

PLAN DE MEJORAMIENTO ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA PAPELERÍA
Y CACHARRERÍA ORIGINAL

JULIETH XIMENA CASTRO ORDUÑA

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
VICERRECTORÍA DE UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CHIQUINQUIRA
2020

PLAN DE MEJORAMIENTO ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA PAPELERIA
Y CACHARRERIA ORIGINAL

JULIETH XIMENA CASTRO ORDUÑA

Trabajo de grado para optar por el título de ‘Administrador de Empresas’

DIRECTOR
HERMES CASTRO FAJARDO

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CHIQUINQUIRÁ
2020

Nota de aceptación

Jurado 1

Jurado 2

Este trabajo es dedicado primeramente a DIOS, por ser el inspirador y un ser de luz que hace que mis días sean maravillosos. A Fernando Martin quien con su cariño y apoyo incondicional fue posible culminar con éxito mi carrera profesional. A mi familia porque con su amor, sus oraciones, sus consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Finalmente quiero dedicar este proyecto de grado a mis amigas Yineth y Alba, por apoyarme cuando más las necesito, por extender su mano en momentos difíciles y por el cariño brindado cada día, de verdad mil gracias, siempre las llevo en mi corazón.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a DIOS por guiar mi vida, por ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y debilidad.

Agradezco a todos los profesores de la Universidad Santo Tomas, quienes fueron guía y apoyo para el desarrollo personal y en la formación académica adquirida a lo largo de los años.

Agradezco a la parte administrativa del Chau Chiquinquirá, Coordinador Jair Albero Roa Fan diño, y a la señora Patricia Castillo Díaz, quienes con su paciencia y colaboración me apoyaron en las diferentes etapas de este proceso universitario.

De igual forma agradezco al Director de proyecto de grado Hermes Castro Fajardo, que gracias a sus consejos, explicaciones y correcciones fue posible culminar el desarrollo de este proyecto.

Tabla de contenido

Introducción	13
Capítulo 1 Justificación.....	14
Capítulo 2 Objetivos	15
Objetivo general	15
Objetivos específicos.....	15
Capítulo 3 Caracterización de la empresa.....	16
Razón social.....	16
Objeto social	16
Tamaño de la empresa.....	17
Marco jurídico.....	17
Ubicación geográfica.....	17
Portafolio de servicios	18
Logotipo de la empresa.....	22
Cultura organizacional.....	22
Misión.....	22
Visión	23
Objetivos corporativos.....	23
Políticas de Calidad	25
Política de salud ocupacional.....	25
Principios y valores	26
Diseño organizacional	27
Distribución de la planta (bodega).....	28
Capítulo 4 Diagnóstico Administrativo	30
Evaluación de factores internos (EFI)	30

PLAN DE MEJORAMIENTO PAPELERÍA Y CACHARRERÍA	7
ORIGINAL	
Evaluación de los factores externos (EFE).....	31
Matriz DOFA.....	33
Capítulo 5 Análisis del problema y planteamiento de solución	40
Planteamiento del problema a solucionar.....	40
Alternativas de solución.....	41
Selección de la alternativa de solución.....	41
Capítulo 6 Plan de acción	45
Capítulo 7 Conclusiones y recomendaciones	47
Capítulo 8 Bibliografía	48

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Ubicación de la empresa	17
<i>Ilustración 2. Logotipo de la empresa</i>	<i>22</i>
<i>Ilustración 3 Organigrama de la Empresa</i>	<i>27</i>
<i>Ilustración 4 Distribución de la Planta.....</i>	<i>28</i>
<i>Ilustración 5 Árbol de problemas</i>	<i>40</i>

Lista de tablas

<i>Tabla 1. Medicamentos populares</i>	18
<i>Tabla 2. Cacharrería</i>	20
<i>Tabla 3. Útiles escolares y artículos de oficina</i>	21
<i>Tabla 4 Matriz EFI</i>	31
<i>Tabla 5. Matriz EFE</i>	33
<i>Tabla 6. Matriz DOFA</i>	34
<i>Tabla 7 Estrategias Dofa</i>	35
<i>Tabla 8 Problemas</i>	37
<i>Tabla 9 Alternativas Solución</i>	42
<i>Tabla 10 Plan de Acción</i>	45

Lista de anexos

Anexo A. Análisis de la misión de la empresa	49
Anexo B. Análisis de la visión de la empresa	50
Anexo C. Filosofía corporativa.....	51
Anexo D. Análisis de la política calidad de la empresa.....	52
Anexo E. Lista de Chequeo Matriz EFI.....	54
Anexo F. Carta de autorización propietario de la empresa.....	59
Anexo G. Certificado de existencia y representación legal	60
Anexo H. Algunas fotos	62

Abstract

The original stationery and cacharrería. Is a microenterprise dedicated to the commercialization of products such as popular medicines, pottery, school supplies and office implements? Having a stable economic growth and positioning itself as a favorite company at the municipal and departmental level.

The company annually plans the sales strategies against the competition and assigns specific tasks to the workers to develop satisfactorily, with the purpose of that our clients obtain a product and service of high quality, in addition it provides support of training to all the personnel In order to grow professionally, both in knowledge and skills so that they can make more specific contributions to the work they develop.

Efficient action is taken on nonconforming products or services, and the most viable corrective solutions are established and implemented for the continuous improvement of the organization.

The problem raised is that the performance and performance evaluation process is not properly carried out by verifying the operation of the positions assigned to each of the workers as discussed in the company's management.

The most appropriate solution alternatives for this problem are to train the staff constantly in an integral way, motivating them in an economic and social way but valuing a set of attitudes and performance for the fulfillment of goals and objectives of the company for the growth of this.

Keyword: Profitability, growth, stationery, junking

Resume

La papelería y cacharrería original. Es una microempresa dedicada a la comercialización de productos como medicamentos populares, cacharrería, útiles escolares e implementos de oficina. Su propósito es tener un crecimiento económico estable y posicionarse como una empresa líder a nivel regional.

La empresa planifica anualmente las estrategias de ventas frente a la competencia y asigna tareas específicas a los trabajadores para desarrollarse favorablemente, con el propósito de que los clientes obtengan un producto y servicio de alta calidad, además proporciona apoyo de formación a todo el personal. Con el fin de crecer profesionalmente, tanto en conocimientos como en habilidades para que puedan hacer contribuciones más específicas al trabajo que desarrollan.

Se toman medidas eficientes en los productos o servicios no conformes, y se establecen e implementan las soluciones correctivas más viables para la mejora continua de la organización.

El problema planteado es que el proceso de evaluación del rendimiento no se lleva a cabo correctamente verificando el funcionamiento de los puestos asignados a cada uno de los trabajadores como se describe en la dirección de la empresa.

Las alternativas de solución más adecuadas para este problema son capacitar al personal constantemente de manera integral, motivándolos de manera económica y social, pero valorando un conjunto de actitudes y desempeños para el cumplimiento de objetivos y metas de la empresa para el crecimiento de esta.

Palabras Claves: Rentabilidad, crecimiento, papelería, cacharrería

Introducción

Este proyecto de grado está basado en un trabajo de práctica administrativa que se hizo a la microempresa papelería y cacharrería original, en el cual se valoraron todas las áreas de la empresa de acuerdo a la guía institucional establecida por la universidad santo tomas.

La sustentación de prácticas permite fortalecer los conocimientos y habilidades adquiridos tomados a lo largo de la carrera de administración de empresas, la cual sirve para evaluar el proceso de administrativo de una organización mediante un diagnostico estratégico, identificando un problema y solución para el logro de los objetivos de la empresa.

Para tal fin, se parte de un diagnóstico y su respectivo análisis de la empresa que permita implementar estrategias para el mejoramiento continuo, además de verificar y motivar el personal para que cumpla con sus funciones y metas propuestas por la empresa para un crecimiento económico y social satisfactorio.

Después de esto se establecen las áreas con potencial de mejora de procesos, que para el caso serían direccionamiento estratégico, gestión humana, innovación y crecimiento; las cuales tuvieron la puntuación más baja en el modelo de EFE y EFI en las cuales se establecen mejoras para el crecimiento de la empresa.

Los resultados de la investigación son útiles para el propietario ya que mediante los procesos realizados se vieron reflejadas las falencias y de acuerdo al desarrollo de este trabajo se realizara la implementación de mejoras en la microempresa.

Capítulo 1 Justificación

El trabajo de práctica administrativa/empresarial es una oportunidad para poner en contexto, los conocimientos adquiridos a lo largo del programa de Administración de Empresas.

Para la realización de la práctica, se parte del proceso de intervención en las empresas, el cual implica realizar un análisis interno y externo a la organización, determinar los problemas y posteriormente definir un plan de acción que conlleve a la implementación de las estrategias seleccionadas que permita el avance y crecimiento de la empresa.

Los resultados del trabajo son de gran utilidad para el empresario, en la medida que podría utilizar los resultados para corregir ciertas debilidades detectadas y con ello mejorar los procesos aquí analizados, los cuales generarían mayor beneficio para la microempresa.

Capítulo 2 Objetivos

Objetivo general

Proponer un plan de mejoramiento a la empresa papelería y cacharrería original a partir del diagnóstico administrativo y la formulación de estrategias adaptadas a sus necesidades.

Objetivos específicos

- caracterizar la empresa a partir del análisis de su direccionamiento estratégico y realidad jurídica y comercial.
- realizar el diagnóstico de los procesos de planeación, organización, dirección y control de la empresa y de su ambiente externo.
- analizar el problema identificado y evaluar diferentes alternativas de solución.
- formular un plan de acción de acuerdo a las estrategias identificadas.

Capítulo 3 Caracterización de la empresa

Razón social

La empresa está registrada en la Cámara de Comercio de Tunja como persona natural a nombre de Martín Robado Fernando Alonso y el nombre comercial es PAPELERÍA Y CACHARRERÍA ORIGINAL (Ver anexo A)'.

Es una microempresa colombiana, distribuidora de productos de papelería y cacharrería, con más de 20 años de tradición en el sector papelero de Chiquinquirá (Boyacá). Que satisface las necesidades a nivel regional, en artículos para oficina, útiles escolares, aseo personal y hogar, con calidad, buen servicio y precios competitivos (Mincomercio, 2019).

Objeto social

En la cámara de comercio de la microempresa papelería y cacharrería original se encuentran indicados los códigos CIIU (principal 4719 – secundario 4761) que hacen referencia a la descripción de actividad económica.

CIIU 4719 comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en general), bebidas y tabaco.

