/red-habilitada-para-el-municipio-de-soacha.pdf>, 2014)

## G. Servicio Educativo

El municipio de Soacha cuenta con las siguientes instituciones educativas aprobadas por la secretaria de educación y cultura del municipio:

### Colegios oficiales

Nombre	Email	Teléfono
INSTITUCION EDUCATIVA COMPARTIR	i.e.compartir@hotmail.com	712 04 43 y 722 40 06
INSTITUCION EDUCATIVA NUEVO COMPARTIR	i.e.nuevocompartir@hotmail.com	7214837 - 7322144 - 7229684
INSTITUCION EDUCATIVA SANTA ANA	i.e.santaana@hotmail.com	781 68 61 - 712 53 36 - 579 96 43
INSTITUCION EDUCATIVA CIUDAD LATINA	i.e.ciudadlatina@hotmail.com	578 78 80 - 577 9690 - 732 19 17
INSTITUCION EDUCATIVA INTEGRADO DE SOACHA	i.e.integrado@hotmail.com	781 42 43 - 781 40 35 - 575 24 64
INSTITUCION EDUCATIVA GENERAL SANTANDER	i.e.santander@hotmail.com	732 88 21 - 576 00 32 - 597 73 13 - 781 33 44
INSTITUCION EDUCATIVA LA DESPENSA	i.e.ladespensa@hotmail.com	719 28 85 - 778 18 15 - 578 30 69
INSTITUCION EDUCATIVA MANUELA BELTRAN	i.e.manuelabeltran@hotmail.com	780 26 35 - 41 81 - - 729 27 40 - 726 25 84
INSTITUCION EDUCATIVA LEON XIII	i.e.leonxiii@hotmail.com	777 57 73 - 780 88 78 - 780 20 32
INSTITUCION EDUCATIVA BUENOS AIRES	iebuenosaires@gmail.com	579 14 80
INSTITUCION EDUCATIVA CIUADELA SUCRE	i.e.ciudadelasucra@hotmail.com	579 00 30 - 573 15 93
INSTITUCION EDUCATIVA CAZUCA	i.e.cazuca@hotmail.com	
INSTITUCION EDUCATIVA GABRIEL GARCIA MARQUEZ	i.e.gabrielgarciamarquez@hotmail.com	579 50 32
INSTITUCION EDUCATIVA JULIO CESAR TURBAY	i.e.antonioarino@hotmail.com	5795177 - 7797753
INSTITUCION EDUCATIVA LUIS CARLOS GALAN	i.e.luiscarlosgalan@hotmail.com	597 46 75
INSTITUCION EDUCATIVA SAN MATEO	i.e.sanmateo@hotmail.com	732 37 18/19/25 - 732 11 00 - 575 31 80
INSTITUCION EDUCATIVA EL BOSQUE	i.e.elbosque@hotmail.com	781 16 42
INSTITUCION EDUCATIVA LAS VILLAS	i.e.lasvillas@hotmail.com	781 30 01 - 579 78 57 - 579 76 50 - 732 34 69 - 732 44 45 - 579 76 50
INSTITUCION EDUCATIVA EDUARDO SANTOS	i.e.eduardosantos@hotmail.com	732 87 53 - 712 92 58 - 575 00 10
INSTITUCION EDUCATIVA RICAURTE	i.e.ricaurte@hotmail.com	

Ilustración 7 Colegios Soacha

8. (<http://www.soachaeducativa.edu.co/index.php/2013-09-16-22-43-33/colegios-oficiales>, 2013)

### 2.1.3 Procesos De Emprendimiento Económico

La unidad de negocio “Bocaditos Colombianos” de la empresaria Luz Helena tiene definido como proceso de emprendimiento económico la producción y comercialización de empanadas y pasteles de yuca en el municipio de Soacha.

En la actualidad su única propietaria es la señora Luz Helena Ramos Sastoque quien actualmente tiene 30 años.

### 2.1.4 Vinculación De Cada Sector A Las Dinámicas Del Mercado

La unidad de negocio de la empresaria está ubicada en un sector no comercial, puesto que funciona en un espacio asignado dentro de la Iglesia. En este mismo espacio se comercializan otros productos comestible y no comestibles.

### 2.1.5 Cuantificación Y Cualificación Del Talento Humano

El talento humano de la unidad de negocio “Bocaditos Colombianos está distribuido de la siguiente manera:

<b>No DE PERSONAS</b>	<b>CARGO</b>	<b>AREA</b>
1	Operario	Producción
1	Vendedora	Comercial

Ilustración 8 Cuantificación Talento Humano

La unidad de negocio de la empresaria no tiene definido un organigrama claro de trabajo, no evidenciamos la existencia de roles definidos para el total del proceso.

### **2.1.6 Descripción de las tecnologías blandas y duras.**

En la unidad de negocio la empresaria Luz Helena identificamos como tecnología dura un molino eléctrico aportado por la iglesia Manantial y un horno microondas. Las dos herramientas se encuentran en buen estado sin embargo sería importante fortalecer esta tecnología con una freidora dado que actualmente este proceso se desarrolla en un sartén.

Respecto a la tecnología blanda se cuenta con el conocimiento y experiencia de la señora Luz Helena en la producción de empanadas y pasteles de yuca quien se ha capacitado para la manipulación de alimentos.

## **2.2 Político-Institucionales**

### **2.2.1 Instituciones Del Estado Con Presencia En El Territorio Y Los Servicios O Funciones Que Cada Una De Ellas Ofrece.**

La unidad de negocio de la empresaria actualmente no tiene relación alguna con entidades del estado pero está apoyada por la Iglesia Manantial quien ha estado en búsqueda del fortalecimiento de los proyectos empresariales de miembros de la iglesia, suministrando algún tipo de apoyo que propendan en el crecimiento de estos proyectos. Para el caso de Bocaditos Colombianos la iglesia dono un molino eléctrico.

De igual forma la iglesia Manantial permite la venta del producto de la empresaria en las instalaciones de la iglesia por lo cual se debe dar un aporte del 20% de las ventas.

### **2.2.2 Sinergias que se establecen entre ellas en la práctica.**

Para este aspecto determinamos que no existen sinergias establecidas con la unidad de negocio.

### **2.2.3 Capacidad De Gestión Para La Solución De Los Problemas**

A través de las diferentes sesiones de trabajo podemos identificar que la unidad de negocio Bocadoitos Colombianos no cuenta con una adecuada planeación o estrategias implementadas que contribuyan a tener un manejo definido de eventuales problemas.

### **2.2.4 Entidades públicas, privadas o internacionales que han ofrecido u ofrecen apoyo y montos de los recursos obtenidos.**

La unidad de negocio Bocadoitos Colombianos en este momento solo cuenta con el apoyo de la Iglesia Manantial.

## **2.3 Simbólico Culturales**

### **2.3.1 Emprendimientos Sociales Y/O Culturales Más Reconocidos**



Ilustración 9 Logo Pasion y vida

Es una organización sin ánimo de lucro que desde el año 2002 ha venido trabajando en el fortalecimiento de la familia como principal influyente de transformación social, contribuyendo así con el mejoramiento de la calidad de vida de las personas vinculadas buscando generar procesos que promuevan el cambio desde el compromiso, la creación y la puesta en marcha de su proyecto de vida.

9. (<http://www.manantialvida.org/internas/ministerios/ong/>, 2014)

### 3. Capítulo II Analisis DOFA

#### 3.1 Análisis D.O.F.A.

“El método DOFA es una herramienta generalmente utilizada como método de diagnóstico empresarial en el ámbito de la planeación estratégica” Este instrumento se generó gracias a la investigación liderada por Stanford Research Institute entre 1960 y 1970, la matriz está enfocada a identificar el origen de las fallas en el desarrollo de una unidad de negocio. Para el caso de la empresaria Luz Elena Ramos Sastoque, esta herramienta nos permitió realizar

un análisis de sus fortalezas y oportunidades para idear estrategias que permitan explotar al máximo su potencial y controlar las amenazas.

10. (Ponce Talancon, 2006)

Tabla 1 Matriz de Diagnostico D.O.F.A

FORTALEZAS		DEBILIDADES
Conocimiento del producto a través de la iglesia Manantial lo que puede permitir apertura del mercado.		Desconocimiento del proceso de creación y formalización de empresa
Cuenta con un lugar específico dentro de la casa destinado exclusivamente para el proceso de producción		Desconocimiento de las normas para adecuación del lugar de producción
los insumos utilizados son de la mejor calidad, por lo cual hace que el producto satisfaga en más porcentaje la necesidad del cliente		No hay control de la información contable de la empresaria.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
Ampliación de los productos ofertados actualmente.	Elaborar un portafolio de servicios que facilite la comercialización de productos.	Plantear a la empresaria la implementación de nuevas tecnologías que optimicen el proceso de producción.
Implementación de nuevas tecnologías para mejorar el proceso de producción y disminuir gastos (Freidora)		
		Desarrollar una identidad



<p>Generar opciones para poder ingresar a instituciones educativas dando a conocer los productos.</p>		<p>corporativa y estructura organizacional para la unidad de negocio.</p> <p>Diseñar estrategias publicitarias que permitan dar a conocer a la empresaria en el sector y conseguir clientes para la ampliación del negocio.</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<p>Falta de recursos para inversión en la formalización de la empresa.</p>	<p>Presentar el proceso de formalización de la empresa planteado por la Camara de Comercio de Bogota</p>	<p>Implementación de un proceso de registro de las operaciones financieras a fin de tener control de los recursos de la empresaria.</p>
<p>No se cuenta con información contable histórica del negocio de la empresaria.</p>		
<p>Resistencia a formalización de empresa.</p>		

Ilustración 10 Dofa

## **4. Capítulo III Problema**

### **4.1 Planteamiento Del Problema**

La empresaria Luz Elena Ramos Sastoque ha desarrollado como proyecto empresarial la producción y comercialización de empanadas y pasteles de yuca a través del apoyo brindado por la iglesia Manantial para fomentar la creación de empresa. Su actividad económica es desarrollada en la iglesia del municipio de Soacha, realizando la venta de su producto los días domingos a su población objeto, que son los asistentes a las reuniones cristianas.

