

AUTOSERVICIO



NIT.32.006.523-4

1. INFORME FINAL PRÁCTICA EMPRESARIAL
EMPRESA AUTOSERVICIO MANTILLA

MILTON CACERES GALVIS

CODIGO: 1096185493

ALVARO PARADA CARVAJAL

DIRECTOR

Centro de Prácticas Empresariales

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES

PROGRAMA

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

PAMPLONA NORTE DE SANTANDER

2016

**1. INFORME FINAL PRÁCTICA EMPRESARIAL
AUTOSERVICIO MANTILLA**

**DESARROLLAR E IMPLEMENTAR UN MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA
EL CONTROL DE INVENTARIOS Y DE CARTERA EN EL AUTOSERVICIO
MANTILLA DENTRO DEL MUNICIPIO DE SAN PABLO SUR DE BOLIVAR**

MILTON CACERES GALVIS

CODIGO: 1096185493

**Informe presentado como requisito final para optar al título de Administrador
de Empresas**

Director

ALVARO PARADA CARVAJAL
Centro de Prácticas Empresariales

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
PROGRAMA
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
PAMPLONA NORTE DE SANTANDER

2016

TABLA DE CONTENIDO

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

OBJETIVO

1. INFORME FINAL DE PRACTICA EMPRESARIAL “AUTOSERVICIO MANTILLA” EN EL MUNICIPIO DE SAN PABLO SUR DE BOLIVAR

1.1 RESEÑA HISTORICA DE LA EMPRESA

1.2 ASPECTOS CORPORATIVOS

1.2.1 Misión

1.2.2 Visión

1.2.3 Objetivo

1.2.4 Principios Corporativos

1.2.5 Valores Corporativos

1.3 DIAGNOSTICO

1.3.1 Generalidades de Marketing del Autoservicio Mantilla en San Pablo Sur de Bolívar.

1.3.1.1 Políticas de Productos o servicios.

1.3.1.2 .1 Productos

1.3.1.2.2 Política de Precios

- 1.3.1.2.3 Política de Distribución**
- 1.3.1.3.4 Política de Comunicación**
- 1.3.1.4. El Cliente**
- 1.3.1.5 Análisis del Mercado**
- 1.3.1.6 La Competencia**
- 1.3.1.7 Estrategia de Marketing**
 - 1.3.1.7.1 Objetivo General**
 - 1.3.1.7.2 Objetivos Específicos**
- 1.3.2.1 Finanzas Control de Gestión**
 - 1.3.2.1.1 Activo**
 - 1.3.2.1.2 Anexo Tabla N°1 Activos del Balance General**
 - 1.3.3.2.2 Pasivo**
 - 1.3.3.2.2.1 Anexo Tablas N°2 y3 Pasivos del Balance General y Estado de Resultados**
- 1.3.4. Cuenta de Explotación**
- 1.3.5. Sistemas de Control**
 - 1.3.5.1 Anexo Imagen**
 - 1.3.5.1.1 Procesos**
- 1.3.6 Estructura Organizativa**
 - 1.3.6.1 Personal**
 - 1.3.6.2 Estrategias Organizativas**
 - 1.3.6.3 Organigrama**
- 1.3.7 Matriz DOFA**
- 1.3.8 Matriz MPCE**
- 1.3.9 Análisis de los Resultados**
- 1.4 Descripción del Área de Trabajo**