CIIU 4761 comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados.

Se recomienda incluir el código de comercio que se encuentra a continuación ya que la empresa también comercializa medicamentos populares o de primera necesidad.

4773 comercio al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en establecimientos especializados.

Tamaño de la empresa

La Papelería y Cacharrería Original se clasifica como microempresa dado que tiene actualmente 6 trabajadores (3 operarios y 3 vendedores todos con un contrato a término fijo y con todas las prestaciones establecidas por la ley) y según la normatividad colombiana. Se clasifica como microempresa aquella unidad económica que tiene activos totales **hasta de 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes y menos de 10 empleados**. Según la ley 590 de julio 10 de 2000, modificada por la Ley 905 de 2004. (Gerencie. com, 2019)

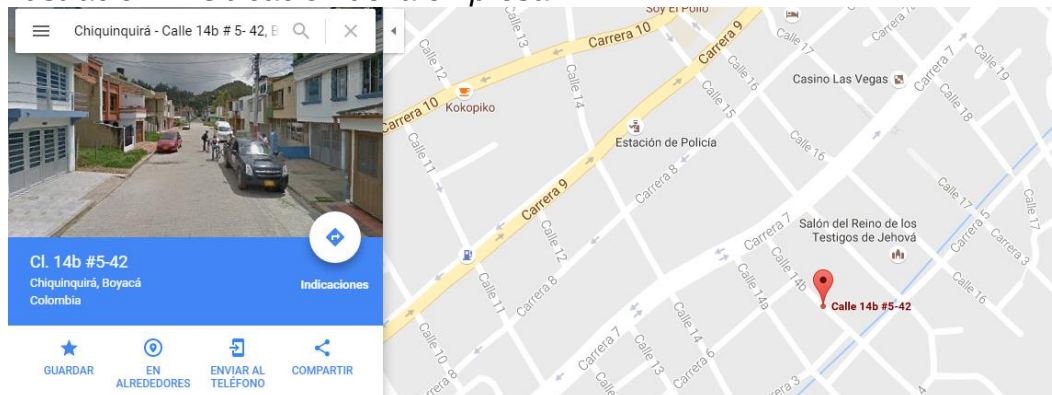
Marco jurídico

La PAPELERIA Y CACHARRERIA ORIGINAL es una microempresa constituida como persona natural en el registro único tributario y el registro mercantil, pero se aconseja transformarse a S.A.S para desarrollar las recomendaciones que en adelante se mencionan en el plan de mejora.

Las sociedades por acciones simplificadas (SAS) son más flexibles y baratas que las sociedades anónimas tradicionales. (Ver en plan de mejoramiento de la empresa) (Finanzas Personales, 2019)

Ubicación geográfica

Ilustración 1. Ubicación de la empresa



Fuente: (Googlemaps, 2019)

La bodega y punto de venta de la microempresa papelería y cacharrería Original se encuentra ubicado a cuatro cuadras del centro de la ciudad de Chiquinquirá en la calle 14 b nro. 5 –42 barrio nogal.

Portafolio de servicios

La microempresa papelería y cacharrería Original es reconocida por la calidad y variedad de sus productos, y satisface las necesidades de los clientes con el más amplio portafolio y ofrece productos tales como: (Esto es una muestra de algunos productos ya que la empresa cuenta con más de 400 artículos para su comercialización).

Tabla 1. Medicamentos populares

Medicamentos populares		
Producto	Imagen	Características
Ibuprofeno 800mg		Se utiliza para el alivio de la fiebre, dolor de cabeza, dolor dental, muscular, dolor neurológico de carácter leve o moderado y dolor postquirúrgico.
Sal de frutas lú		Es una sal granulada, que se vende sin receta y que alivia los efectos del malestar estomacal
Buscapina Compuesta		Se utiliza para el tratamiento de los espasmos del tracto gastrointestinal, espasmos y trastornos de la motilidad de las vías biliares y espasmos del tracto genitourinario.

Distran triple Acción		Es un medicamento antigripal cuya composición está regulada por el INVIMA y sirve para congestiones nasales y malestar general
Aspirina Ultra		Aspirina está especialmente indicada para aliviar dolores de cabeza, migrañas, malestares articulares y musculares, neuralgias, dolencias dentales y de oídos; bajar la fiebre, disminuir la inflamación y proteger el sistema cardio y cerebro vascular.
Crema Colgate triple acción		La crema dental es un elemento que nunca falta en nuestros hogares, vital para nuestra higiene.

Tabla 2. Cacharrería

Productos de cacharrería		
Producto	Imagen	Características
Globos de colores paquetes x 50		Los globos sirven como materiales útiles para la decoración. Ya sea para alguna reunión o cumpleaños, resulta agradable, dándole alegría y calidez al ambiente.
Pegante Súper Bonder 3 gr		Adhesivo instantáneo de avanzada tecnología, con fórmula de infusión de hule que lo hace un gel extra fuerte y flexible, resistente al agua, seca transparente, sin solventes.
Betún Cherry		Es un producto utilizado para dar lustre, impermeabilizar y mejorar la apariencia del cuero de los zapatos o botas.
Presto barba Gillette 2 hojas		Es una afeitadora desechable que sirve para el cuidado personal de la piel.

Tabla 3. Útiles escolares y artículos de oficina

Características Sirven para el aprendizaje y desarrollo de varias actividades como estudiar trabajar y realizar tareas cotidianas utilizando estos materiales		
Resmas de papel 	Cuadernos 	Lápices 
Carpetas Sobre 	Colbon Universal 	Marcadores 
Cosedoras 	Cartlinas – fomy 	Temperas y Vinilos 

Fuente: tomado de: el catalogo virtual de la papelería Original.

La microempresa papelería y cacharrería Original ejecuta visitas personalizadas a los tenderos, supermercados, y misceláneas a nivel regional, estas se realizan con una frecuencia de (1) vez al mes, llevando a cabo la comercialización de los productos y la satisfacción de los clientes. La papelería y cacharrería Original tiene un mercado fuerte, sólido y estable. Con rutas programadas de la siguiente manera:

- San miguel, Raquira, Tinjaca, Sutamarchan, Sachica y Villa de Leiva.
- Chiquinquirá, Saboya, Garavito, Puente nacional, Barbosa y Vélez.

- Nariño, caldas, Pauna, Briceño, Tunungua, Albania, Buenavista, Simijaca y Susa
- Capellanía, Ubaté, Cucunuba, Lenguaque, Guacheta y la Laguna.

Logotipo de la empresa

El logotipo con el que cuenta la empresa actualmente frente a sus clientes es el siguiente:

Ilustración 2. Logotipo de la empresa



Fuente: archivo de la microempresa papelería y cacharrería original.

Cultura organizacional

A continuación, se presentan los elementos que identifican y describen la cultura organizacional de la microempresa en su direccionamiento.

Inicialmente se presenta el direccionamiento actual de la empresa (misión, visión y objetivos), se evalúa con un formato para diagnosticar estos elementos (Ver Anexo B) y se propone uno nuevo a partir de las observaciones y comentarios del formato.

Misión

La misión es la razón de ser de la organización que define el que hacer de la misma, comprende la formulación de los propósitos que la distingue de otros negocios

en cuanto al cubrimiento de sus operaciones, sus productos, los mercados y el talento humano que soporta el logro de estos propósitos (Amaya, 2005), para el propietario, la misión es “Incrementar el capital”, pero una vez analizados los elementos requeridos, se recomienda la siguiente:

“Ofrecer productos de papelería y cacharrería a nivel regional cumpliendo con los estándares de calidad para nuestros clientes, orientarlos de forma efectiva y responsable, y satisfaciendo sus expectativas en cuanto a calidad, servicio y precio”.

Visión

La visión corporativa es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas, que proveen el marco de referencia de lo que una empresa es y quiere ser en el futuro. La visión no se expresa en términos numéricos, la define la alta dirección de la compañía, debe ser amplia e inspiradora, conocida por todos e integrar al equipo gerencial a su alrededor (Amaya, 2005), por su parte, el propietario afirma que la visión de la microempresa es “En el 2020 mantener estable el negocio y minimizar los créditos”, la cual se somete a evaluación en el formato del Anexo B y se propone la siguiente:

“En el 2024 ser los principales proveedores de soluciones en la región, diversificando el portafolio de productos, cumpliendo comercialmente y generando confianza y relaciones permanentes con los clientes”.

Objetivos corporativos

Una de las fases más importantes en la implementación de estrategias es el establecimiento de plazos de tiempo y objetivos vinculados a los mismos. En este sentido, los objetivos anuales presentan un excelente método para poder seguir la implementación de una estrategia. Los objetivos anuales deben ser fruto de un proceso de dialogo entre todos los responsables de organización y la participación activa de

todos ellos debe ser una gran garantía del compromiso y aceptación por parte de cada uno de sus tareas y responsabilidades (Buj, 2003). El propietario afirma que la microempresa no cuenta con objetivos establecidos, por lo cual se proponen y recomiendan los siguientes de acuerdo al análisis del formato (Anexo 2).

Crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad: El objetivo corporativo de la empresa es el siguiente: “Consolidar el valor de la empresa, crecer en el mercado y aumentar la rentabilidad del ejercicio”, para lo cual, después de discutirlos con el propietario, se relacionan los siguientes.

- Aumentar en un 10% el margen operativo de los productos.
- Mantener la rentabilidad del activo sobre el 20%.
- Cubrir el 100% de los municipios de Boyacá

Excelencia administrativa y operativa: implementar y fortalecer el Sistema Integral de Gestión y Control (SIGC), basado en procesos sencillos, útiles y ágiles e innovadores, que permitan optimizar la eficiencia y eficacia administrativa y operativa en beneficio de nuestros clientes.

Talento humano: Propiciar el desarrollo del equipo humano de la empresa comprometido y competente para el ejercicio de sus funciones, en pro del cumplimiento de los objetivos empresariales.

Gestión enfocada al cliente: Atender oportuna y respetuosamente todas las solicitudes, peticiones, quejas y reclamos de nuestros clientes, con el fin de ser reconocidos como una empresa líder a nivel municipal y departamental.

Orientación hacia resultados: Orientar el comportamiento de la empresa hacia una cultura de toma de decisiones fundamentada en resultados e indicadores de gestión que soportan el logro y cumplimiento de las estrategias de la organización.