La señora Luz Elena es la dueña y única empleada de su unidad de negocio Bocadoitos Colombianos. Lleva tres años ejecutando su proyecto, durante los cuales su desarrollo ha sido empírico sin aplicar a ellos estrategias administrativas o contables para el crecimiento y formalización de su empresa.

Para el proceso de producción cuenta con un lugar dentro de la casa donde actualmente vive, el cual destina para esta actividad, sin embargo no cumple con la totalidad de las especificaciones requeridas para la manipulación de alimentos. El proceso en gran parte es manual, no cuenta con la totalidad de maquinaria necesaria para optimizar la producción.

Respecto a reconocimiento no cuenta con una identificación de su unidad de negocio que le permita abrirse a nuevos mercados y generar recordación en los clientes actuales.

Administrativa y contablemente la unidad de negocio no tienen una estructura actual ni histórica, por lo tanto no se conoce con exactitud el desempeño de la misma para

determinar la sostenibilidad y las oportunidades de mejoras que permitan proyectar la empresa.

#### **4.2 Formulación Del Problema**

¿Cómo contribuir al crecimiento del proyecto de la empresaria Luz y promover la aplicación de estrategias administrativas y contables que conlleven al crecimiento y fortalecimiento de la misma?

#### **4.3 Objetivo General**

Definir y aplicar estrategias para el fortalecimiento de la unidad de negocio de la empresaria Luz Helena, que le permita consolidar la empresa como proyecto de vida sostenible, a través de la investigación, capacitación y asesoría permitiendo cambiar las condiciones actuales de la empresaria.

#### **4.4 Objetivos Específicos**

- ✓ Implementar la publicidad como estrategia para lograr el reconocimiento y crecimiento de la unidad de negocio.
  
- ✓ Investigar la normatividad vigente que aplique para el fortalecimiento de la empresa enfocándose en el sector de la empresaria.

- ✓ Fortalecer la aplicación normas sanitarias, generando confianza y un servicio óptimo a la comunidad.
- ✓ Capacitar a la empresaria para la incursión y consolidación de la empresa frente al mercado con el fin de dar continuidad al proyecto.
- ✓ Establecer las estrategias administrativas y contables que apliquen a la empresa que permitan organización y crecimiento.

#### **4.5 Justificación**

La Universidad de la Salle nos brinda a los estudiantes la opción de trabajo de grado denominada “Proyección Social” la cual nos invita a realizar un trabajo para la comunidad ejerciendo como profesionales. Este trabajo se hizo en base del proyecto social desarrollado por la Iglesia Manantial fomentando y apoyando la creación de empresa a los miembros de esta comunidad cristiana.

El proyecto asignado para nuestra asesoría es el de la empresaria Luz Elena Ramos Sastoque quien fabrica y comercializa empanadas y pasteles de yuca.

Al iniciar la asesoría evidenciamos oportunidades de mejora para aplicar en la unidad de negocio de la empresaria como lo son:

- ✓ Necesidad de desarrollar la estructura organizacional de la unidad de negocio de la empresaria.

- ✓ Dar a conocer a la empresaria el proceso de formalización de empresa planteado por la Cámara de Comercio de Bogotá para fomentar la formalización.
- ✓ Plantear a la empresaria la implementación de nuevas tecnologías que optimicen el proceso de producción.
- ✓ Fomentar la inclusión de nuevos productos que permitan a la empresaria aumentar sus ventas y oportunidades de mercado.
- ✓ Elaborar un portafolio de servicios que facilite la comercialización de productos.
- ✓ Diseñar estrategias publicitarias que permitan dar a conocer a la empresaria en el sector y conseguir clientes para la ampliación del negocio.
- ✓ Necesidad de realizar la Implementación de un proceso de registro de las operaciones financieras a fin de tener control de los recursos de la empresaria.

Con la ejecución de este proyecto se buscó lograr un desarrollo profesional en las áreas administrativas y contables con base en los estudios profesionales realizados en la Universidad. Ejecutamos diferentes estrategias con el fin de brindar a la empresaria un acompañamiento adecuado para el cambio de su unidad de negocio, capacitándola y apoyándola a fin de darle una base para el crecimiento de la misma, organizándola administrativa, financieramente, y al mismo tiempo fortaleciendo sus procesos, mejorando su imagen y creando estrategias comerciales que le permitan tener mayor oportunidad de negocio ante los diferentes mercados.

Pretendimos con el desarrollo de este proyecto dejar en la empresaria unas bases sólidas para el adecuado manejo de su negocio.

#### **4.6 Metodología**

El desarrollo del trabajo de proyección social se basa en un proceso de asesoría, acompañamiento y capacitación, realizada por los estudiantes de Administración y Contaduría a la unidad de negocio Bocadoitos Colombianos de la empresaria Luz Helena Ramos apoyada por la iglesia Manantial.

Para este proyecto hicimos uso del método de observación y el método de análisis.

La observación Como técnica de investigación, consiste en "ver" y "oír" los hechos y fenómenos que queremos estudiar, y se utiliza fundamentalmente para conocer hechos, conductas.

Este método nos permitió conocer la unidad de negocio de la empresaria, realizar hallazgos y poder plantear oportunidades de mejora.

En segundo lugar usamos el análisis causa-efecto que es una técnica diseñada para determinar la raíz de los problemas, los motivos y los efectos de los problemas. Este método ofrece numerosas ventajas. Proporciona un formato con una estructura sólida y nos ayuda a no dejar de lado ningún detalle. Se concentra en la identificación de los factores que contribuyen al problema, garantizando la determinación de todas las causas y reduciendo las posibilidades de que el problema se reproduzca. También permite la identificación visual de las causas posibles, lo que implica que, una vez que veamos las

causas expuestas frente a nuestros ojos, es probable que surjan nuevos pensamientos y se identifiquen con mayor facilidad los posibles vacíos.

Mediante este método logramos identificar detalladamente diferentes situaciones de la unidad de negocio, llevándonos a plantear estrategias para poder aportar a la mejora de situaciones cotidianas que afectan el crecimiento de la empresa.

11. (<http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Dishikawa2.JPG>, 2014)

#### 4.7 Métodos Técnicas E Instrumentos De Recolección De La Información

Utilizamos como fuente principal de recolección de información en primer lugar la técnica primaria de entrevista, desarrollada en cada una de las visitas realizadas a la empresaria, las cuales nos permitieron adquirir la mayor cantidad de datos para realizar el respectivo análisis y usarla para la ejecución de este proyecto. También usamos la técnica de observación directa a través de la interacción generada con la empresaria para conocer sus necesidades y aportar a su unidad de negocio.

Como fuente secundaria usamos la consulta de diferentes bibliografías y bases de datos que nos permitieran fortalecer nuestros conocimientos y soportar nuestra asesoría a la empresaria.

#### 4.8 Lugar De Ejecución

Municipio de Soacha, específicamente Soacha parque Barrio Porto alegre Cra 17 bis # 12-49 Casa de la empresaria y iglesia Manantial en el municipio de Soacha Carrera 4 No 2-28.

Ilustración 11 Mapa Iglesia Manantial



#### 4.9 Recursos

Se Utilizaran Recursos Propios De Los Estudiantes De La Siguiete Manera:

TRANSPORTES VISITAS A LA EMPRESARIA	\$100.000.00
TRANSPORTES PARA RECOLECCION DE INFORMACIÓN CON LA EMPRESARIA Y FUENTES EXTERNAS, BIBLIOTECAS, UNIVERSIDAD	\$ 90.000.00
APOYO DE LOS ESTUDIATES A LA EMPRESARIA CON RECURSOS PUBLICITARIOS	\$ 40.000.00
TOTAL	\$230.000.00

Ilustración 12 Recursos

Recurso humano: Empresaria y estudiantes de la universidad de la Salle, facultades de Administración de empresas y facultad de contaduría respectivamente



<b>CHRISTIAN GARZON SANDOVAL</b>	Estudiante trabajo de Proyección Social (Administración)
<b>NATALI ARDILA ARDILA</b>	Estudiante trabajo de Proyección Social (Condaduria)
<b>LUZ ELENA SANCHEZ</b>	Empresaria
<b>JORGE ELIECER QUIROZ MONTAÑEZ</b>	Tutor

Ilustración 13 Recurso humano Proyecto

**Equipos:** Para el desarrollo del proyecto de grado basado en la unidad de negocio de la empresaria Luz Elena usamos equipos de computo portátiles propios de los estudiantes.

**Bibliográficos:** Usamos como fuentes bibliográficas información de páginas de internet debidamente referenciadas, libros biblioteca Universidad de la Salle y biblioteca Luis Ángel Arango.

## 5. Capítulo IV Plan

### 5.1 Plan De Trabajo

Con base en la información y el análisis realizado a las diferentes fuentes recolectadas trazamos el siguiente plan de trabajo para lograr la ejecución de las diferentes actividades proyectadas al fortalecimiento de la unidad de negocio de la empresaria Luz Helena Ramos.

- ✓ Reunión en el municipio de Soacha en la vivienda de la empresaria Luz Helena para realizar una exposición de las ideas planteadas para ejecutar en la Unidad de negocio

- ✓ Definición de objetivos basados en la recolección de información teniendo en cuenta las técnicas primarias y secundarias seleccionadas para este proyecto.
- ✓ Planteando una asesoría, acompañamiento y capacitación constante a la empresaria.
- ✓ Elaboración de un cronograma de actividades que apunten al cumplimiento de los objetivos planteados.
- ✓ Exponer a la empresaria objetivos y cronograma de trabajo planteados para el desarrollo de la asesoría.
- ✓ Planteamiento de metas basados en la herramienta DOFA
- ✓ Análisis de recursos económicos y de talento humano requeridos para ejecutar la asesoría a la empresaria.
- ✓ Ejecución de actividades propuestas y recolección de evidencias como resultado de la ejecución de las actividades planteadas.