1.5 Funciones Asignadas al Estudiante en la Práctica

1.6 ESTRUCTURACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

1.6.1 Título

1.6.2. Objetivo

1.6.2.2.1 General

1.6.2.2 Específicos

1.6.3 Justificación

1.6.4 Cronograma de Actividades

1.7 Funciones Realizadas dentro del Autoservicio

1.7.1 Manual de Políticas de Calidad para el Autoservicio Mantilla

1.7.1.1 Gerente

1.7.1.2 Contador

1.7.1.3 Cajeras

1.7.1.4 Vendedores

1.7.1.5 Bodeguero

1.7.1.6 Celador (Seguridad)

2. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

CAPITULO I

2.1 Desarrollo de la Propuesta para el Control de Cartera

2.1.1 Objetivo

2.1.2 Alcance

2.1.3 Glosario

2.1.4 Responsables

2.1.5 Políticas de Operación

2.1.6 Formato del Procedimiento para la recolección de Cartera

2.1.7 Documentación Interna

2.1.8 Riesgos

2.1.9 Puntos de Control

2.1.10 Marco Legal Anexo

2.1.11 Anexo flujograma del proceso

3. ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y COMERCIALIZACION

CAPITULO II

3.1 Estrategias de Consecución de Clientes

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

ANEXO 1: IMAGEN DEL AUTOSERVICIO ANTES

ANEXO 2: IMAGEN DEL AUTOSERVICIO AHORA

ANEXO 3: FFORMATO DE NOMINA PARA PAGO DE EMPLEADOS

ANEXO 4: IMÁGENES MEDIOS DE PUBLICIDAD DEL AUTOSERVICIO

ANEXO 5: FORMATOS POST PARA EL CONTROL DE CARTERA

ANEXO 6: GERENTE Y ADMINISTRADOR

ANEXO 7: OTRAS IMÁGENES DEL AUTOSERVICIO

DEDICATORIA

Dedico este trabajo y toda mi carrera universitaria principalmente a Dios, quien ha está a mi lado dándome las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día por haberme dado salud, paciencia, entendimiento, y sabiduría, por iluminarme cuando se me presentaron confusiones.

A mis padres y hermanos por el apoyo que me brindaron en lo anímico y en lo económico, ya que nunca se apartaron de mí y siempre estuvieron ahí cuando yo los necesitaba.

A mis profesores por ese apoyo moral y la atención que me prestaron cuando yo los busque para que me aclararán ciertas ideas y los consejos para no desfallecer y bajar la guardia.

A mis amigos más cercanos; a esos amigos que siempre me han acompañado y con los cuales he contado desde que los conocí.

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más profundo y sincero agradecimiento a: Al docente Coordinador de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Programa Administración de Empresas Edwin Omar Jaimes Rico por su paciencia, colaboración, por compartir sus conocimientos y sus valiosos aportes e incentivos para el desarrollo de este trabajo de grado.

Plan de Estudios de Administración de Empresas, de la Universidad de Pamplona por su atención, colaboración y ayuda durante mi formación profesional.

Autoservicio Mantilla en el Municipio de San Pablo Sur de Bolívar, Por la oportunidad de poder estar en esta entidad tan prestigiosa a nivel Municipal realizando mi trabajo de grado, al área de Administración por su colaboración, sus conocimientos, su compañerismo y por mostrarme lo que es trabajar en equipo.

Director del Centro de Prácticas Empresariales Administración de Empresas por la Oportunidad y el apoyo concedido para la realización de mi práctica profesional.

ABSTRAC

Business Self Mantilla is a trading company dedicated to selling products in the basket wholesale and retail, the company offers its customers and consumers excellent quality products, so in this way by having a great market positioning of the Municipality of San Pablo Sur of Bolivar, in this Self was the need to create an improvement plan with respect to creating operating manuals and quality policies, portfolio control and inventories that contribute to the Administrative strengthening company, strengthening in production levels and competitive with other companies creating a specific order to develop their activities.

The Company currently provides innovative development in their structures and inventory management that efficiently provides customer and consumers who visit the facility; Thus through the knowledge acquired in the classroom has been incorporated alternative business development as an intern in Business Administration and through my experience in this business I recognized by the Administrator business the best management options and strategies for development regional.

INTRODUCCION

Los supermercados son locales comerciales por lo general ubicados en las áreas urbanas de los centros urbanos y en donde la ciudadanía en general acude para poder satisfacer sus necesidades básicas. La razón social de estos centros de intercambios de mercancías les exige a estos establecimientos contar con una muy buena política de atención a los clientes, pues solo estos son los que garantizan el éxito del negocio, el objetivo de cualquier empresa es la fidelización de los compradores y para conseguir esto recurren a diversas estrategias en busca de que siempre opten por sus servicios para satisfacer sus necesidades.