Políticas de Calidad

Para conseguir que la estrategia vaya impregnando a toda la organización y, por tanto, que se vaya tomando el rumbo deseado por la alta dirección de la estrategia, es preciso conseguir cambios que no se producen de forma automática, para ello se necesita contar con políticas que hagan aquella función. Las políticas hacen la implementación de la estrategia vaya produciéndose gradualmente y ello da lugar a resolver problemas de naturaleza recurrente en el día de las organizaciones. Las políticas son directrices generales que deben ser conocidas por toda organización y servir como referente a la hora de confrontar cada acción con la deseada. Se concreta en métodos, procedimientos, reglas y prácticas administrativas que respaldan y fomentan el trabajo que llevara a alcanzar las metas deseadas. Las políticas permiten aclarar aquello que se puede y que no se puede hacer con miras a alcanzar los objetivos globales (Buj, 2003)

Las políticas de la microempresa no se encuentran establecidas según el propietario, por lo cual se recomiendan las siguientes de acuerdo al análisis realizado ver (Anexo 2).

Es una cualidad que debe tener cualquier servicio para obtener un mayor rendimiento en su funcionamiento y durabilidad, cumpliendo con normas y reglas necesarias para satisfacer las necesidades del cliente (Emprendices, 2019). – Ver anexo B.

La política de calidad surgida a partir del análisis de los objetivos y necesidades del cliente sería: “Papelería y cacharrería original a través del mejoramiento continuo en los procesos de servicio al cliente y calidad de los productos logrará garantizar el crecimiento sostenido de sus negocios”.

Política de salud ocupacional

El objetivo principal de la salud ocupacional es el de velar por el bienestar, la salud y las condiciones de trabajo de cada individuo en una organización. La presencia de la salud ocupacional en una organización es de vital importancia ya que además de

procurar el más alto bienestar físico, mental y social de los empleados, éste también busca establecer y sostener un medio ambiente de trabajo seguro y sano (De la Espriella, 2015).

La política de salud ocupacional sugerida a partir del análisis de los objetivos y necesidades de los colaboradores es de implementar una mejor práctica en la identificación de peligros y la valoración de riesgos de seguridad y salud ocupacional en el trabajo.

Además, a nivel operativo se tienen políticas como: cartera, inventarios, proveedores, contratación y mercadeo.

La papelería y cacharrería Original distribuye productos de alta calidad, buscando satisfacer la necesidad del cliente, y el mejoramiento continuo en la comercialización de nuestros productos.

- Procesos de selección de personal, inducción, motivación y capacitación del grupo de colaboradores.
- Planear y diseñar estrategias innovadoras de mercadeo y publicidad.
- Programar compra de productos según necesidad de nuestros clientes
- Desarrollar estrategias que garanticen la satisfacción y fidelización del cliente.

Principios y valores

Los principios corporativos son el conjunto de valores, creencias, normas, que regulan la vida de una organización. Ellos definen aspectos que son importantes para la organización y que deben ser compartidos por todos. Por tanto constituyen la norma de vida corporativa y el soporte de la cultura organizacional (Amaya, 2005).

Los valores y principios que se muestran a continuación son parte de la cultura y principios éticos del ser humano que se implantaron en la microempresa de acuerdo a ciertos parámetros (ver anexo 3).

Respeto. La consideración y valoración especial que se le tiene a alguien o a algo, al que se le reconoce valor social o especial diferencia». También es uno de los valores fundamentales que el ser humano debe tener siempre presente a la hora de interactuar con personas de su entorno.

Responsabilidad. Realizamos nuestra labor cumpliendo puntualmente con nuestros pedidos y compromisos dentro y fuera de la organización.

Servicio al cliente. Ofrecer un óptimo servicio, superando las expectativas de nuestros clientes atendiéndolos de forma amable, confiable y oportuna.

Honestidad. Nos caracterizamos por tener comportamientos éticos, de rectitud y honradez siendo leales a nuestros compromisos empresariales y personales.

Diseño organizacional

Siendo una microempresa el propietario no ha propuesto un organigrama que es departamentalización funcional, por lo que se propone un esquema de departamentalización funcional para las áreas de compra y venta, el área financiera y de talento humano son inherentes al área directiva personalizada en el gerente.

Ilustración 3 Organigrama de la Empresa



Fuente: Elaboración por autora.

La propuesta es un organigrama que presenta una estructura vertical, debido a que la distribuidora es pequeña por lo que su ejecución se facilita para los trabajadores.

A continuación, se especifican las funciones por cada departamento:

Gerente: Es la persona que aporta el capital y quien decide el rumbo que toma la empresa, además es el encargado de supervisar y coordinar todas las operaciones que se rigen dentro de la organización como la compra de productos para la comercialización y es el encargado de todo el personal.

Operarios (Bodega): Son las personas que se encuentran a cargo del acomodo de las mercancías, del inventario, órdenes de pedidos, etc. deberá presentar reportes con la finalidad de que el gerente general encargado de la administración tenga conocimiento de la parte operacional.

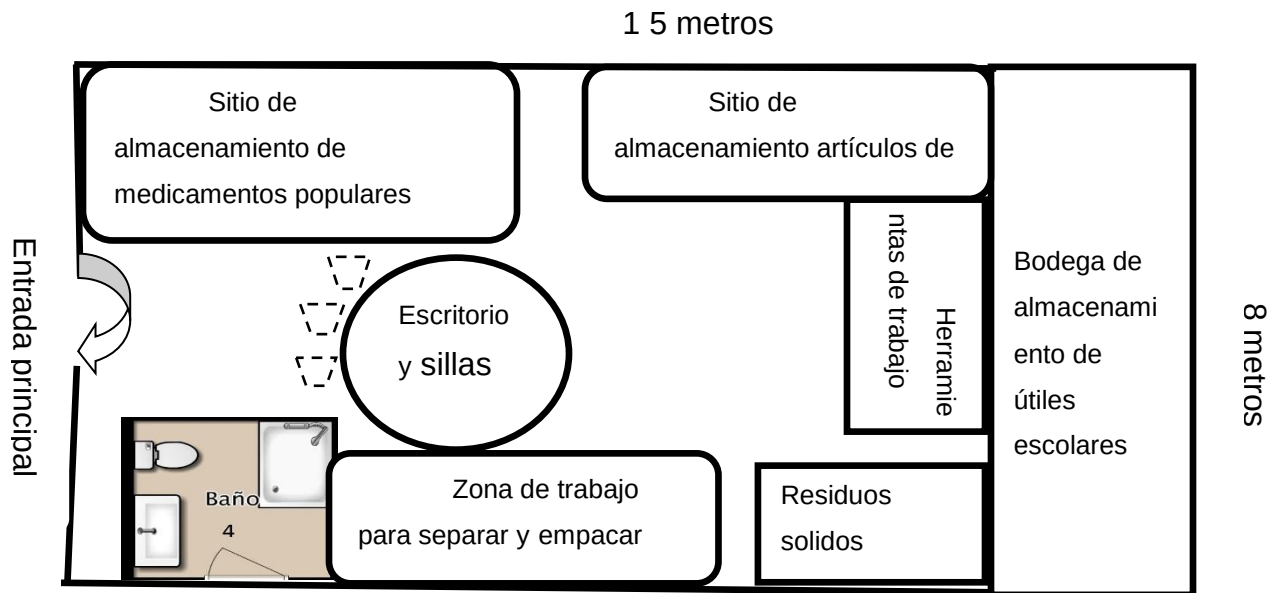
Conductor: Se le asignaran las cuatro rutas a cubrir, de él depende la entrega oportuna de nuestros productos en los distintos establecimientos. Además, lo acompañara una persona auxiliar la cual se encarga de descargar el producto desde el carro y lo entrega en perfectas condiciones para su comercialización final.

Distribución de la planta (bodega)

La empresa tiene una bodega, pero no cuenta con diseños de planta, pero se propone un bosquejo en el siguiente gráfico.

La empresa cuenta con una bodega donde almacena los productos adquiridos para su comercialización, también facilita allí la prestación de servicio como punto de venta.

Ilustración 4 Distribución de la Planta



Fuente: Elaboración por autora

La microempresa pertenece al sector comercial mayorista que consiste en el intercambio de algunos materiales de servicio que son libres de compra y venta en el mercado, de artículos como; útiles escolares, medicamentos populares de venta libre y cacharrería.

Capítulo 4 Diagnóstico Administrativo

El diagnóstico comprende el análisis externo e interno, a partir de los cuales se elabora la matriz DOFA. Este análisis comprende la matriz interna EFI y la externa EFE.

Evaluación de factores internos (EFI)

La matriz EFI, presenta, en un cuadro de doble entrada, por una parte, los factores críticos de éxito relacionados con los recursos y capacidades de la empresa o negocio (fortalezas y debilidades) y, por otra, los valores a asignar a cada uno de estos factores en función de su contribución al éxito de la empresa o negocio en cuestión (Buj, 2003). El análisis interno de la papelería y cacharrería original tiene por objetivo conocer las fortalezas y debilidades dentro la microempresa, la información planteada a continuación fue suministrada por el propietario y se recopiló de manera adecuada basada en el análisis de los procesos de planeación, organización dirección y control.

A partir de la primera aproximación al proceso administrativo abajo explicada, se procedió a aplicar los formatos de diagnóstico interno, donde el propietario calificó cada uno de los elementos de las capacidades empresariales.

El levantamiento de la información se realizó a través de listas de chequeo que se observan en el Anexo E, donde se verificó con el propietario si cada uno de los elementos, cumple (4), no cumple (1) o cumple parcialmente (2 o 3).

El diagnostico se sintetiza en la una matriz EFI, donde se estable un promedio para saber si el elemento es una debilidad (inferior a 2,5) o una fortaleza (superior a 2,5), igual que en la matriz EFE, pero en este caso se evalúan debilidades o fortalezas.

Tabla 4 Matriz EFI

EFI (Evaluación de Factores Internos)			
Factor Crítico de Éxito			
Fortalezas	Peso	Variación	Ponderado
Objetivos claros y alcanzables de la empresa (Rentabilidad)	0.12	4	0.48
Existen principios y valores de acuerdo a la filosofía de la organización	0.10	4	0.40
selección de personal de acuerdo a sus capacidades y experiencia para el cumplimiento del cargo	0.09	4	0.36
Estructura definida para cumplimiento de funciones (contrato de trabajo)	0.08	3	0.24
Evaluación trimestral de desempeño de los colaboradores	0.05	3	0.15
Debilidades			
No se comunica el plan de direccionamiento a los empleados ni las normas para el cumplimiento de la empresa	0.10	2	0.20
El liderazgo no se cumple a cabalidad y no se tiene en cuenta la opinión de los colaboradores	0.10	2	0.20
No se Direcciona a los empleados para el cumplimiento de sus funciones y tampoco se delegan responsabilidades de autoridad a ningún colaborador en la toma de decisiones	0.04	1	0.04
No se realiza trabajo en equipo ya que cada colaborador cumple sus funciones	0.07	1	0.07
No se realiza supervisión y no hay motivación por parte del propietario para el cumplimiento de metas de la empresa	0.25	1	0.25
Total	100%		2,39

Fuente: Elaboración por autora.