## 5.2 Cronograma De Actividades

Estrategia Obtenida de la DOFA	Área a la cual pertenece	Objetivo	Meta	No de la Actividad a Desarrollar	Actividad a Desarrollar	Producto de la Actividad	Fecha de Inicio de la Actividad	Fecha de Fin Actividad	Responsable
Presentar el proceso de formalización de la empresa planteado por la Camara de Comercio de Bogota	ADMINISTRACION	Lograr que la empresaria conozca el proceso de formalización planteado por la camara de comercio de bogota, ventajas y desventajas a fin de lograr la inclusión de su unidad de negocio en la formalidad.	Dar a conocer el proceso de formalización de la unidad de negocio	1	Recolectar información de formalización de empresa de la camara de comercio	Diapositivas	26/05/2014	28/05/2014	CHRISTIAN Y NATALI
				2	Presentar a la empresaria proceso de formalización	SopORTE de la capacitación realizada.	29/05/2014	29/05/2014	CHRISTIAN Y NATALI
	ADMINISTRACION	Desarrollar la	Creación de	1		Identidad corporativa	25/05/2014	31/05/2014	CHRISTIAN Y NATALI

Desarrollar una identidad corporativa y estructura organizacional para la unidad de negocio.	ACION	documentación interna de la unidad de negocio de la empresaria, que le permita contar con una identidad al interior y exterior de la unidad.	la estructura organizacional		Actualización de misión, visión, y elaboración de objetivos, organigrama enfocado a las necesidades y proyecciones evidenciados en la empresaria.	para la unidad de negocio de la empresaria.			CHRISTIAN NATALI	Y
					2				Presentación a la empresaria de la estructura organizacional elegida para la unidad de negocio.	CHRISTIAN NATALI
Plantear a la empresaria la implementación de nuevas tecnologías que optimicen el proceso de	PRODUCCION	Identificar oportunidades de mejora para el proceso de producción actual	Presentar a la empresaria propuestas de las posibles mejoras	1	Recolección de información con la empresaria para conocimiento del proceso de producción actual.	Propuesta posibles mejoras del proceso de producción para elección de la empresaria.	02/06/2014	04/06/2014	CHRISTIAN NATALI	Y
									CHRISTIAN NATALI	Y

producción.			s de su proceso de producción.	3	Puesta en marcha del producto.				CHRISTIAN NATALI	Y
Elaborar un portafolio de servicios que facilite la comercialización de productos.	MERC ADEO	Facilitar la comercialización del producto presentado a los diferentes clientes los productos ofertados	Aumentar los de los clientes de la unidad de negocio de la empresaria	1	Definir listado de productos a promocionar	Borrador de portafolio de servicios	09/06/2014	09/06/2014	CHRISTIAN NATALI	Y
				2	Cotizar diseño e impresión portafolio de servicios	Cotizaciones			CHRISTIAN NATALI	Y
				3	Impresión de portafolio de servicios	Portafolio para promocionar con los clientes			CHRISTIAN NATALI	Y
Diseñar estrategias publicitarias que permitan dar a conocer a la empresaria en el sector y conseguir clientes para la ampliación del negocio.	PUBLICIDAD	Generar estrategias comerciales que permitan dar a conocer la unidad de negocio y aumentar los clientes.	Aumentar ventas en un 10%	1	Identificar posibles estrategias publicitarias a desarrollar para promocionar y dar a conocer la unidad de negocio de la empresaria.	Borrador de propuestas publicitarias	12/06/2014	22/06/2014	CHRISTIAN NATALI	Y
				2	Investigar costos de	Cotizaciones			CHRISTIAN NATALI	Y

					estrategia publicitaria				NATALI
Implementación de un proceso de registro de las operaciones financieras a fin de tener control de los recursos de la empresaria.	CONTABILIDAD	Contar con un registro contable que nos permita identificar estado financiero de la unidad de negocio	Medir crecimiento financiero, ganancias o pérdidas de la unidad de negocio.	1	Diseñar formatos y definir metodología a aplicar para manejo de la información contable acorde a las necesidades de la empresaria	Formatos	12/06/2014	22/06/2014	NATALI
				2	Capacitación a la empresaria para la implementación de formatos y estrategias contables	Diapositivas			NATALI

Ilustración 14 Cronograma de actividades

ACTIVIDAD	ABRIL				MAYO					JUNIO			
	1 AL 6	7 AL 13	14 AL 20	21 AL 30	1 AL 4	5 AL 11	12 AL 18	19 AL 25	26 AL 31	2 AL 8	9 AL 15	16 AL 22	23 AL 30
Primera fase: Recolección de información y conocimiento del proyecto de la iglesia Manatíal y de la empresaria y su unidad de negocio.	X		X	X									
Segunda Fase: Análisis y planteamiento de proceso de asesoría para la empresaria y fijación de metas del grupo de trabajo					X	X	X						
Tercera Fase: Presentar el proceso de formalización de la empresa planteado por la Cámara de Comercio de Bogotá									X				
Tercera Fase: Desarrollar la estructura organizacional de la unidad de negocio de la empresaria.									X				

Tercera Fase: Planteamiento a la empresaria la implementación de nuevas tecnologías que optimicen el proceso de producción.										X		
Tercera fase ejecución: Elaborar un portafolio de servicios que facilite la comercialización de productos.										X		
Tercera fase ejecución: Diseñar estrategias publicitarias que permitan dar a conocer a la empresaria en el sector y conseguir clientes para la ampliación del negocio.											X	
Tercera fase ejecución: Implementación de un proceso de registro de las operaciones financieras a fin de tener control de los recursos de la empresaria.											X	
Exposición a la empresaria											X	X

Ilustración 15 Cronograma de trabajo



## **6. Capítulo V Ejecución Proceso De Asesoría E Intervención**

### **6.1 Estrategia DOFA: Presentar El Proceso De Formalización De La Empresa Planteado Por La Cámara De Comercio De Bogotá**

#### **Situación Inicial**

En el proceso de observación y recolección de información de la unidad de negocio de la empresaria se identifica que la empresaria no tiene claridad respecto al proceso de creación y formalización de empresa planteado por la cámara de comercio de Bogotá.

#### **Objetivo**

Lograr que la empresaria conozca el proceso de formalización planteado por la cámara de comercio de Bogotá identificando sus ventajas y desventajas a fin de lograr la inclusión de su unidad de negocio en la formalidad.

#### **Estrategia planteada**

Preparación de capacitación para ser dictada a la empresaria Luz Helena Ramos de la unidad de negocio Bocadoitos Colombianos y acompañamiento en el proceso de formalización.

#### **Justificación Teórica De Estrategia Planteada**

Por medio de la capacitación se busca que la empresaria conozca la importancia de formalizar su unidad de negocio ante la cámara de comercio de Bogotá, de igual forma que conozca los beneficios y soportes que puede hallar siendo parte del sector empresarial formal.

Se plantean cinco principales motivaciones para la formalización de empresa:

- Brindar posibilidades de acceso al crédito.
- Proyectar confianza al cliente y brindar imagen de responsabilidad social y empresarial.
- Abrir puertas a más y mejoras oportunidades de negocios.
- participar en concursos , ferias y oportunidades de negocio planteados por la Cámara de comercio de Bogotá
- Tener la posibilidad de general oportunidad de empleo.

De igual manera dentro de esta estrategia se capacita a la empresaria respecto a la resolución 2674 del 2013 con la que “establecer los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales y/o jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas”

12. (<http://www.pymesgestionpanama.com/educacion-pymes/45-ipor-que-es-importante-formalizar-tu-empresa-o-negocio.html>)

13. (<http://www.alcaldiabogota.gov.co/>, 2014)

### **Actividades de implementación:**

Esta estrategia se ejecuta de manera parcial:

- ✓ Se realiza capacitación a la empresaria Luz Helena Ramos del proceso establecido por la cámara de comercio para apersonas naturales y que aplicaría a la unidad de negocio Bocadoitos Colombianos.

<b>Pasos para constituir su empresa como Persona Natural:</b>	
<b>1. Asesoría</b>	Idea de negocio o plan de empresa con el apoyo del Centro de Emprendimiento "Bogotá Emprende".
<b>2. Consultas</b>	Realice las siguientes consultas antes de diligenciar los formularios en las diferentes Entidades.
<b>3. RUT</b>	RUT Registro Único Tributario
<b>4. Formularios</b>	Registro Único Empresarial y Social (RUES)
<b>5. Formalización</b>	<a href="#">Registro Matrícula Mercantil Cámara de Comercio de Bogotá</a>

Ilustración 16 Constitución empresa Camara de Coemrcio Bogota

14. (<http://www.alcaldiabogota.gov.co/>, 2014)

- ✓ Se realiza entrega de los diferentes formatos necesarios para personas naturales.

15. (<http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=734&conID=3413>, 2014)

### **Resultado De La Actividad**

Se desarrolla la estrategia de manera parcial, dado que solo se realiza el proceso de capacitación a la empresaria y se deja planteado a la misma la oportunidad de ejecutar la formalización de su unidad de negocio. La empresaria aduce limitaciones económicas para la realización de los trámites y falta de tiempo.

### **Impacto**

El impacto hacia la empresaria fue satisfactorio dado que se rompen prevenciones de la misma respecto al mercado y al manejo de impuestos y gastos que implican para una personal natural. Se fortalece el reconocimiento de las oportunidades que podrían generarse aplicando en su totalidad la estrategia planteada.

## **6.2 Estrategia DOFA: Desarrollar Una Identidad Corporativa Y Estructura Organizacional Para La Unidad De Negocio De La Empresaria Luz Helena Ramos.**

### **Situación inicial:**

La unidad de negocio de la empresaria Luz Helena tiene definida una razón social y un logo. Sin embargo no tiene una misión, una visión, unos objetivos, un organigrama establecido para generar una identidad y tener unas metas claras.

### **Objetivo:**

Desarrollar la documentación interna de la unidad de negocio de la empresaria, que le permita contar con una identidad al interior y exterior de la unidad.

### **Estrategia planteada:**

Se hace la revisión de la información con la que cuenta la empresaria respecto a la unidad de negocio bocaditos colombianos con el fin de brindar el soporte necesario para la actualización de lo existente y el desarrollo del total de la identidad corporativa para la unidad de negocio de la empresaria Luz Helena Ramos.

### **Justificación teórica de estrategia planteada:**

Para el desarrollo de esta estrategia tuvimos como base la teórica del proceso administrativo, planificación organización, ejecución y control.

### **Teoría Del Proceso Administrativo**

La Administración es un arte cuando interviene los conocimientos empíricos. Sin embargo, cuando se utiliza conocimiento organizado, y se sustenta la práctica con técnicas, se denomina Ciencia.