Dentro de este trabajo se realizara un diagnóstico en donde se mostrara como se encuentra el autoservicio, de esta manera se revisaran las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que hacen parte de la empresa para que de este modo crear una propuesta de mejoramiento empresarial que contribuya eficientemente a las capacidades competitivas de este Autoservicio.

La Administración del Talento Humano es un elemento fundamental en el logro de los objetivos de trabajo, ya que por medio de ella se consigue que el talento humano que integra la fuerza de trabajo de la empresa dé todo de sí, y reconoce en ellos un elemento indispensable para el posicionamiento y crecimiento de la misma. El AUTOSERVICIO MANTILLA, es un establecimiento comercial dedicado al a la venta de productos de la canasta familiar Colombiana, ubicado en la calle 17 con carrera 7 esquina, del Municipio de San Pablo Sur de Bolívar, frente al parque principal, y es consciente de esta realidad por lo que este trabajo tendrá por objetivo el fortalecimiento de su parte Administrativa para poder conseguir de la mano con sus empleados y status superior al que ya posee.

1. INFORME FINAL PRÁCTICA EMPRESARIAL

AUTOSERVICIO MANTILLA

1. RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA

El Autoservicio Mantilla es una empresa comercial dedicada a la venta de víveres y abarrotes, legalmente constituida, y fundada por el señor VIRGILIO PEÑA MANTILLA Y EL SEÑOR LUIS ALFREDO MARTINEZ CUELLO el 21 de junio de 2002 en San Pablo Bolívar, quienes inicialmente habían decidido comercializar frutas y verduras, desde entonces nos hemos consolidado en nuestro municipio y veredas aledañas como el Autoservicio preferido por nuestros clientes y garantizando la calidad de nuestros productos, de esta manera brindando el mejor servicio. Su propietaria actualmente es la señora LUZ DARYS CACERES GALVIS, y Administrado por el señor ALEXANDER CACERES GALVIS.

Durante el mes de Agosto del año 2012 se le proporciono una renovación a su infraestructura de tal manera incrementando un mejor servicio en sus instalaciones, satisfaciendo cada vez más las necesidades de nuestros clientes tanto eficaz como eficiente en cada uno de sus productos ofrecidos, siendo uno de los líderes en el mercado regional competitivo que contribuye al desarrollo de la población en general.

1.2 ASPECTOS CORPORATIVOS

1.2.1 MISION

Somos una empresa colombiana con un capital humano comprometido y de gran sentido de pertenencia, que ofrece excelencia en su gestión para la venta en productos de consumo masivo de excelente calidad; garantizamos el manejo de relaciones en los clientes, que son permanentes y duraderas basadas en el respeto, honestidad y lealtad, como valores esenciales, brindando beneficio a nuestra comunidad en general.

1.2.2 VISIÓN

Consolidarnos como una empresa comercializadora y distribuidora de productos de consumo masivo líder en nuestro municipio y veredas aledañas, que logrará convertirse en el proveedor preferido de los clientes, por la oportunidad en el servicio y el manejo integral de las relaciones en el entorno de la organización, que garantice su permanencia en el tiempo, desarrollo de su capital humano y asegurando el crecimiento de nuestra empresa con rentabilidad y resultados superiores.

1.2.3 OBJETIVOS

- Ofrecer a nuestros clientes (empresas, entidades y público en general) los mejores precios de nuestros productos y garantizar su satisfacción.
- Ser líder en el mercado de nuestro municipio

- Es esencial para nosotros la honestidad e integridad y así fomentar la lealtad de nuestros clientes.

1.2.4 PRINCIPIOS CORPORATIVOS

- Respeto por los valores creencias y derechos
- Compromiso dentro de la empresa, trabajo en equipo, identidad, credibilidad y transparencia frente a la entidad.
- La ayuda mutua y desinteresada es el factor primordial en el logro de metas comunes.