El proceso administrativo sería una debilidad debido a que obtiene menos de 2,5 en especial debido al proceso de dirección. El cual se enfoca en el talento humano, el liderazgo, trabajo en equipo, supervisión y evaluación de cumplimiento de los colaboradores ya que son parte fundamental para el funcionamiento de la organización.

Evaluación de los factores externos (EFE)

La matriz de evaluación del factor externo trata de presentar, en un cuadro de doble entrada, por una parte, los factores críticos de éxito relacionados con el entorno

(oportunidades y amenazas), por otra, los valores asignados a cada uno de estos factores en función de su contribución al éxito de la empresa o negocio en cuestión. (Buj, 2003). El análisis externo de la microempresa papelería y cacharrería original tiene por objetivo conocer los beneficios y amenazas de la empresa, la información fue recopilada por medio de la observación.

Económico. La economía está en un proceso de recuperación y crece por encima del 3%, lo que propiciará un mayor consumo de los hogares, y busca la oportunidad de realizar apertura de nuevos mercados a nivel regional.

Político. Se brinda una oportunidad laboral para favorecer la disminución del índice de desempleo de Colombia en los últimos años y se genera desarrollo económico en el país. De igual manera La organización toma decisiones de acuerdo a los códigos de comercio y laboral estipulados en la constitución política de Colombia.

Social. Los clientes con los que cuenta la organización prefieren los productos ofrecidos en el catálogo de ventas, ya que son de mejor calidad que los que ofrece la competencia, y con precios similares, además contamos con una imagen altamente reconocida a nivel municipal y departamental.

Existen Buenas relaciones con clientes y proveedores ya que se cuenta con atención personalizada y son parte fundamental para el progreso de la empresa.

Tecnológico. La papelería y cacharrería original, cuenta con la capacidad tecnológica acorde con las exigencias del mercado y explora nuevas plataformas digitales para impulsar las ventas.

Ambiental. La microempresa cuenta con un sistema de seguridad social y salud ocupacional para prevenir un impacto negativo al medio ambiente y a la comunidad en general. Así mismo La papelería cuenta con un plan de emergencia con base en los Planes de Contingencia de la Oficina Nacional para la Atención y Prevención de Desastres.

A partir de esta información se construye la matriz EFE, calificando primero cada elemento como 1 si es una amenaza grave, 2 si es amenaza leve, 3 si es oportunidad leve y 4 si es una gran oportunidad. A cada uno de los factores clave se le asigna una importancia relativa o peso y este valor se multiplica por la calificación para obtener el

ponderado. Si la suma ponderada es superior a 2,5 entonces se dice que los factores externos son una oportunidad, pero si son inferiores, entonces son una amenaza.

Tabla 5. Matriz EFE

EFE (Evaluación de Factores Externos)			
Factor Crítico de Éxito			
Oportunidades	Peso	Variación	Ponderado
Crecimiento de la Economía por consumo de productos en hogares	0.15	4	0.60
Apertura de nuevos mercados regionales con atención personalizada	0.12	4	0.48
la microempresa brinda oportunidad laboral a nivel regional	0.10	3	0.30
Nuevas tecnologías (explorar plataformas digitales para impulsar las ventas)	0.15	4	0.60
Venta de productos escolares innovadores	0.13	3	0.39
Amenazas			
Creación de nuevas empresas con precios bajos y nuevas estrategias	0.09	2	0.18
La inconformidad de los clientes por servicios o productos que no han llenado sus expectativas	0.08	2	0.16
Incremento del Iba según reforma tributaria en precios de los productos que se comercializan	0.07	2	0.14
Alta presencia en medios digitales de la competencia	0.06	1	0.06
Desastres naturales (incendio o inundación dentro de la bodega de la empresa)	0.05	1	0.05
Total	100%		2,96

Fuente: Elaboración por autora.

El proceso administrativo sería una Oportunidad debido a que obtiene más de 2,5, principalmente explicada por el crecimiento económico.

Matriz DOFA

Para el análisis se utiliza la matriz DAFO teniendo en cuenta los resultados de la evaluación del proceso administrativo.

La matriz DAFO surge como consecuencia de la aplicación de análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades) en el campo de las matrices. A través de ella se buscan las diferentes combinaciones entre los factores internos, es decir, los recursos y capacidades capaces de generar fortalezas o de presentar

debilidades, y los aspectos externos, reveladores de amenazas, pero también de oportunidades de negocio (Buj, 2003). El análisis de matriz DOFA de la microempresa tiene por objetivo conocer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, y que no tenían planteadas anteriormente y que se recomiendan para mejorar el proceso administrativo.

Tabla 6. Matriz DOFA

Análisis Interno	Fortalezas	Debilidades
	objetivos claros y alcanzables de la empresa (Rentabilidad)	No se Direcciona a los empleados para el cumplimiento de sus funciones y tampoco se delegan responsabilidades de autoridad a ningún colaborador en la toma de decisiones
	Existen principios y valores de acuerdo a la filosofía de la organización	No se realiza trabajo en equipo ya que cada colaborador cumple sus funciones
	selección de personal de acuerdo a sus capacidades y experiencia para el cumplimiento del cargo	No se realiza supervisión y no hay motivación por parte del propietario para el cumplimiento de metas de la empresa
Análisis Externo	Oportunidades	Amenazas
	Crecimiento de la Economía por consumo de productos en hogares	Alta presencia en medios digitales de la competencia
	Apertura de nuevos mercados regionales con atención personalizada	Desastres naturales (incendio o inundación dentro de la bodega de la empresa)
	Nuevas tecnologías (explorar plataformas digitales para impulsar las ventas)	

Fuente: Elaboración por autora

A partir de la matriz DOFA, tomando como las debilidades más importantes en la matriz EFI de acuerdo a la menor calificación en cada proceso administrativo de la

empresa, se identifican como debilidades a abordar y resolver en cada proceso las siguientes:

- ✓ No se direcciona a los empleados para el cumplimiento de sus funciones y tampoco se delegan responsabilidades de autoridad a ningún colaborador en la toma de decisiones.
- ✓ No se realiza trabajo en equipo ya que cada colaborador cumple sus funciones.
- ✓ No se realiza supervisión y no hay motivación por parte del propietario para el cumplimiento de metas de la empresa.

Cada uno de los problemas se evalúa frente a los objetivos de la empresa para saber cuáles son los que más impactan o afectan si se solucionan con la matriz cuantitativa de la planeación estratégica.

Dicha matriz se analizan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en forma general de cada marca personal; y se trazan las estrategias **DO**, **DA**, **FO** y **FA**, que son estrategias de debilidades y oportunidades, debilidades y amenazas, fuerzas y oportunidades y estrategias de fuerzas y amenazas.

Tabla 7 Estrategias Dofa

Factores Internos Factores Externos	Fortalezas	Debilidades
	F1 objetivos claros y alcanzables de la empresa (Rentabilidad) F2 Existen principios y valores de acuerdo a la filosofía de la organización F3 selección de personal de acuerdo a sus capacidades y experiencia para el cumplimiento del cargo	D1 No se Direcciona a los empleados para el cumplimiento de sus funciones y tampoco se delegan responsabilidades de autoridad a ningún colaborador en la toma de decisiones D2 No se realiza trabajo en equipo ya que cada colaborador cumple sus funciones D3 No se realiza supervisión y no hay motivación por parte del propietario para el cumplimiento de metas de la empresa
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO

O1 Crecimiento de la Economía por consumo de productos en hogares O2 Apertura de nuevos mercados regionales con atención personalizada O3 Nuevas tecnologías (explorar plataformas digitales para impulsar las ventas)	1 con objetivos claros y consumo masivo de productos se obtiene crecimiento y rentabilidad en la empresa 2 expandir nuevos mercados a nivel regional con atención personalizada basada en los principios y valores con los que cuenta la organización 3 contratar personal capacitado en áreas tecnológicas y mercadeo para mejorar las ventas de manera eficaz	1 direccionar a los colaboradores delegando responsabilidades según el cargo realizando un plan de charla de técnicas mensuales para que realicen toma de decisiones acordes al crecimiento de la empresa 2 abrir nuevos canales de comercialización realizando trabajo en equipo desarrollando catálogos, afiches, folletos y realizando campañas de marketing directo 3 realizar supervisión de los cargos utilizando plataformas digitales y motivando los colaboradores dando oportunidad de tiempo de capacitación para su desarrollo profesional y dando incentivos como bonos u obsequios por cumplimiento de metas
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
A1 Alta presencia en medios digitales de la competencia A2 Desastres naturales (incendio o inundación dentro de la bodega de la empresa)	1 incrementar cobertura de llamadas telefónicas y actualizar las plataformas digitales para fidelizar clientes y así aumentar la rentabilidad 2 capacitar los colaboradores para el cumplimiento de sus funciones y de seguridad y salud ocupacional para fomentar un ambiente de trabajo seguro y saludable	1 capacitar al personal para el cumplimiento de sus funciones y delegar responsabilidades en grupos para realizar integración de trabajo en equipo y motivarlos de tal manera que sientan agrado al realizar su trabajo y así actualizar el catálogo de artículos de publicidad y minimizar los medios digitales de la competencia con supervisión del propietario D1 D2 D3 A1

Las estrategias planteadas para la papelería y cacharrería original pueden ser aplicadas para mejorar los objetivos y cumplimiento de metas de la empresa.

Primero se asigna un peso relativo a cada objetivo de acuerdo a su importancia para el empresario, luego se califica cada proceso de 1 a 4 si al resolver la debilidad se alcanza el objetivo, finalmente se multiplica el peso por la calificación para obtener el ponderado y se suma. El problema que tenga un ponderado mayor será el priorizado.