Las técnicas son esencialmente formas de hacer las cosas, métodos para lograr un determinado resultado con mayor eficacia y eficiencia.

A partir de estos conceptos nace el Proceso Administrativo, con elementos de la función de Administración que Fayol definiera en su tiempo como: Prever, Organizar, Comandar, Coordinar y Controlar. Dentro de la línea propuesta por Fayol, los autores Clásicos y neoclásicos adoptan el Proceso Administrativo como núcleo de su teoría; con sus Cuatro Elementos: Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar.

Autores como Urwick define el proceso administrativo como las funciones del administrador, con siete (7) elementos que se detallan a continuación:

- Investigación
- Planificación
- Coordinación
- Control
- Previsión
- Organización

- Comando

Koontz y O'Donnell define el Proceso Administrativo con cinco (5) elementos:

- 1. Planificación
- 2. Designación de Personal
- Control
- Organización
- Dirección

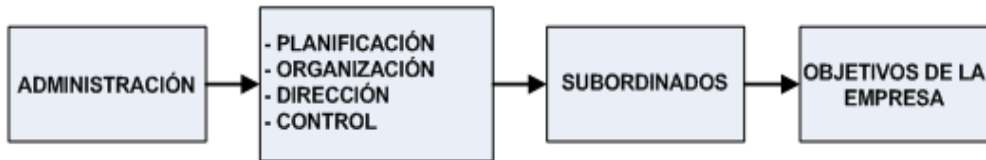
Miner define el Proceso Administrativo con cinco (5) elementos:

- Planificación
- Organización
- Dirección
- Coordinación
- Control

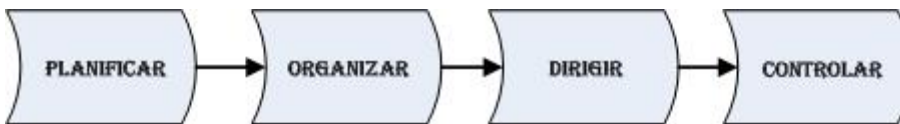
La Administración es la principal actividad que marca una diferencia en el grado que las Organizaciones le sirven a las personas que afectan.

El éxito que puede tener la Organización al alcanzar sus objetivos y también al satisfacer sus obligaciones sociales depende en gran medida, de sus gerentes. Si los gerentes realizan debidamente su trabajo, es probable que la organización alcance sus metas, por lo tanto se puede decir que el Desempeño Gerencial se mide de acuerdo al grado en que los gerentes cumplen la secuencia del Proceso Administrativo, logrando una Estructura Organizacional que la diferencia de otras Organizaciones.

I. Chiavenato en su libro Fundamentos de Administración, organiza el Proceso Administrativo de la siguiente manera.



Las Funciones del Administrador, como un proceso sistemático; se entiende de la siguiente manera:



El Desempeño de las funciones constituye el llamado ciclo administrativo, como se observa a continuación:



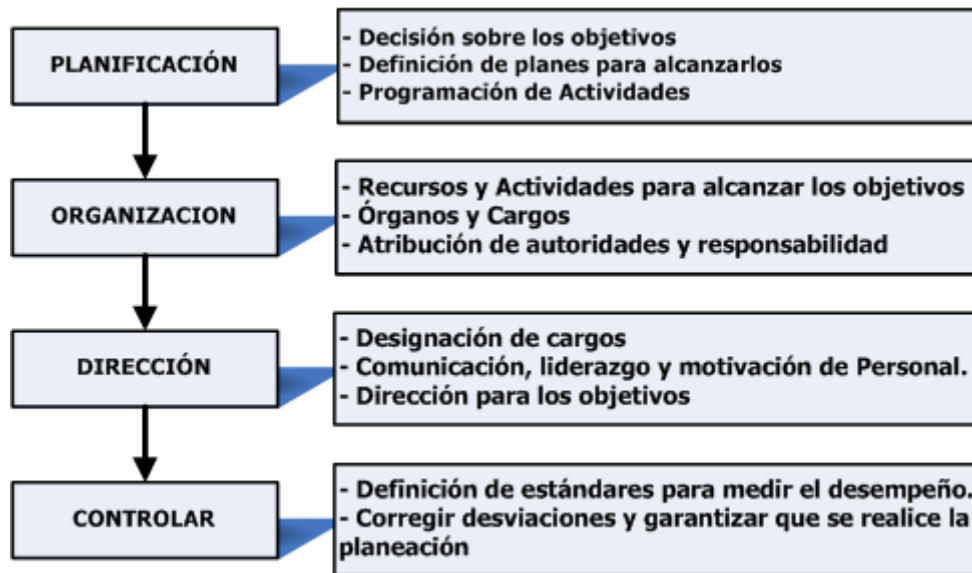
Las funciones del administrador, es decir el proceso administrativo no solo conforman una secuencia cíclica, pues se encuentran relacionadas en una interacción dinámica, por lo

tanto. El Proceso Administrativo es cíclico, dinámico e interactivo, como se muestra en el siguiente gráfico:



Las funciones Administrativas en un enfoque sistémico conforman el proceso administrativo, cuando se consideran aisladamente los elementos Planificación, Organización, Dirección y Control, son solo funciones administrativas, cuando se consideran estos cuatro elementos (Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar) en un enfoque global de interacción para alcanzar objetivos, forman el Proceso Administrativo.





Fuente: Introducción a la Teoría General de la Administración. Autor: Chiavenato I.

Según el libro Administración una perspectiva global de los autores Harold Koontz y Heinz Wehrick, las funciones del administrador son: Planificación, Organización, Dirección y Control que conforman el Proceso Administrativo cuando se las considera desde el punto de vista sistémico. Fayol señala que estos elementos se aplican en negocios, organizaciones políticas, religiosas, filantrópicas y militares.

Con base en la teoría revisada para la administración se desarrolla la identidad para la empresa bocaditos Colombianos de la empresaria Luz Helena Ramos. 16.(<http://www.promonegocios.net/administracion/proceso-administrativo.html>, 2006)

### **Actividades de implementación:**

Se desarrollan las siguientes actividades para la implementación de la estrategia expuesta.

1. Revisar la información actual de la empresaria para identificar oportunidades de mejora iniciando el proceso de definición de identidad de la unidad de negocio.
2. Elaborar la misión, visión, objetivos y organigrama enfocado a las necesidades y proyecciones evidenciados en la empresaria.
3. Presentar a la empresaria la propuesta de identidad y administración diseñada para la unidad de negocio bocaditos colombianos.

### **Resultado De La Actividad**

Como resultado de la estrategia planteada se presenta a la empresaria Luz Helena la siguiente información:

#### **Misión:**

Lograr ser una empresa reconocida en el mercado por elaboración y distribución de empanadas y pasteles ofreciendo excelente calidad y servicio a nuestros clientes a nivel nacional.

#### **Visión:**

Para el 2017 lograr tener un posicionamiento en el mercado como una de los mejores fabricantes y distribuidores de empanadas y pasteles ofreciendo excelente calidad, cumplimiento e innovación.

#### **Objetivo general:**

Impactar el mercado y establecer clientes fijos que se sientan a gusto con los productos ofertados logrando ser una microempresa generadora de empleo.

### Objetivos específicos:

- Crear estrategias de mercadeo y publicidad para darse a conocer en el mercado.
- Obtener los implementos necesarios para la fabricación del producto con el fin de estar en capacidad de responder a la demanda actual y a un eventual crecimiento.
- Capacita personal para el proceso de fabricación del producto permitiendo de esta manera, delegar funciones específicas, para trabajar en equipo.
- Buscar oportunidades de financiamiento que permitan inversión que genere a futuro crecimiento de la unidad de negocio.
- Capacitarnos en la preparación de nuevas recetas para ofrecer más variedad.
- Generar oportunidades de empleo ante el crecimiento de la unidad de negocio.

### Clasificación De Empresa

ACTIVIDAD	TAMAÑO	CONSTITUCION	REGIMEN
Manufacturera: Transformadora de materia prima en artículos terminados.	Microempre sa	Privada	Simplificado

Ilustración 17 Empresa Bocaditos Colombianos

**NOMBRE DE LA EMPRESA**

- ✓ “Bocaditos Colombianos”

**SLOGAN**

- ✓ De boca en boca! Y tu?? Pruebalo....

**LOGO**

Ilustración 18 Logo empresa Bocaditos

**Procesos Administrativos**

**Planeación:** creación de una microempresa de fabricación y comercialización de pasteles y empanadas que ofrezca productos de calidad el mercado. Inicialmente la población objeto de esta microempresa será el municipio de Soacha con proyección para comercialización en Bogotá,

Proyección para la formalización de empresa en la cámara de comercio de Bogotá y apertura de un local para producción y comercialización de los productos.

**Organización:** se define la siguiente estructura organizacional para la unidad de negocio de bocaditos colombianos:

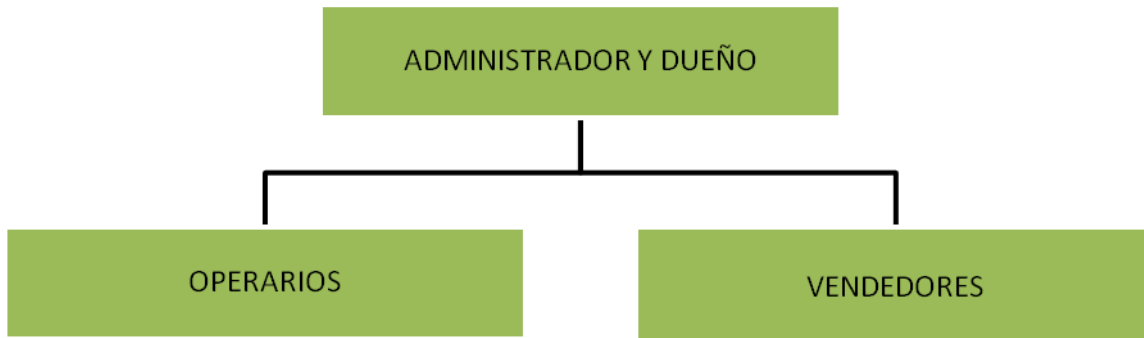


Ilustración 19 Organigrama empresa Bocaditos

**Dirección:** proyectándose a futuro y con la expectativa de crecimiento de la unidad de negocio nacería la necesidad de contar que por lo menos con 4 personas fabricando y otras 2 encargadas de la distribución y las ventas y un administrador.