Tabla 8 Problemas

Objetivos Estratégicos	Peso %	Problemas							
		Planeación		Organización		Dirección		Control	
		Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad	25	4	1,00	3	0,75	4	1,00	3	0,75
Excelencia administrativa y operativa	15	3	0,45	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Talento humano	25	4	1,00	4	1,00	3	0,75	3	0,75
Gestión enfocada al cliente	25	3	0,75	3	0,75	4	1,00	3	0,75
Orientación hacia resultados	10	2	0,2	3	0,3	4	0,40	4	0,4
Total	100		3,40		3,25		3,60		3,10

Fuente: Elaboración por autora

Como se observa, los problemas que más impactan la consecución de los objetivos de la empresa son en su orden: el proceso de dirección y de planeación.

Teniendo en cuenta que el proceso de dirección obtiene el mayor puntaje con 3,6, se prioriza y se recomienda su intervención para la solución de las debilidades encontradas.

Al resolver las debilidades del proceso de dirección, se ayuda a obtener los objetivos de crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad, así como el de gestión enfocada al cliente.

Las principales metodologías y herramientas empleadas en la gestión estratégica para analizar el ámbito interno de una empresa u organización de cara a su evaluación para la posterior formulación de opciones estratégicas coherentes y viables, así como para la corrección o solución de debilidades.

Una primera precisión que conviene clarificar es que en los apartados siguientes no se intenta plantear un manual de evaluación de las diferentes variables o aspectos funcionales de una organización. Para evaluar los factores y aspectos funcionales de cada una de las partes que conforman una organización ya existen manuales y técnicas específicas en los que los diferentes temas se tratan con mucha mayor precisión y, sobre todo, con objetivos diferentes a los que aquí nos ocupan.

En nuestro caso, se trata exclusivamente de identificar las variables clave de la organización, sus fortalezas y debilidades para poder evaluar su posición competitiva con consecuencia, poder diseñar unas estrategias de acción encaminadas a mantener, mejorar o modificar sus ventajas o posiciones competitivas.

Por este motivo se hacen especialmente importantes dos objetivos:

1. Identificar las variables clave.
2. Sintetizar los aspectos más relevantes de estas variables en una posición única y global.

Las técnicas a utilizar para el logro de estos objetivos son, en algunos casos, las tradicionalmente empleadas por otras disciplinas, como son, por ejemplo, la auditoria de procedimientos o el análisis de estados financieros, si bien, en otras ocasiones, se utilizan herramientas específicas de esta materia, tales como las matrices estratégicas.

El propósito del análisis de los factores internos, desde una óptica estratégica, es la identificación y evaluación de cada aspecto o característica significativa y la integración y síntesis de todos ellos en un reducido número de indicadores que integren todos los aspectos relevantes y que recojan las interconexiones entre aquellos.

Las diferentes áreas funcionales de una organización ni son ni pueden tratarse como comportamientos estancos y aislados, la coordinación es la base sobre la que se asienta una eficaz gestión estratégica y para ello debe analizarse cada área funcional (finanzas, producción, comercialización, etc.) no solo de forma aislada sino también en conexión con el resto de la organización. De nada valdría, por ejemplo, una excelente tecnología productiva si se adolece de serios problemas en la comercialización si la logística no es la adecuada o si la organización es incapaz de hacer frente a las tensiones financieras derivadas del proceso de producción y venta.

Por tanto, un análisis de las áreas y factores claves de la organización implica tratar tanto los aspectos funcionales como los organizativos o del proceso de gestión. Debe realizarse bajo la óptica del objetivo – servir al proceso estratégico- y en interconexión con el medio o entorno.

Comenzaremos describiendo y examinando las tareas más relevantes de cada una de las áreas administrativas de la organización, que son, por tanto, las que es preciso observar con vistas al análisis que nos ocupa.

La evaluación, integración y síntesis de los aspectos más significativos detectados en el análisis previo precisan de unas herramientas y técnicas a cuyo estudio se procede a continuación. Con metodología de análisis suele ser habitual el uso de listas (checo lista), de tal modo que, a través de cuestionarios formalizados, se

proceda a un repaso de todos los aspectos generalmente considerados relevantes.
(Buj, 2003)

Las funciones directivas. Tal como hemos avanzado en el apartado anterior, la evaluación estratégica de una organización con miras a definir las estrategias que pudiera ejercer en un futuro suele comenzar por un análisis exhaustivo de sus aspectos organizacionales o administrativos. A tal organización, gestión de los recursos humanos y control.

Las cuatro funciones señaladas, si bien el control puede considerarse que afecta a todo el proceso de forma continuada y no secuencial, engloban la mayoría de las actividades que los órganos de gobierno de las organizaciones realizan en todos los niveles organizativos. (Planeación, organización, la gestión de los recursos humanos, control) (Buj, 2003)

Capítulo 5 Análisis del problema y planteamiento de solución

Planteamiento del problema a solucionar

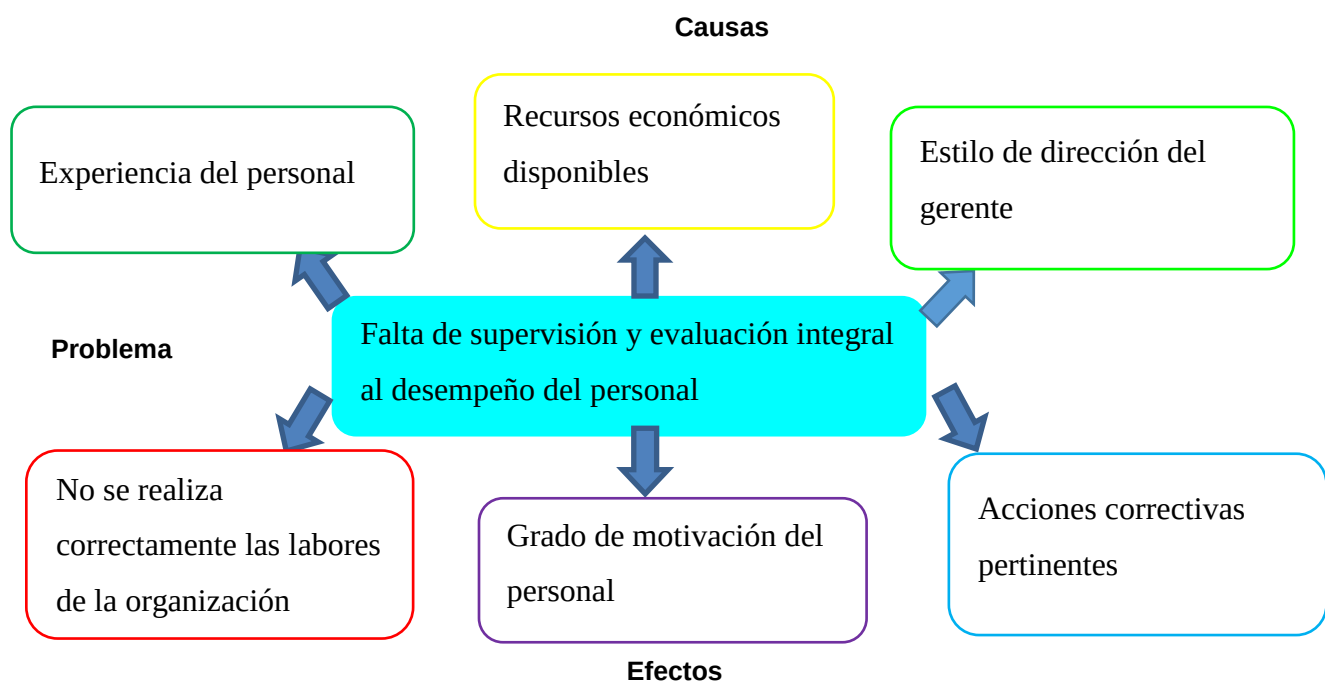
El problema seleccionado como prioritario en el proceso de **Dirección**, debe describirlo y sustentarlo, utilizando como herramienta la matriz Árbol de Problemas.

La supervisión de gestión y mejora de desempeño del personal debe ser implementado por la dirección de la empresa ya que los empleados complementan con el desarrollo de sus funciones laborales a la organización.

El factor principal que debe tener en cuenta la **Dirección** es tener políticas para hacer la valoración y medir el cumplimiento del personal en cada una de sus funciones, de acuerdo con las expectativas de la empresa.

Árbol de problemas

Ilustración 5 Árbol de problemas



Fuente: Elaboración por autora

Alternativas de solución

Los problemas con los que cuenta la microempresa pueden tener alternativas de solución, se recomienda implementar las siguientes:

Diseñar estrategias para mejorar y evaluar las funciones de cada uno de los empleados, para obtener una adecuada rentabilidad de cada actividad realizada.

Desarrollar constantemente a los empleados de manera integral y concluir reuniones periódicas entre áreas. Por ejemplo, el desarrollo de los operarios y vendedores, con el fin de promover la rotación para aprovechar el potencial de los empleados.

Liderar las condiciones laborales brindando la confianza necesaria para que estos realicen su trabajo de forma libre sin presiones ni limitaciones para el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Plantear un programa completo de motivadores económicos para el cumplimiento de metas y así aumentar la comercialización de los productos a nivel departamental.

Selección de la alternativa de solución

Evaluada las alternativas propuestas como solución al problema planteado, debe seleccionar y sustentar la que sea más conveniente implementar para mejorar la productividad y competitividad de la empresa.

La alternativa escogida debe ir soportada con el marco referencial, (apoyada por teorías o autores que respalden el objeto de estudio). Cuantificada desde el punto de vista económico (respaldada con presupuestos). Y sustentada en el contexto social con los beneficios, impactos o aportes para la empresa, los trabajadores, los clientes.

Para la selección de alternativas, nuevamente se utiliza la matriz de planeación estratégica en la que se comparan las diferentes alternativas frente a los objetivos, para identificar la que más aporta al desarrollo de los mismos.

Para la ponderación de las estrategias, se utiliza la misma metodología de la tabla de evaluación de problemas, es decir, se da la importancia a los objetivos, se

califican las estrategias y se suma las ponderaciones, seleccionando la de mayor puntaje.

Tabla 9 Alternativas Solución

Objetivos	Peso %	problemas							
		Estrategias de mejora		Motivación		Liderazgo		Evaluación	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad	25	4	1,00	4	1,00	4	1,00	3	0,75
Excelencia administrativa y operativa	15	3	0,45	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Talento humano	25	3	0,75	4	1,00	3	0,75	4	1,00
Gestión enfocada al cliente	25	3	0,75	4	1,00	3	0,75	3	0,75
Orientación hacia resultados	10	4	0,40	4	0,40	4	0,40	3	0,30
Total	100		3,35		3,85		3,35		3,25

Fuente: Elaboración por autora

La tabla indica que la principal solución sería desarrollar a los empleados constantemente de manera integral para evaluarlos periódicamente por medio de reuniones grupales con el fin de mejorar el desempeño en cada uno de los cargos de los trabajadores.