Con base en la apertura de mercado que se logre se realizarán las modificaciones necesarias.

**Control:**

- Registro de información contable
- Control de inventarios por medio de formatos en Excel.
- Seguimiento de clientes por medio de base de datos.
- Elaboración y análisis de estados financieros

**Impacto**

El impacto de esta estrategia es positivo dentro de la empresaria dado que se fijan unas metas para su unidad de negocio y se fortalece el sentido de pertenencia.

Se organiza administrativamente la empresa lo representa mayor credibilidad al momento de consecución de clientes y se definen pautas para el inicio de la administración correcta que le debe dar la empresaria a la unidad de negocio.

**6.3 Estrategia DOFA: Plantear A La Empresaria La Implementación De Nuevas Tecnologías Que Optimicen El Proceso De Producción.****Situación Inicial:**

A través del proceso de observación realizada a la unidad de negocio de la empresaria se evidencia que no cuenta con el total de los equipos necesarios para la producción de las empanadas y pasteles por lo cual los tiempos de producción aumentan generando un mayor desgaste respecto a la mano de obra.

**Objetivo**

Identificar oportunidades de mejora para el proceso de producción actual desarrollado por la empresaria Luz Helena Ramos.

**Estrategia Planteada**

Conocer el proceso de producción de la empresaria y realizar análisis del mismo identificando oportunidades de mejora para presentación de propuesta a la empresaria.

### **Justificación Teórica De Estrategia Planteada**

Para esta estrategia nos basamos en una teoría económica “La eficiencia y la productividad” buscando medir y mejorar el proceso de producción.

Los factores que inciden en la productividad son:

- ✓ Producto
- ✓ M.O Directa
- ✓ Tecnología
- ✓ Materiales
- ✓ Tarea – Proceso

Para el caso de la empresa Bocadoitos Colombianos nos enfocamos en el aspecto tecnológico, específicamente en la automatización que hace referencia a la mecanización directa de tareas, cuando una máquina aporta al proceso.

Mediante la observación realizada identificamos las siguientes fases:



Ilustración 20 Proceso productivo

Consideramos importante fortalecer el proceso de freido dado que actualmente se realiza en una cacerola lo cual demora la producción e implica un mayor desgaste en mano de obra. En esta cacerola se pueden freir 15 empanadas ó pasteles en 40 minutos lo cual significa que para su producción de 300 semanales gasta 13.3 horas en freido.



Ilustración 21 Registro fotografico cocina

Este tiempo es bastante significativo teniendo en cuenta que la empresaria produce únicamente los días sábados para comercializar su producto los domingos en la iglesia Manantial. 17. (<http://es.slideshare.net/JuanManuelCarrionD/mejoramiento-de-la-productividad-mediante-la-tecnologa-y-materiales-1>)

#### **Actividades de implementación:**

1. Conocimiento y evaluación del proceso de producción
2. Presentación de análisis de oferta para implementación de equipo para la producción.



## ANALISIS DE OFERTAS

ELABORO : NATALI ARDILA ARDILA

FECHA: JUNIO DE 2014

DESCRIPCION: FREIDORA

DESCRIPCION	CAN T.	JOSE RAGO Avenida Caracas Tel 2436035		BELLANIK S.A.S Calle 39 sur 47-28		Almacen Freidoras Socha (Municipio de Soacha)	
		VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Un tanque, dos canastillas, control automático de temperatura con termostato de seguridad. Desagüe. Dimensiones: 46 x 53 x 108 cm. Potencia: 60.000 BTU/h. A gas.	1	\$1.810.345	\$1.810.345				
Freidora electrica cuisinairre doble puesto 12 ltrs	1			\$ 899.999	\$ 899.999		
Freidora sencilla capacidad 4 litros	1					\$ 250.000	\$ 250.000
<b>SUBTOTAL</b>			\$ 1.810.345		\$ 899.999		\$ 250.000
<b>IVA</b>			\$ 289.655		\$ -		\$ -
<b>TOTAL</b>			\$ 2.100.000		\$ 899.999		\$ 250.000

<b>OBSERVACIONES:</b>	Plazo de entrega: 20 días después de recibir el pedido.	Plazo de entrega: Inmediato	Plazo de entrega: Inmediato
<b>FORMA DE PAGO</b>	CONTADO	CONTADO	CONTADO
<b>TIEMPO DE ENTREGA</b>	20 días	10 días	1 día
<b>GARANTIA</b>	6 meses	1 año	1 año

PROVEEDOR SUGERIDO: ALMACEN SOACHA

PROVEEDOR SELECCIONADO: ALMACEN FREIDORAS SOACHA

ELABORADO POR: Natali Árdila Árdila

Ilustración 22 Análisis de oferta freidoras

### **Resultado De La Actividad**

Una vez presentadas la propuesta a empresaria decide realizar la compra de la freidora para su unidad de negocio



Ilustración 23 Registro fotografico Freidora

**Impacto**

Se optimiza la producción en un 50% dado que con la compra de la freidora se logran freír 30 productos en 40 minutos disminuyendo el tiempo de freído de 13.3 a 6.6 horas.

**6.4 Estrategia DOFA: Elaborar Un Portafolio De Servicios Que Facilite La Comercialización De Productos.****Situación inicial:**

En el proceso de desarrollo de este proyecto hemos evidenciado que el único cliente con el que cuenta actualmente la señora Luz Helena y su unidad de negocio bocaditos colombianos es la iglesia Manantial donde realiza su venta los días domingos, de igual forma para este cliente el costo que le representa realizar la venta los días domingos es el 20% de la venta total realizada.

Aun cuando se considera una buena oportunidad para la empresaria la venta que realiza los domingos sería importante que su empresa logre la consecución de otros clientes que aumenten sus ingresos y con los cuales no tendría un 20% menos de ganancia.

**Objetivo:**

Facilitar la comercialización del producto presentado a los diferentes clientes los productos ofertados mediante un portafolio de servicios.

**Estrategia Planteada:**

Elaborar un portafolio de servicio que le facilite a la empresaria promocionar su producto y de esta manera se logre la consecución de nuevos clientes.

**Justificación Teórica De Estrategia Planteada:**

Para la aplicación de esta estrategia investigamos a cerca de los tipos de publicidad que podrían ser útiles para la empresaria.

Encontramos cuatro tipos de publicidad:

- **Publicidad Informativa:** Da a conocer un nuevo producto, descubre los servicios disponibles, crea una imagen de la empresa.
- **Publicidad Persuasiva:** Se crea preferencia por la marca, motiva el cambio a nuestra marca, convence al consumidor para que haga una compra inmediata del producto.
- **Publicidad de Recordatorio:** Recuerda a los consumidores que probablemente necesitan pronto el producto o servicio y dónde encontrarlo; mantiene en la mente de los consumidores un determinado producto.
- **Publicidad de Refuerzo:** Asegura a los clientes actuales que han hecho una buena elección.

18. ([http://aurora.turiba.lv/training/ES/Accommodation\\_ES/Part\\_33.htm](http://aurora.turiba.lv/training/ES/Accommodation_ES/Part_33.htm))

Para el caso de la empresaria escogimos la publicidad informativa dado que lo que buscamos es dar a conocer los productos de Bocadoitos colombianos y obtener nuevos clientes.

**Actividades de implementación:**

- Reunión con la empresaria para definición de productos a ofertar
- Elaboración del portafolio de servicio
- Cotizaciones de la impresión del portafolio de servicio
- Listado de posibles nuevos clientes para entrega de portafolio de servicios

### **Resultado De La Actividad**

Se presenta a la empresaria la propuesta del portafolio de servicio el cual contiene la siguiente información:

1. Carta de presentación.
2. Información de la empresa Bocaditos Colombianos
3. Información de los productos
4. Información de la Negociación
5. Información de contacto
6. Cotizaciones para impresión de portafolio de servicios

## ANALISIS DE OFERTAS

ELABORO : NATALI ARDILA ARDILA

FECHA: JUNIO DE 2014

DESCRIPCION: Impresión portafolio de servicio

DESCRIPCION	CANT	PAPELERIA MANESPI fotocopaimos@gmail.com		AVISOS CARRILLO PUBLICIDAD luiscarloscarrillo2@hotmail.com		GLOBO PROMO globopromo@hotmail.com	
		VALOR UNITARIO	VALOR TORAL	VALOR UNITARIO	VALOR TORAL	VALOR UNITARIO	VALOR TORAL
impresión portafolio de servicio (4 hojas )	4	\$ 1.000	\$ 4.000	\$ 1.500	\$ 6.000	\$ 3.000	\$ 12.000
			\$ 4.000		\$ 6.000		\$ 12.000
IVA					\$ -		\$ -
<b>TOTAL</b>			\$ 4.000		\$ 6.000		\$ 12.000

<b>OBSERVACIONES:</b>	Plazo de entrega:20 días después de recibir el pedido.	Plazo de entrega:Inmediato	Plazo de entrega:Inmediato
<b>FORMA DE PAGO</b>	CONTADO	CONTADO	CONTADO
<b>TIEMPO DE ENTREGA</b>	1 día	1 día	1 día
<b>GARANTIA</b>	N/A	N/A	N/A

PROVEEDOR SUGERIDO: PAPELERIA MANESPI

PROVEEDOR SELECCIONADO: PAPELERIA MANESPI

ELABORADO POR: Natali Ardila Ardila

Ilustración 24 Análisis de ofertas publicidad

## **Impacto**

La empresaria considera una buena estrategia comercial el uso del portafolio de servicios y se queda con el diseño entregado para futuros usos. Por el momento por temas económicos no procede a la impresión de los mismos.

Se apoya en la base de datos entregada para dar a conocer su empresa con el portafolio de servicios a través de correos electrónicos.

## **6.5 Estrategia DOFA: Diseñar Estrategias Publicitarias Que Permitan Dar A Conocer A La Empresaria En El Sector Y Conseguir Clientes Para La Ampliación Del Negocio.**

### **Situación Inicial**

La empresaria actualmente no cuenta con ninguna estrategia publicitaria que permita dar a conocer su unidad de negocio.

Por lo cual para lograr atraer nuevos clientes que fomenten ingresos a empresaria consideramos importante el desarrollo de estrategias publicitarias.