Lo anterior significa mejorar el clima organizacional, el cual es entendido como una percepción individual de la empresa y su entorno, convirtiéndose en mediador para que las personas desarrollen procesos creativos innovadores y la adecuada gestión de este, formando un entorno en el cual se puedan tener mayor identidad con la empresa, apertura al cambio, autonomía, trabajo en equipo y motivación para hacer su labor cada vez mejor.

En los equipos de trabajo habrá personas que por su experiencia, conocimiento, habilidad, actitud o por la suma de todos ellos, se convierten en las estrellas alrededor

de las cuales gira el trabajo de los otros, de tal manera que este liderazgo natural es reconocido y apoyado.

La motivación puede definirse como aquello que fortalece, dirige y mantiene el comportamiento humano. Este término hace referencia al deseo de una persona de hacer el trabajo lo mejor posible, o de ejercer más esfuerzo para realizar las tareas encomendadas. La cuestión fundamental en el estudio de la motivación consiste en dirigir el comportamiento al logro de un objetivo.

La teoría de la motivación intenta explicar porque los empleados están más motivados y más satisfechos con un tipo de trabajo que con otro. Para los directivos resulta esencial comprender la motivación del trabajo porque los empleados que están muy motivados están en mejor disposición de ofrecer un producto o servicio de calidad superior que aquellos otros trabajadores que carecen de motivación. (Gómez, Balkin, & Cardy, 2008)

Para implementar la solución recomendada, primero se aconseja modificar el tipo de la empresa, para cambiar de persona natural y jurídica.

La PAPELERIA Y CACHARRERIA ORIGINAL es una microempresa constituida como persona natural en el registro único tributario y el registro mercantil, pero se aconseja transformarse a S.A.S para desarrollar las recomendaciones que en adelante se mencionan en el plan de mejora.

Las sociedades por acciones simplificadas (SAS) son más flexibles y baratas que las sociedades anónimas tradicionales. En el país se han creado más de 65.000 de estas empresas desde su puesta en marcha en diciembre.

Una estructura ágil, con menos costos, con la responsabilidad clara, y donde un solo emprendedor puede ser el titular de la propiedad es lo que propone la sociedad por acciones simplificadas (SAS), la nueva modalidad de creación de empresas que está tomando fuerza en el sistema societario colombiano.

Más de 65.000 empresas fueron creadas desde que fue aprobada en el mes de diciembre del año pasado. Esto demuestra las grandes ventajas que conlleva el conformar empresas bajo esta forma.

El objetivo de este modelo en Colombia es promover la innovación tanto tecnológica como empresarial, reducir las barreras de acceso al sistema financiero para aquellas nuevas empresas, promover el desarrollo económico en el país y la posibilidad de que con un bajo presupuesto se pueda dar inicio a un proyecto de empresa.

Las características de esta forma de creación de empresas son las siguientes:

- Unipersonalidad
- Constitución por documento privado
- Terminación de duración indefinido
- Objetivo social indeterminado
- limitación de la responsabilidad por obligaciones fiscales y laborales
- voto múltiple
- libertad de organización
- no es obligatoria la revisoría fiscal, ni la junta directiva
- Elimina límites sobre distribución de utilidades

La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a la sociedad anónima.

La creación de la SAS se hace por medio de un documento privado, que debe autenticarse por quienes participan en su suscripción e inscribirse en el registro mercantil de la cámara de comercio.

La SAS no estará obligada a tener junta directiva, salvo previsión estatutaria en contrario. Si no se estipula la creación de una junta directiva, la totalidad de las funciones de administración y representación legal le corresponderán al representante legal designado por la asamblea (Finanzas Personales, 2019)

Recomendaciones

Se recomienda implementar el código de comercio que se encuentra a continuación ya que la empresa también comercializa medicamentos populares o de primera necesidad.

4773 comercio al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en establecimientos especializados.

Capítulo 6 Plan de acción

Para el plan de acción se seleccionan las alternativas de desarrollo integral y motivación monetaria para todo el personal de la organización con el fin de evaluar el cumplimiento de metas propuestas para la comercialización de los productos a nivel departamental, para ello se plantea como objetivo:

Crear un ambiente motivador del personal, además de establecer competencias laborales de los cargos, la formación y desarrollo de capital humano en función de la mejora permanente de su desempeño integral.

Las acciones necesarias para llevar a cabo este objetivo se presentan en el siguiente esquema de plan de acción.

Tabla 10 Plan de Acción

No.	ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	RECURSOS	Fecha		FORMULA INDICADOR
1	Evaluar de manera integral el desempeño del personal	Realizar procesos técnicos en forma integral, sistemática y continua dirigida por el gerente de la empresa, valorando un conjunto de actitudes, rendimientos y comportamiento laboral del personal en el desempeño de sus cargos, cumpliendo cada una de sus funciones de manera eficaz y oportuna.	Humano Integral y social	INICIO	FINAL	Número de personal a evaluar
				Enero 12/2020	Febrero 23/2020	
2	Diseñar un programa de motivadores sociales	Crear un líder alternativo para la toma de decisiones en caso de que el gerente no pueda cumplir con esta función. Proponer las motivaciones económicas y sociales por cada área de trabajo en beneficio del personal, para el cumplimiento de metas de la empresa.	Humano Económicos Técnicos	Enero 05/2020	Abril 26/2020	Numero de motivadores

Fuente: Elaboración por autora

El plan de acción planteado para la microempresa es adecuado puesto que realiza cambios significativos en motivación, liderazgo, toma de decisiones y trabajo en

equipo de manera integral para que los colaboradores se sientan a gusto realizando sus funciones de forma adecuada y de esta manera la organización cumpla con su propósito de crecimiento y estabilidad en el mercado a nivel departamental.

Capítulo 7 Conclusiones y recomendaciones

El informe de la Práctica debe incluir las conclusiones del diagnóstico realizado en el desarrollo de la solución. Debe el estudiante tener en cuenta que estas conclusiones son diferentes a las conclusiones generales del trabajo

En el análisis de proceso de dirección para la papelería y cacharrería original se percibe la falta en el proceso de la supervisión y evaluación de desempeño adecuada para que los empleados cumplan con sus objetivos.

En la dirección, el principal problema es que no se cuenta con la evaluación del personal de manera integral en el momento de desempeñar cada una de sus funciones; por lo cual se recomienda realizar un plan de acciones pertinente dirigido por el gerente valorando un conjunto de actitudes, rendimientos y comportamiento laboral del personal en el desempeño de sus cargos, cumpliendo cada una de sus funciones de manera eficaz y oportuna.

En el proceso de control puede solucionarse mediante la motivación del personal en el cual se propone implementar un líder que pueda tomar decisiones cuando el gerente no pueda cumplir esta función, además de crear técnicas para estimular a los empleados proporcionando un ambiente de trabajo positivo, promoviendo la creatividad y el aporte de ideas e informando a los empleados sobre su rendimiento y señalando sus puntos de progreso y aquellos donde se debe mejorar.

De acuerdo a lo anterior y teniendo en cuenta que no se hace el respectivo seguimiento a los indicadores o a las acciones correctivas pueden verse desviadas del verdadero problema.

Se recomienda implementar el código de comercio 4773 ya que la empresa también comercializa medicamentos populares o de primera necesidad.

De igual manera se recomienda a la empresa ajustar el modelo que se propone como sociedad SAS, ya que cuenta con diversos beneficios y cumpliría con ciertas normas establecidas por la ley, puesto que no se maneja la contabilidad en un sistema adecuado de costos y gastos de la empresa.

Capítulo 8 Bibliografía

- Amaya, J. A. (2005). *Planeacion & Estrategia Gerencia y software para el control de los planes*. Bucaramanga: Universidad Santo Tomas de Aquino.
- Buj, S. G. (2003). *Direccion estrategica*. Madrid: Mc Graw Hill.
- De la Espriella, A. (2015). *La importancia de la salud ocupacional en las organizaciones*. Obtenido de <https://blog.acsendo.com/la-importancia-de-la-salud-ocupacional-en-las-organizaciones/>
- Emprendices. (diciembre de 2019). *La importancia de la Calidad en las Empresas*. Obtenido de <https://www.emprendices.co/la-importancia-la-calidad-las-empresas/>
- Encolombia. (diciembre de 2019). *Crecimiento economico*. Obtenido de <https://encolombia.com/economia/macroeconomia/crecimientoeconomico/>
- Finanzas Personales. (diciembre de 2019). *El Modelo SAS en Colombia*. Obtenido de <http://www.finanzaspersonales.com.co/la-cifra/articulo/el-modelo-sas-en-colombia/37918>
- Garcia, I. (diciembre de 2019). *Rentabilidad*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/rentabilidad>
- Gerencie. com. (diciembre de 2019). *Contrato de trabajo*. Obtenido de <https://www.gerencie.com/contrato-de-trabajo-a-termino-fijo.html>
- Gómez, L., Balkin, D., & Cardy, R. (2008). *Gestion de recursos humanos*. Madrid: Pearson.
- Googlemaps. (diciembre de 2019). *Mapas*. Obtenido de <https://maps.google.com>
- Mincomercio. (diciembre de 2019). Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/mipymes/publicaciones.php?id=2761>

Anexo A. Análisis de la misión de la empresa

Empresa: papelería y cacharrería original

Enuncie aquí la misión de la empresa:

Misión: Incrementar el capital.

La misión antes mencionada fue suministrada por el propietario de la empresa. Califique cada elemento de la misión con una X si cumple totalmente, parcial o no cumple.

Elemento	Si	Parcial	No	Comentario
Es corta y claro su mensaje	x			
Declara de forma precisa su negocio			X	No refleja el que hacer de la empresa sino un objetivo
Expone quienes son sus clientes y que necesitan			X	No expone los clientes ni sus necesidades
Explica el modo en que pretende satisfacer al cliente o consumidor			X	No procura satisfacer los clientes o consumidores
Expresa las ventajas competitivas de la empresa			X	No expresa las ventajas que tiene la empresa frente a sus competidores
Es suficientemente amplia para permitir cierta flexibilidad			X	Es corta y clara por lo cual no permite flexibilidad
Refleja la filosofía de la empresa			X	No refleja la filosofía, sino un bien propio
Tiene en cuenta a los empleados			X	No tiene en cuenta el personal
Es realizable			X	No es realizable puesto que solo tiene en cuenta uno de los objetivos
Lleva explicito el principio de mejoramiento continuo			X	No refleja mejoramiento continuo

Una vez haya leído los puntos débiles proponga la nueva misión.

Misión: Ofrecer productos de papelería y cacharrería a nivel regional cumpliendo con los estándares de calidad para nuestros clientes, orientarlos de forma efectiva y responsable, y satisfaciendo sus expectativas en cuanto a calidad, servicio y precio.

Anexo B. Análisis de la visión de la empresa

Empresa: papelería y cacharrería original

Enuncie aquí la visión de la empresa:

Visión: En el 2020 mantener estable el negocio y minimizar los créditos.

Califique cada elemento de la visión con una X si cumple totalmente, parcial o no cumple.

Elemento	Si	Parcial	No	Comentario
Posee horizonte de tiempo	x			
Está basada en la misión y filosofía corporativa			x	No se basa en la misión y tampoco refleja la filosofía corporativa de la empresa
Describe claramente el rumbo de la compañía	x			
Es deseable o comercialmente conveniente y sensata		X		No es deseable porque no aspira al crecimiento.
Es fácil de captar y recordar	x			
Es alcanzable	x			
Permite la creatividad y flexibilidad en su ejecución			x	No permite creatividad ya que es concreta y no flexible en su ejecución

Una vez haya leído los puntos débiles proponga la nueva visión.

Visión: En el 2024 ser los principales proveedores de soluciones en la región, diversificando el portafolio de productos, cumpliendo comercialmente y generando confianza y relaciones permanentes con los clientes.

Anexo C. Filosofía corporativa

Empresa: papelería y cacharrería original

Enuncie aquí Los principios y valores que tiene la empresa:

Filosofía: respeto, responsabilidad, puntualidad, servicio, honestidad, tolerancia, compañerismo, solidaridad, creatividad, equidad.

Marque con una X cada elemento de según se relaciones con los grupos de interés de la empresa.

Grupo Valores	Accionistas	Clientes	Proveedores	Empleados	Sociedad	Estado
Respeto	x	x	x	x	x	x
Responsabilidad		x	x	x	x	x
Puntualidad		x	x	x		
Servicio		x	x	x	x	X
Honestidad	x	x	x	x	x	x
Tolerancia	x	x	x	x		
Compañerismo				x		
Solidaridad						
Creatividad	x			x		
Equidad	x	x	x	x		

Ejemplo: Si el primer valor tiene como destino el accionista marque una X en ella.

Una vez diligenciada la matriz, seleccione los valores más importantes (aquellos que tienen como destino la mayor cantidad de grupos de interés): Respeto, Responsabilidad, Servicio, Honestidad, Tolerancia, Equidad.

Anexo D. Análisis de la política calidad de la empresa

Empresa: papelería y cacharrería original

Crear la política y objetivos de calidad para la empresa seleccionada.

- Expectativas del Cliente:* Una parte del grupo debe identificar los aspectos que a su juicio consideran son las expectativas y necesidades de los clientes del sector que corresponda. Como resultado de este análisis, en la siguiente matriz deben colocar en las filas cada criterio definido. Este grupo piensa como cliente.
- Expectativas de la Organización:* El resto del grupo, en las columnas de la misma matriz, debe colocar las que consideran deben ser las expectativas que la organización está dispuesta a contemplar para brindar un buen servicio al cliente. Este grupo piensa como organización.
- Determinen los criterios que presentan una relación más fuerte (expectativa del cliente sirve para alcanzar objetivo de la empresa o viceversa). Cada celda debe tener una calificación de acuerdo con los siguientes ítems:

Expectativas de la Organización							
Necesidades y Expectativas del Cliente	Criterio	Rentabilidad	Crece	Innovación	sostenibilidad	satisfacción	Total
	Precios	1	5	5	3	5	19
	Cumple	5	5	1	3	5	19
	Calidad	3	5	5	5	5	23
	rapidez	5	5	1	3	5	19
	servicio	5	5	5	5	5	25
	Total	19	25	17	17	25	

Relación fuerte: 5 Relación media: 3 Relación débil: 1 Sin relación: 0

- Identifiquen y listen los criterios que sacaron mayor calificación según las dos fuentes de información (Clientes y Organización). Luego redacte la política calidad.

Calidad, servicio, crecimiento, satisfacción.

Política de calidad:

Con servicio y calidad, satisfacer las necesidades del cliente para garantizar el sano crecimiento de la compañía.

Anexo E. Lista de Chequeo Matriz EFI
Planeación

Elemento	Descripción	Cumple	Parcial	No cumple	Valoración
Tipos de planeación	La microempresa diseña planes de corto, mediano y largo plazo y en todos los niveles.			X	1
Proceso de planeación	El gerente de negocio diseña los planes tácticos y para ello determinan los planes de acción, los presupuestos de implementación y los indicadores de logro de cada estrategia recomendada.		X		2
Direccionamiento estratégico	Esta realizada y comunicada continuamente a los empleados. Al momento que el plan estratégico está diseñado, se somete a revisión del Gerente de planeación que le hace los ajustes del caso. El plan aprobado se comunica de manera formal y vertical para que sea conocido por toda la organización.			X	1
Fijar políticas de la empresa	Las políticas de la empresa se dirigen por el gerente y son comunicadas a los empleados, quienes deben ponerlas en práctica. Las políticas no son flexibles, el empleado no puede disponer voluntariamente de su criterio para decidir, sino que debe ajustarse a lo que la empresa designe.		X		3
Objetivos y propósitos	Los objetivos son claros y alcanzables, se comunican de manera normal en los programas formación y son comunicados semanalmente.	X			4
Evaluación o seguimiento de planes.	La evaluación es trimestral. Se evalúa cada uno de los trabajadores en el desempeño de sus labores.	X			3
Determinación de estrategias	Las estrategias son comunicadas de manera vertical de arriba hacia abajo, siguiendo la planeación estratégica y táctica.		X		2
Fijar normas	Las normas de la empresa han sido establecidas desde un comienzo y son comunicadas al personal cuando el mismo ingresa a la empresa y se exige el cumplimiento.			X	1
Tomar decisiones de los cursos de acción	Las decisiones son tomadas únicamente por el Gerente – propietario, solo se tienen en cuenta algunas opiniones del personal que labora dentro de la organización.		X		3
Principios y valores.	Existen principios y valores que son compartidos por todos los empleados, a partir de la filosofía de la empresa.	X			4
Promedio					2,4

Fuente: Elaboración por autora.

La tabla muestra que la planeación de la microempresa papelería y cacharrería original, obtiene un puntaje de **2,4** lo que representa una debilidad.

Organización

Elemento	Descripción	Cumple	Parcial	No cumple	Valoración
Estructura organizacional de la empresa.	Se direcciona a partir del organigrama, de tal forma que las funciones se cumplan y que los empleados puedan aportar algunas opiniones, de acuerdo a la línea jerárquica.		X		2
Análisis de la estructura.	La estructura ya está definida y son pocos los cambios que se dan porque ha respondido muy bien al cambio del entorno.		X		3
Principios de la organización.	La organización aplica los principios y valores de la empresa para realizar un trabajo óptimo.		X		3
Procesos organizacionales.	Los procesos organizacionales dentro de la empresa favorecen directamente la gestión de talento humano, ya que cuentan con apoyo para adquirir nuevos conocimientos y habilidades para un mejor desempeño tanto en lo laboral como en lo personal.		X		3
Sistemas de autoridad e información.	La información es descendente cuando es formal, la información informal se presenta de manera horizontal entre los compañeros para promover el aprendizaje colectivo.		X		3
División del trabajo.	Las funciones están agrupadas en cargos y estos deben cumplir procedimientos para el cumplimiento de las actividades. Para la que cada empleado fue asignado.		X		3
Definición y delegación de autoridad	La autoridad está definida en el gerente quien es el que toma las decisiones sobre el rumbo de la empresa.		X		2
Establecimiento de la jerarquía	La jerarquía está definida en el organigrama mediante niveles que definen la línea staff y sema-staff, iniciando por el gerente que es quien dirige la organización, como los trabajadores que realizan el procedimiento de las distintas labores para el cumplimiento de metas.		X		3
Integración de departamentos	La integración se da en todo el equipo de trabajo destacando los valores. El gerente y los operarios trabajan en equipo para que todo marche de acuerdo a la planeación establecida.		X		3
Promedio					2,5

Fuente: Elaboración por autora.

La tabla muestra que la Organización de la papelería y cacharrería original, obtiene un puntaje de **2,5** lo que representa una fortaleza.

Dirección

Elemento	Descripción	Cumple	Parcial	No cumple	Valoración
Desarrollo del talento humano.	Según las políticas de la microempresa la gestión de talento humano es la que más se tiene en cuenta, ya que se brinda a los trabajadores la facilidad de capacitación para la adquisición de nuevos conocimientos. Sin embargo no realiza rotación del personal o ascensos dentro de la organización.		X		3
Motivación	La motivación se puede calificar como alta porque a pesar de que los asesores tienen cumplimiento de metas mensuales, no son presionados frecuentemente por el gerente de la empresa.		X		2
Liderazgo	El liderazgo es autocrático en el cumplimiento de metas, pero democrático en las reuniones de grupo, donde se permite que todo el personal comparta sus experiencias.			X	1
Comunicación	La comunicación es fluida y tiene varios espacios. Se da en todos los sentidos y la retroalimentación es buena.		X		2
Trabajo en equipo	El trabajo en equipo es un principio que se aplica en la microempresa y se fomenta mediante la organización			X	1
Integración	La integración en la empresa es buena. Las áreas se componen de manera eficiente para cumplir satisfactoriamente con cada una de las labores.		X		2
Selección de personal.	El personal se selecciona por sus conocimientos, sus capacidades y su experiencia.		X		3
Definición de funciones.	La microempresa comunica mediante contrato de trabajo las funciones a los empleados.		X		3
Toma de decisiones.	La toma de decisiones la realiza el gerente, puesto que los empleados solo aportan ideas.		X		2
Supervisión y evaluación.	La supervisión es positiva porque ayuda a que los empleados cumplan con sus objetivos.			X	1
Promedio					2,0

Fuente: Elaboración por autora.

La tabla muestra que la Dirección de la papelería y cacharrería original, obtiene un puntaje de **2,0** lo que representa una debilidad.