Ilustración 25 Registro Fotografico empresa Bocaditos

**Objetivo:**

Generar estrategias comerciales que permitan dar a conocer la unidad de negocio y aumentar los clientes.

**Estrategia Planteada:**

Hacer uso de un pendón en la venta de sus productos realizada los domingos en la iglesia Manantial del municipio de Soacha.

En este lugar se puso observar que hay gran afluencia de público que dando a conocer la empresa puede atraer nuevos clientes.

**Justificación Teórica De Estrategia Planteada:**

Para esta estrategia al igual que la anterior vamos a hacer uso de la publicidad informativa a través de la instalación de un pendón.

**Actividades de implementación:**

1. Verificación de estrategia publicitaria
2. Presentación de cotizaciones



## ANALISIS DE OFERTAS

ELABORO : NATALI ARDILA ARDILA

FECHA: JUNIO DE 2014

DESCRIPCION: Pendon publicitario

DESCRIPCION	CANT.	PAPELERIA MANESPI fotocopaimos@gmail.com		AVISOS CARRILLO PUBLICIDAD luiscarloscarrillo2@hotmail.com		GLOBO PROMO globopromo@hotmail.com	
		VALOR UNITARIO	VALOR TORAL	VALOR UNITARIO	VALOR TORAL	VALOR UNITARIO	VALOR TORAL
Pendón de 1 por 1.50	<b>1</b>	\$40.000	\$ 40.000	\$ 32.000	\$ 32.000	\$ 30.000	\$ 30.000
SUBTOTAL			\$ 40.000		\$ 32.000		\$ 30.000
IVA					\$ -		\$ -
TOTAL			\$ 40.000		\$ 32.000		\$ 30.000

OBSERVACIONES:			
FORMA DE PAGO		CONTADO	CONTADO
TIEMPO DE ENTREGA		2 días	1 día
GARANTIA		N/A	N/A

PROVEEDOR SUGERIDO: GLOBO PROMO

PROVEEDOR SELECCIONADO: GLOBO PROMO

ELABORADO POR: Natali Ardila Ardila

Ilustración 26 Análisis de ofertas pendón

### Resultado De La Actividad

Se realiza instalación del pendón logrando gran acogida en los clientes asistentes a la iglesia Manantial.



Ilustración 27 Registro fotografico pendon

**Impacto**

El impacto de esta estrategia de manera inmediata se ve reflejado en un cambio de imagen, en el inicio del proceso de dar a conocer la empresa y a futuro la proyección de mediante esta estrategia atraer nuevos clientes.

**6.6 Estrategia Dofa: Implementación De Un Proceso De Registro De Las Operaciones Financieras A Fin De Tener Control De Los Recursos De La Empresaria.****Situación Inicial**

En el trabajo realizado con la empresaria Luz Helena se observa que no cuenta con un método de registro de sus operaciones financieras y contables. Su administración es netamente empírica sin contar con un histórico que le ayude al manejo de su dinero y del total de su empresa.

**Objetivo**

Contar con un registro contable que nos permita identificar estado financiero de la unidad de negocio.

**Estrategia Planteada**

Implementar un proceso de registro sencillo que le permita a la empresaria tener un control de las operaciones realizadas así como un histórico de información que en su momento le aporte a la toma de decisiones.

**Justificación Teórica De Estrategia Planteada**

Para muchos empresarios independientes la contabilidad se convierte en una obligación sin tener en cuenta los beneficios que esta puede dar a las empresas que la aplican.

La contabilidad está proyectada para el pasado el presente y el futuro de toda empresa. Aunque el llevar contabilidad para el régimen simplificado no es una obligación, consideramos importante la aplicación de esta estrategia con la empresaria Luz Helena dado que es uno de los deberes de los comerciantes según el código de la legislación comercial, código de comercio, artículo 19, numeral 3.

Así mismo para el régimen simplificado, en lugar de libros de contabilidad, debe llevar un libro fiscal o libro de registro de operaciones diarias, obligación que está contemplada por el artículo 616 del estatuto tributario:

### **Libro fiscal de registro de operaciones**

Quienes comercialicen bienes o presten servicios gravados perteneciendo al régimen simplificado, deberán llevar el libro fiscal de registro de operaciones diarias por cada establecimiento, en el cual se identifique el contribuyente, esté debidamente foliado y se anoten diariamente en forma global o discriminada las operaciones realizadas. Al finalizar cada mes deberán, con base en las facturas que les hayan sido expedidas, totalizar el valor pagado en la adquisición de bienes y servicios, así como los ingresos obtenidos en desarrollo de su actividad.

### **Actividades De Implementación**

Los libros contables deben conservarse por lo menos diez años contados desde la fecha del último asiento contable realizado.

Para la empresaria se sugiere el inicio del diligenciamiento del libro fiscal de la empresaria Luz Helena y su unidad de negocio se entrega el siguiente formato automatizado tomado de la página gerencie.com:

LIBRO FISCAL DE REGISTRO DE OPERACIONES DIARIAS					FOLIO No:	001/12
RÉGIMEN SIMPLIFICADO						
AÑO:		MES:			TOTAL EGRESOS (Compras)	TOTAL EGRESOS (gastos)
D I A	TOTAL INGRESOS DIARIOS		INGRESOS SIN FACURAR (Ingresos menores)	TOTAL INGRESOS		
	INGRESOS FACTURADOS					
	Factura Del No. Al No.	Valor total facturas				
1				0		
2				0		
3				0		
4				0		
5				0		
6				0		
7				0		
8				0		

RÉGIMEN SIMPLIFICADO		¿Cómo va mi negocio?				
LIBRO FISCAL DE REGISTRO DE OPERACIONES DIARIAS		Mes	Ingresos	Compras	Gastos	Utilidad
NO. 1		Enero	-	-	-	-
Nombre del establecimiento		Febrero	-	-	-	-
Nombres y apellidos del propietario		Marzo	-	-	-	-
Nit del propietario		Abril	-	-	-	-
		Mayo	-	-	-	-
		Junio	-	-	-	-
		Julio	-	-	-	-
		Agosto	-	-	-	-
		Septiembre	-	-	-	-
		Octubre	-	-	-	-
		Noviembre	-	-	-	-
		Diciembre	-	-	-	-
		Totales año	-	-	-	-
		<a href="http://www.gerencie.com">Gerencie.com</a>				
		Valor actual UVT:	27.485	Regimen simplificado:		

19. (<http://www.gerencie.com/libro-fiscal-en-excel.html>)

Diligenciando este formato se tendrá conocimiento mes a mes de los ingresos al mes, compras y gastos realizados.

Para este momento todos los ingresos de la empresaria se registrarían como sin facturar pero quedaría abierta la opción de registro de factura en caso que decida entregar soporte a los futuros clientes.

También se sugiere para la empresaria diligenciar un formato de control de la caja y ventas realizadas los días domingos. La empresaria indica tiene una base de ciento cincuenta mil pesos. Se entrega para la implementación el siguiente formato:

**CONTROL VENTA Y CAJA  
BOCADITOS COLOMBIANOS  
AÑO 2014**

VALOR BASE DE CAJA: \$150.000.00

FECHA VENTA	CANTIDAD DE EMPANADAS VENDIDAS	CANTIDAD DE PASTELES VENDIDOS	TOTAL EFECTIVO	EFECTIVO BASE DE CAJA	TOTAL VENTA DEL DIA	FIRMA RESPONSAB LE MANEJO
XXXX			300000	\$ (150.000)	\$ 150.000	

DENOMINA CION	CANTIDAD	TOTAL
\$ 50.000	5	\$ 250.000
\$ 20.000	2	\$ 40.000
\$ 10.000	1	\$ 10.000
\$ 5.000		\$ -
\$ 2.000		\$ -
\$ 1.000		\$ -
\$ 500		\$ -
\$ 200		\$ -
\$ 100		\$ -
\$ 50		\$ -

Ilustración 28 Formato control caja

### Resultado De La Actividad

Se inicia el uso por parte de la empresaria de los formatos entregados para control de sus operaciones.

## 7. Capítulo VI Impacto

### **Impacto**

Como instrumento de medición de nuestro proyecto desarrollamos una encuesta para medir el impacto de las estrategias planteadas en los clientes de la unidad de negocio bocaditos colombianos.

Calculo de la muestra:

El determinar el tamaño de una muestra representa una parte esencial del método científico para poder llevar a cabo una investigación. Al muestreo lo podemos definir como el conjunto de observaciones necesarias para estudiar la distribución de determinadas características en la totalidad de una población, a partir de la observación de una parte o subconjunto de una población, denominada muestra.

El muestreo debe procurar ser representativo, ya que proporciona ventajas de índole económicas y prácticas, nos brinda la alternativa de optar por otra alternativa, ya que en lugar de investigar el total de la población, se investiga tan sólo una parte de ella, proporcionando con esto la información en forma más oportuna, eficiente y exacta, eliminando con ello recurrir a encuestar a toda la población

Con esto se hace necesaria la definición de los siguientes términos:

Una población será cualquier conjunto de individuos, objetos, medidas, etc. Es decir, un grupo de elementos comunes, se refiere en concreto a un grupo finito.



Muestra de la población, será un subconjunto de elementos de esa población, donde los elementos son las unidades individuales que componen la población.

Existen dos tipos de muestreo, el probabilístico y el no probabilístico, para realizar este último las razones estarán en función del costo y criterios del investigador.

### **Muestreo Probabilístico**

Esta caracterizado por el que cada elemento de la población tiene la misma probabilidad para ser seleccionado en la muestra. Todo esto conlleva a elegir una muestra al azar:

Ante todo, debemos de definir claramente la población con la que trabajaremos e identificar a cada elemento de la población en forma clara y precisa.

Primeramente, deberemos establecer el marco muestral, éste representa una lista o registro de todos los miembros de la población. Dentro de esos registros, será posible recurrir al uso de directorios telefónicos, listas de asistencia, registros de inscripción, estadísticas y censos, etc.

Enseguida, deberemos contar con una tabla de números aleatorios que contribuirán a cumplir con el principio de todos tiene la misma probabilidad de ser elegidos.