Control

Elemento	Descripción	Cumple	Parcial	No cumple	Valoración
Tipos de control.	El control es preventivo porque se hace seguimiento a cada actividad de manera semanal para cumplir con las metas mensuales.		X		3
Proceso de control.	El control se ejerce de arriba hacia abajo y se comunican los resultados a cada empleado de manera grupal.		X		2
Detección de desviaciones	Las desviaciones se detectan mediante la evaluación de los procesos e inmediatamente se comunican para que la persona tome las acciones correctivas		X		2
Control de los niveles de cumplimiento	El nivel de cumplimiento debe ser al 90% lo que implica que algunas desviaciones son poco aceptadas y ello ha sido motivo de insatisfacción para los empleados.		X		2
Vigilancia del desempeño	Las evaluaciones de desempeño se realizan trimestralmente para analizar el desempeño de todas las funciones que se ejecutan dentro y fuera de la organización.		X		2
Evaluación del personal	El personal no se evalúa, puesto que no se hace ningún tipo de ascenso, rotación ni traslado.		X		3
Informes de desempeño	Los informes del desempeño se hacen sobre el cumplimiento de las metas.			X	1
Comparación del desempeño con las metas	El desempeño es medido por las metas.		X		3
Corrección de deficiencias	El gerente analiza la situación presentada, toma una decisión y realiza acciones correctivas pertinentes al caso.		X		3
Acciones correctivas	Las acciones correctivas son aplicadas únicamente por el gerente de la empresa.		X		3
Promedio					2,4

Fuente: Elaboración por autora.

El puntaje que obtiene en el proceso de Control es de **2,4** por lo tanto es una debilidad para la microempresa¹.

¹ Esta información fue calificada de acuerdo a la observación en el lugar de trabajo y entrevista directa con el gerente de la organización.

Anexo F. Carta de autorización propietario de la empresa

(Recuerde adjuntar carta de la empresa autorizando las prácticas administrativas)

Chiquinquirá 23 de Agosto 2019

Asunto: Autorización de Prácticas Administrativas

Yo FERNANDO ALONSO MARTIN ROBAYO identificado con cedula de ciudadanía n°79.388.597 de Bogotá, certifico que la señorita JULIETH XIMENA CASTRO ORDUÑA quien Estudia en la Universidad Santo Tomas, fue autorizada para realizar las prácticas Administrativas requeridas por la universidad, en la empresa Papelería y Cacharrera Original.

Cordialmente,



FERNANDO ALONSO MARTIN ROBAYO
C.C. No. 79.388.597 de Bogotá
Cel: 320 2000621
Propietario

Anexo G. Certificado de existencia y representación legal

 **CAMARA DE COMERCIO DE TUNJA**
MARTIN ROBAYO FERNANDO ALONSO
Fecha expedición: 2019/03/18 - 11:04:24 **** Recibo No. S000300725 **** Num. Operación. 02-UCJCHI-20190318-0004
LA MATRÍCULA MERCANTIL PROPORCIONA SEGURIDAD Y CONFIANZA EN LOS NEGOCIOS
RENUOVE SU MATRÍCULA A MÁS TARDAR EL 01 DE ABRIL DE 2019 Y EVITE SANCIONES DE HASTA 17 S.M.L.M.V
*** EXPEDIDO A TRAVÉS DEL SISTEMA VIRTUAL S.I.I. ***
CODIGO DE VERIFICACIÓN YvHFFVCTJb

CERTIFICADO DE MATRÍCULA MERCANTIL DE PERSONA NATURAL.

Con fundamento en las matrículas e inscripciones del Registro Mercantil,

CERTIFICA

NOMBRE, SIGLA, IDENTIFICACIÓN Y DOMICILIO

NOMBRE o RAZÓN SOCIAL: MARTIN ROBAYO FERNANDO ALONSO
ORGANIZACIÓN JURÍDICA: PERSONA NATURAL
IDENTIFICACIÓN : Cédula de ciudadanía - 79388597
NIT : 79388597-8
DOMICILIO : CHIQUINQUIRA

MATRÍCULA - INSCRIPCIÓN

MATRÍCULA NO : 36590
FECHA DE MATRÍCULA : OCTUBRE 17 DE 1996
ULTIMO AÑO RENOVADO : 2019
FECHA DE RENOVACION DE LA MATRÍCULA : MARZO 18 DE 2019
ACTIVO TOTAL : 2,100,000.00
GRUPO NIIF : GRUPO III - MICROEMPRESAS

UBICACIÓN Y DATOS GENERALES

DIRECCIÓN DEL DOMICILIO PRINCIPAL : CALLE 14 B 5 42
BARRIO : EL NOGAL
MUNICIPIO / DOMICILIO: 15176 - CHIQUINQUIRA
TELÉFONO COMERCIAL 1 : 3202000621
TELÉFONO COMERCIAL 2 : NO REPORTÓ
TELÉFONO COMERCIAL 3 : NO REPORTÓ
CORREO ELECTRÓNICO No. 1 : original-012@hotmail.com

DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL : CALLE 14 B 5 42
MUNICIPIO : 15176 - CHIQUINQUIRA
BARRIO : EL NOGAL
TELÉFONO 1 : 3202000621
CORREO ELECTRÓNICO : original-012@hotmail.com

CERTIFICA - ACTIVIDAD ECONÓMICA

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA : Comercio de papelería y cacharrería

ACTIVIDAD PRINCIPAL : G4719 - COMERCIO AL POR MENOR EN ESTABLECIMIENTOS NO ESPECIALIZADOS, CON SURTIDO COMPUESTO PRINCIPALMENTE POR PRODUCTOS DIFERENTES DE ALIMENTOS (VIVERES EN GENERAL), BEBIDAS Y TABACO
ACTIVIDAD SECUNDARIA : G4761 - COMERCIO AL POR MENOR DE LIBROS, PERIODICOS, MATERIALES Y ARTICULOS DE PAPELERIA Y ESCRITORIO, EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS



CÁMARA DE COMERCIO DE TUNJA
MARTIN ROBAYO FERNANDO ALONSO
Fecha expedición: 2019/03/18 - 11:04:24 **** Recibo No. S000300725 **** Num. Operación. 02-UCJCHI-20190318-0004
LA MATRÍCULA MERCANTIL PROPORCIONA SEGURIDAD Y CONFIANZA EN LOS NEGOCIOS
RENUOVE SU MATRÍCULA A MÁS TARDAR EL 01 DE ABRIL DE 2019 Y EVITE SANCIONES DE HASTA 17 S.M.L.M.V
*** EXPEDIDO A TRAVÉS DEL SISTEMA VIRTUAL S.I.I. ***
CODIGO DE VERIFICACIÓN YvHFFVCTJb

CERTIFICA - ESTABLECIMIENTOS

QUE ES PROPIETARIO DE LOS SIGUIENTES ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO EN LA JURISDICCIÓN DE ESTA CÁMARA DE COMERCIO:

***** NOMBRE ESTABLECIMIENTO : PAPELERIA Y CACHARRERIA ORIGINAL**

MATRICULA : 36591

FECHA DE MATRICULA : 19961017

FECHA DE RENOVACION : 20190318

ULTIMO AÑO RENOVADO : 2019

DIRECCION : CALLE 14 B 5 42

BARRIO : EL NOGAL

MUNICIPIO : 15176 - CHIQUINQUIRA

TELEFONO 1 : 3202000621

CORREO ELECTRONICO : original-012@hotmail.com

ACTIVIDAD PRINCIPAL : G4719 - COMERCIO AL POR MENOR EN ESTABLECIMIENTOS NO ESPECIALIZADOS, CON SURTIDO COMPUESTO PRINCIPALMENTE POR PRODUCTOS DIFERENTES DE ALIMENTOS (VIVERES EN GENERAL), BEBIDAS Y TABACO

ACTIVIDAD SECUNDARIA : G4761 - COMERCIO AL POR MENOR DE LIBROS, PERIODICOS, MATERIALES Y ARTICULOS DE PAPELERIA Y ESCRITORIO, EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS

VALOR DEL ESTABLECIMIENTO : 2,100,000

CERTIFICA

LA INFORMACIÓN ANTERIOR HA SIDO TOMADA DIRECTAMENTE DEL FORMULARIO DE MATRÍCULA Y RENOVACIÓN DILIGENCIADO POR EL COMERCIANTE

CERTIFICA

DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL CÓDIGO DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO Y DE LO CONTENCIOSO Y DE LA LEY 962 DE 2005, LOS ACTOS ADMINISTRATIVOS DE REGISTRO AQUÍ CERTIFICADOS QUEDAN EN FIRME DIEZ (10) DÍAS HÁBILES DESPUES DE LA FECHA DE INSCRIPCIÓN, SIEMPRE QUE NO SEAN OBJETO DE RECURSOS. EL DÍA SÁBADO NO SE DEBE CONTAR COMO DÍA HÁBIL.

VALOR DEL CERTIFICADO : \$2,900

CERTIFICADO EXPEDIDO A TRAVÉS DEL PORTAL DE SERVICIOS VIRTUALES (SII)

IMPORTANTE: La firma digital del secretario de la CÁMARA DE COMERCIO DE TUNJA contenida en este certificado electrónico se encuentra emitida por una entidad de certificación abierta autorizada y vigilada por la Superintendencia de Industria y Comercio, de conformidad con las exigencias establecidas en la Ley 527 de 1999 para validez jurídica y probatoria de los documentos electrónicos.

La firma digital no es una firma digitalizada o escaneada, por lo tanto, la firma digital que acompaña este documento la podrá verificar a través de su aplicativo visor de documentos pdf.

No obstante, si usted va a imprimir este certificado, lo puede hacer desde su computador, con la certeza de que el mismo fue expedido a través del canal virtual de la cámara de comercio y que la persona o entidad a la que usted le va a entregar el certificado impreso, puede verificar por una sola vez el contenido del mismo, ingresando al enlace <https://siitunja.confecamaras.co/cv.php> seleccionando la cámara de comercio e indicando el código de verificación YvHFFVCTJb

Al realizar la verificación podrá visualizar (y descargar) una imagen exacta del certificado que fue entregado al usuario en el momento que se realizó la transacción.

La firma mecánica que se muestra a continuación es la representación gráfica de la firma del secretario jurídico (o de quien haga sus veces) de la Cámara de Comercio quien avala este certificado. La firma mecánica no reemplaza la firma digital en los documentos electrónicos.

Anexo H. Algunas fotos

PAPELERIA Y CACHARRERIA ORIGINAL



Fuente: fotografías tomadas por el propietario.