Al definir el tamaño de la muestra, nosotros deberemos procurar que ésta información sea representativa, válida y confiable y al mismo tiempo nos represente un mínimo costo. Por lo tanto, el tamaño de la muestra estará delimitado por los objetivos del estudio y las características de la población, además de los recursos y el tiempo de que se dispone.

Determinar el nivel de confianza con que se desea trabajar. ( $Z$ ), donde  $z = 1.96$  para un 95% de confianza o  $z = 1.65$  para el 90% de confianza

Una fórmula muy extendida que orienta sobre el cálculo del tamaño de la muestra para datos globales es la siguiente:

$$\frac{k^2 N p q}{e^2 (N - 1) + k^2 p q}$$

$N$ : es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).  $k$ : es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95,5 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 4,5%. Los valores de  $k$  se obtienen de la tabla de la distribución normal estándar  $N(0,1)$ .

20. (<http://www.monografias.com/trabajos60/tamano-muestra-archivistica/tamano-muestra-archivistica2.shtml>)

TABLA DE APOYO AL CALCULO DEL TAMAÑO DE UNA MUESTRA									
POR NIVELES DE CONFIANZA									
Certeza	95%	94%	93%	92%	91%	90%	80%	62.27%	50%
$Z$	1.96	1.88	1.81	1.75	1.69	1.65	1.28	1	0.6745
$Z^2$	3.84	3.53	3.28	3.06	2.86	2.72	1.64	1.00	0.45
$E$	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09	0.10	0.20	0.37	0.50
$e^2$	0.0025	0.0036	0.0049	0.0064	0.0081	0.01	0.04	0.1369	0.25

VARIABLE	SIGNIFICADO
p =	Es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0.5$ y es la opción más segura.
q =	Es la proporción de individuos que no poseen esa característica de estudio. Es decir $1-p = 0.5$
Z =	Es el nivel de confianza que asignamos. Este indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos en un 90% de confianza, es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 10%.
E =	Es el error muestral deseado. Es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella.
N =	Es el tamaño de la población. (Número total de posibles encuestados). El Sr. Carlos estima que son en total 50 clientes diarios.

Con base en lo anterior se determinan los siguientes datos para la empresa Bocado Colombianos:

$$p = 0.5$$

$$(1-p) = 1 - 0.5 =$$

$$q = 0.5$$

$$Z = 1,645 \text{ (para un nivel de confianza del 90\%)}$$

$$E = 2\% = 0.02$$

$$N = 50 \text{ Clientes}$$

Se aplica la siguiente encuesta para la medición de estrategias, presentando los siguientes resultados:

ITEM	PREGUNTA	SI	NO
1	Conocía el nombre de la empresa de ventas empanadas y pasteles?	0	50
2	Considera importante la identificación de la empresa para generar confianza y como estrategia de publicidad?	42	8
3	La información brindada en el pendón es útil al momento de realizar su compra?	43	7
4	Volvería a consumir los productos de Bocadíos Colombianos?	47	3
5	Observando los datos de contacto en el pendón de la empresa la recomendaría a otros clientes para eventos?	38	12

6	Son de su agrado los productos ofertados por Bocaditos Colombianos?	45	10
---	---	----	----

**Análisis de resultados**

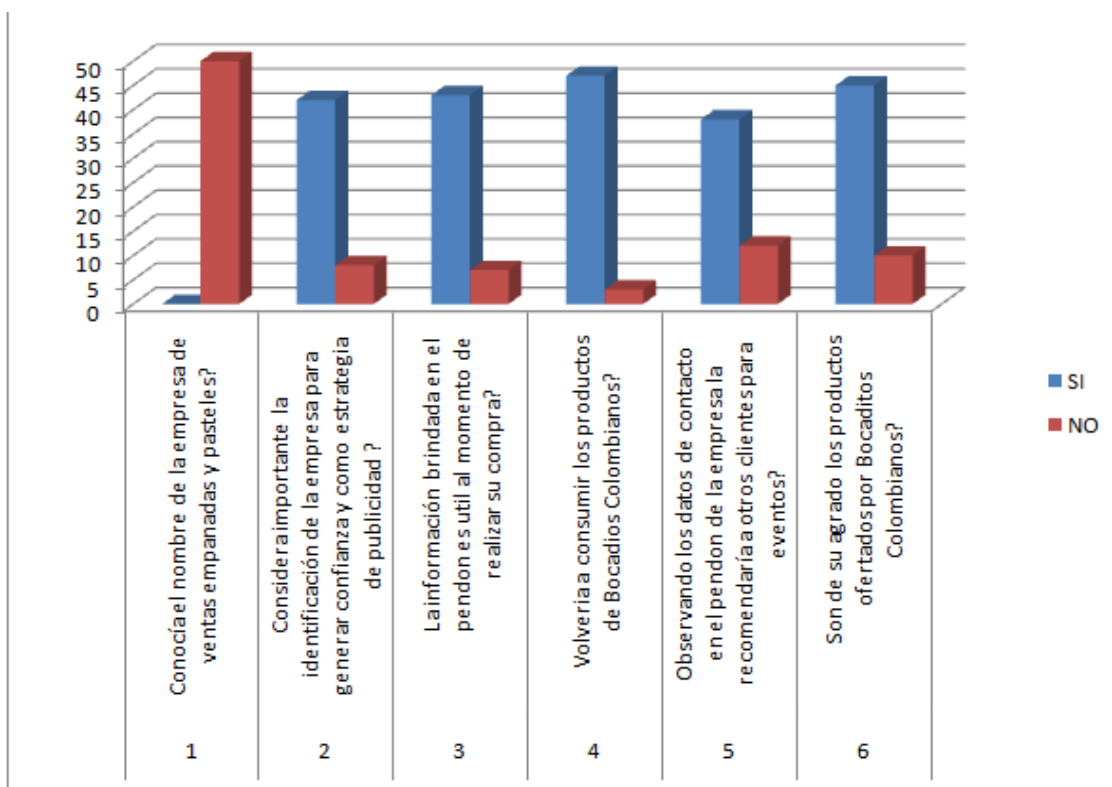


Ilustración 29 Análisis resultado encuesta

- ✓ Para la primera pregunta planteada en la encuesta se observa que 100% de la población encuestada desconocía el nombre de la unidad de negocio por lo cual con la instalación del pendón se genera una identidad de la empresa ante los clientes antiguos y nuevos.
- ✓ Para la segunda pregunta planteada en la encuesta se observa que el 84% de la población encuestada se sintió más atraída con la identificación de la empresa y lo considero como una estrategia publicitaria oportuna.
- ✓ Para la tercera pregunta planteada en la encuesta se observa que al 86% de la población encuestada le fue útil el pendón al momento de realizar la compra de los productos de la empresa bocaditos colombianos.
- ✓ Para la cuarta pregunta planteada en la encuesta se observa que el 94% de los encuestados volvería a consumir los productos ofertados por Bocaditos Colombianos.
- ✓ Para la quinta pregunta planteada en la encuesta se observa que el 76% de la población encuestada contando con los datos de contacto recomendaría a Bocaditos Colombianos con otros clientes. Lo cual define al pendón como una buena estrategia publicitaria que puede generar nuevas oportunidades de negocio.
- ✓ Para la sexta pregunta planteada en la encuesta se observa que el 90% de la población encuestada tiene concepto favorable y está conforme con los productos ofertados y la calidad ofrecida por Bocaditos Colombianos.

Adicional al impacto generado en los clientes se puede observar que la empresaria aumento sus expectativas frente a su unidad de negocio, dado que ve las mejoras de imagen y de producción que se lograron implementar con las estrategias de este proyecto, y generar en ella la un incentivo para continuar encontrando oportunidades de mejora.

## 8. Conclusiones

- A través de este proyecto se logró aplicar los conocimientos adquiridos en el estudio de nuestras carreras profesionales desarrollando con empeño y compromiso el trabajo con la empresaria Luz Helena Ramos.
- La modalidad de proyección social no solo permite a los estudiantes realizar un desarrollo profesional si no que brinda la oportunidad de realizar un trabajo con la comunidad aportando desde nuestra profesión y creando un sentido de responsabilidad social más arraigado.
- Se logro desarrollar todas las estrategias planteadas para la unidad de negocio de la empresaria Luz Helena, aunque no todas se ejecutaron se dejan planteadas y proyectadas para sean posiblemente desarrolladas a futuro.
- Se observó en la empresaria disposición para la aplicación de las estrategias sin embargo en la que implican tramitología no presenta interés lo cual es una limitación para el crecimiento de la empresa.
- Se identifican muchas limitaciones de tipo económico que frenan la ejecución de estrategias que serían beneficiosas para la empresaria y la unidad de negocio.
- Uno de los resultados más importantes es el proceso de aprendizaje mutuo desarrollado entre la empresaria y los estudiantes, adquirido por intermedio de las capacitaciones y diferentes sesiones de trabajo



## 9. Recomendaciones

- Se recomienda a la empresaria ejecutar el proceso de formalización de empresa dado que esto le abriría puertas a diferentes beneficios del mercado y beneficios planteados por la cámara de comercio.
- Se recomienda a la empresaria realizar la apertura de una cuenta de ahorros para lograr tener un capital de trabajo que le permita ampliar su negocio y así mismo tenga el beneficio de vida crediticia para poder a futuro financiarse.
- Se recomienda a la empresaria fortalecer la aplicación de las técnicas de manipulación de alimentos, aun cuando la empresaria ha realizado el curso requerido se evidenció en las diferentes visitas que no aplica lo requerido en el proceso de venta.
- Se recomienda a la empresaria dar continuidad a los registros contables implementados dado que en las visitas realizadas se observa que no se están diligenciando oportunamente.
- Se recomienda a la empresaria realizar un ahorro y generar el proyecto de apertura de un local donde pueda tener venta de sus productos ampliando sus ingresos.

**Anexos**

- Cotizaciones para adquisición del pendón e impresión del portafolio de servicios

No.		REVISIÓN	<input type="checkbox"/> PEDIDO
		CUENTA DE COBRO	<input checked="" type="checkbox"/> COTIZACIÓN
CLIENTE	Notificación Médica B O B A		
DIRECCIÓN	Calle 27 # 140-86		
Ciudad	Paipo	Código	VENDEDOR
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DEL ARTICULO	VL UNIT	VL TOTAL
1	pendón taller 150x50		52000
1	Impresión portafolio (4 hojas)		6000
Cotización			
SUB-TOTAL			58000
TOTAL			58000 =

FIRMA Y SELLO: ALEXA

AVISOS  
Calle 17 N° 103B05 Cel: 312 500 7183  
lucascasamillo2@hotmail.com



# GLOBO PROMU

Señores

NATALY ARDILA

Ciudad

## COTIZACIÓN

Descripción	Cantidad	V. unitario	V. total
PENDON DE 1.50 * 50 CM INCLUIDO DISEÑO	1	30.000	30.000
BROCHURE EMPASTADO	50	3000	150.000
DISEÑO BROCHURE	1	20.000	20.000

A cada valor se le debe adicionar el IVA.

Forma de pago: 40% INICIO TRABAJO 60% ENTREGA DEL MISMO

Cordialmente,



HAROL PRIETO

Director Comercial

**TELS: 3017287-3186999173-3138734101**

E-MAIL: globo@promu.com

**PAPELERÍA MANESPI**

Fotocopias - Multicopias - Impresiones  
Encuadernación - Papelería en General  
TIPOGRAFÍA - LITOGRAFÍA - SELLOS

Kra. 103 A No.17 A - 34 - Tels: 486 13 91 / 404 05 41  
Movil: 310 331 31 72 @: fotocopiamos@gmail.com

**PAPELERÍA MANESPI** fotocopiamos@gmail.com

Bogotá junio de 2014

**COTIZACIÓN**

Señores:  
Natalia Ardila Ardila  
Ciudad


Me permito Cotizar los siguientes productos:

1 Pendon de 1.5 x 0.5 m horizontal impreso a full color acadaido en ojaletes \$ 40.000.00  
Impresiones de hojas bond tamaño carta a color \$ 1000 C/u  
Diseño de Brochure (sencillo) fotos suministradas por cliente (4 Cambios) \$70.000  
Impresion Brochure "Carpeta" tamaño carta full color en la parte exterior \$ 28.000 c/u

- Tiempo de Entrega: 5 Dias Habiles
- Validez de la cotización 310 dias
- Forma de Pago: 50% anticipo y cancelacion contra entrega
- ESTOS PRECIOS PUEDEN VARIAR POR CADA MODIFICACIÓN AL PRODUCTO DESCRITO.

Sin Otro particular

Cordialmente;

  
Bryan V. Espinosa G.

Kra. 103 A No.17 A - 34  
Tels: 486 13 91 / 404 05 41  
Movil: 310 331 31 72

➤ Factura compra pendón

HAROL WILSON PRIETO AHUMADA  
 CC 79.561.738 DE BOGOTÁ

**GLOBOS & PUBLICIDAD**  
 Un globo con un mundo

DOCUMENTO EQUIVALENTE A FACTURA  
 5428

Dirección: CRA 98A No 15a-80  
 Telefono: 3077287  
 Fax:  
 Ciudad: Bogotá-Colombia

NIT: 79.561.738-0  
 ACTIVIDAD: 7399  
 CUENTA DE COBRIO

CLIENTE  
 Nombre: Cristian Garzón - Nataly Ardila  
 Dirección: Cra 50 bis # 41-50 sur  
 Telefono: 7966779  
 Nit:

Fecha: 22/06/2014  
 No de pedido:  
 Representante:

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	TOTAL
1	Pendon Banner de 1,50 cm x 50cm	30.000	30.000
SUB TOTAL			30.000
TOTAL			30.000

VALOR EN EN LETRAS: Treinta Mil pesos m.c.t.

FORMA DE PAGO: CONTRA ENTREGA

FIRMA: Harol Wilson Prieto Ahumada  
 FIRMA AUTORIZADA: \_\_\_\_\_

PAGUESE A NOMBRE DE: HAROL WILSON PRIETO AHUMADA  
 C.C. 79.561.738  
 SOMOS REGIMEN SIMPLIFICADO NO COBRAMOS IVA.





TRABAJO PROYECCIÓN SOCIAL  
UNIVERSIDAD DE LA SALLE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

FECHA	DESCRIPCION ACTIVIDAD DESARROLLADA	FIRMA EMPRESARIA	TIEMPO EJECUTADO
20-204	Reunión en la casa de la empresaria Luz Heleno Calle 17 Bis # 12-49, para iniciar proceso de observación y recolección de información.	<i>[Firma]</i>	4 horas de trabajo. (registro fotográfico)
25-204	Visita a la tienda manantial para proceso de observación en la ejecución de la venta. Municipio de Soacha.	<i>[Firma]</i>	5 horas de trabajo. (registro fotográfico)
05-204	Inicio de planteamiento proceso asesoría a la empresaria, elaboración documento borrador.	<i>[Firma]</i>	5 horas de trabajo.
05-204	Presentación y exposición a la empresaria del proceso de formalización planteado por Cámara de Comercio.	<i>[Firma]</i>	6 horas de trabajo.
05-204	Elaboración de estructura organizacional y desarrollo identidad de empresa. Se hace presentación a la empresaria.	<i>[Firma]</i>	6 horas de trabajo.
06-14	Planteamiento de adquisición nueva tecnología a la empresaria. Se revisa proceso producción.	<i>[Firma]</i>	4 horas de trabajo.
06-14	Presentación a la empresaria de análisis de ofertas para adquirir nueva tecnología.	<i>[Firma]</i>	3 horas de trabajo.
06-14	Diseño de portafolio de servicios y presentación a la empresaria. Entrega listados de negocios de Soacha.	<i>[Firma]</i>	4 horas de trabajo.
06-14	Análisis de estrategias publicitarias y presentación a la empresaria de análisis de ofertas penden.	<i>[Firma]</i>	4 horas de trabajo.
06-14 06-14	Participación proceso contable y uso e implementación de formatos de registro y control contable.	<i>[Firma]</i>	6 horas de trabajo.
06-14	Exposición de la totalidad de la ejecución del proyecto a la empresaria.	<i>[Firma]</i>	4 horas de trabajo.

NOMBRE DE LA EMPRESARIA  
NOMBRE ESTUDIANTE CONTADORIA  
NOMBRE ESTUDIANTE ADMINISTRACION EMPRESAS  
NOMBRE DE LA FUNDACION

Luz Heleno Ramos  
Natali Acuña Arceles  
Christian Cárdena  
Fundación pasión y vida iglesia evangélica.



## Bibliografía

1. [http://aurora.turiba.lv/training/ES/Accommodation\\_ES/Part\\_33.htm](http://aurora.turiba.lv/training/ES/Accommodation_ES/Part_33.htm). (s.f.).  
Obtenido de [http://aurora.turiba.lv/training/ES/Accommodation\\_ES/Part\\_33.htm](http://aurora.turiba.lv/training/ES/Accommodation_ES/Part_33.htm).
2. <http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=734&conID=3413>. (julio de 2014). Obtenido de <http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=734&conID=3413>.
3. <http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Dishikawa2.JPG>. (05 de agosto de 2014).  
Obtenido de <http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Dishikawa2.JPG>.
4. <http://es.slideshare.net/JuanManuelCarrionD/mejoramiento-de-la-productividad-mediante-la-tecnologa-y-materiales-1>. (s.f.). Obtenido de <http://es.slideshare.net/JuanManuelCarrionD/mejoramiento-de-la-productividad-mediante-la-tecnologa-y-materiales-1>.
5. <http://www.alcaldiabogota.gov.co/>. (01 de marzo de 2014). Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/>.
6. <http://www.gerencie.com/libro-fiscal-en-excel.html>. (s.f.). Obtenido de <http://www.gerencie.com/libro-fiscal-en-excel.html>.
7. <http://www.manantialvida.org/internas/ministerios/ong/>. (agosto de 2014).  
Obtenido de <http://www.manantialvida.org/internas/ministerios/ong/>.
8. <http://www.monografias.com/trabajos60/tamano-muestra-archivistica/tamano-muestra-archivistica2.shtml>. (s.f.). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos60/tamano-muestra-archivistica/tamano-muestra-archivistica2.shtml>.

9. <http://www.promonegocios.net/administracion/proceso-administrativo.html>. (septiembre de 2006). Obtenido de <http://www.promonegocios.net/administracion/proceso-administrativo.html>.
10. <http://www.pymesgestionpanama.com/educacion-pymes/45-ipor-que-es-importante-formalizar-tu-empresa-o-negocio.html>. (s.f.). Obtenido de <http://www.pymesgestionpanama.com/educacion-pymes/45-ipor-que-es-importante-formalizar-tu-empresa-o-negocio.html>.
11. [http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/32353537643938303864306130306333/PLAN\\_TERRITORIAL\\_DE\\_SALUD\\_DEFINITIVO.pdf](http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/32353537643938303864306130306333/PLAN_TERRITORIAL_DE_SALUD_DEFINITIVO.pdf). (diciembre de 2011). Obtenido de [http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/32353537643938303864306130306333/PLAN\\_TERRITORIAL\\_DE\\_SALUD\\_DEFINITIVO.pdf](http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/32353537643938303864306130306333/PLAN_TERRITORIAL_DE_SALUD_DEFINITIVO.pdf).
12. <http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/35636562306133386438653263663138/red-habilitada-para-el-municipio-de-soacha.pdf>. (2014). Obtenido de <http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/35636562306133386438653263663138/red-habilitada-para-el-municipio-de-soacha.pdf>.
13. [http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/mapas\\_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1494375](http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1494375). (enero de 2012). Obtenido de [http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/mapas\\_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1494375](http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1494375).
14. [http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/mapas\\_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1494375](http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1494375). (abril de 2013). Obtenido de [http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/mapas\\_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1494375](http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1494375).
15. [http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/mapas\\_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1494375](http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1494375). (03 de abril de 2013). Obtenido de [http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/mapas\\_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1494375](http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1494375).

16. <http://www.soachaeducativa.edu.co/index.php/2013-09-16-22-43-33/colegios-oficiales>. (septiembre de 2013). Obtenido de <http://www.soachaeducativa.edu.co/index.php/2013-09-16-22-43-33/colegios-oficiales>.
17. Ponce Talancon, H. (2006). la matriz FODA: una alternativa para realizar diagnosticos y determinar estrategias de intervencion en las organizaciones productivas y sociales. *Contribuciones a la Economia* .