1.2.5 VALORES CORPORATIVOS

- Trabajo en equipo
- Respeto
- Honestidad
- Lealtad
- Solidaridad
- Responsabilidad Social
- Innovación
- Entusiasmo y camaradería
- Sinceridad y Franqueza

1.3 DIAGNÓSTICO DEL AUTOSRVICIO MANTILLA

GENETARLIDADES DEL MARKETING

1.3.1. POLÍTICA DE PRODUCTO O SERVICIOS

DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO

Al inicio del trabajo se comenzó por darle una revisión detallada a la empresa, diagnosticando que faltaba manuales en la empresa, partiendo de este hecho se inició con una propuesta de cambio desarrollar e implementar un manual de procedimientos para el control de inventarios y de cartera en el Autoservicio Mantilla para el municipio de San Pablo Sur de Bolívar, que era realizarlos desde la gestión por competencias donde finalmente se llegó a un acuerdo de que solo se haría la actualización de lo que se tenía; agregando los manuales de los cargos que hacían falta. Para iniciar el trabajo se informó a todo el personal de la labor que se iba a realizar, inicialmente se pidió apoyo a la parte gerencial y la estructuración del organigrama de la empresa, y que se encontraba un poco mal estructurada, lo que se hizo fue renovar, este organigrama fue aprobado por la gerencia general de la empresa; ya con esta información y sabiendo por donde se iniciaría todo, el paso a seguir era la observación en los procesos de cada uno de los cargos, luego se seleccionó al personal con el cual se trabajaría; se hizo una programación de cómo se realizarían las actividades la idea fue dar aviso a cada trabajador con dos días de antelación para que la persona asumiera la responsabilidad, se programara y dedicara un tiempo valioso a la realización de este trabajo. Cuando se empezaron las reuniones con el personal se encontró que los trabajadores, les hacían falta algunos manuales que comprometían el buen funcionamiento de desarrollo de las actividades diarias dentro de este Autoservicio empezó entonces hacer una labor de concientización con cada uno explicando la utilidad que tienen los manuales para la

empresa, dándoles la oportunidad de que dieran sus puntos de vista, diciendo lo que les parecía que estaba bien o mal.

Se hicieron observaciones de algunos cargos que se encontraban mal direccionados, en donde se encontró que las funciones que realizaban no correspondían al cargo, por tal motivo se hicieron algunas consideraciones por parte del gerente y administrador.

1.3.1.2.1 PRODUCTOS

En la gama de productos de la canasta familiar en el cual se visualizan por medio de lineales, góndolas estanterías, neveras, vitrinas y canastillas plásticas las ofrecidos dentro del Autoservicio; de tal manera que los productos se encuentran situados por medio de secciones para que el cliente y consumidor obtenga una mayor accesibilidad a los productos en ellos encontramos los siguientes productos:

Aceites de cocina, granos, harinas, enlatados, dulcería, licores utensilios para el hogar, leches, desechables, panadería, útiles de aseo, frutas y verduras, bebidas, carnes de pollo y res, embutidos, droguería y productos de belleza.

La totalidad de la gama en los productos que ofrecemos, cuenta con el respaldo y garantía de alta calidad, de tal manera estas son reconocidas por importantes compañías a nivel nacional, factor estratégico para garantizar el desarrollo y éxito de nuestra empresa, basada fundamentalmente en la calidad de los productos y servicios; este es un pequeño ejemplo de los productos que se ofrecen y constan más de 2000 productos con sus diferentes referencias, que en la mayoría de los casos estos productos se trabajan con un tiket de precios y sus códigos de barras que se encuentran ingresados dentro de un programa para el manejo y el control de los inventarios,

- La comparación de los productos con la competencia es variable ya que la ventaja del Autoservicio es de tener variedad en sus productos.
- Aspectos que se manejan en el packing dentro del autoservicio es el estampado de las lonas de fibra en donde se empacan los mercados y se muestra el logotipo del autoservicio, de la misma forma el estampado de bolsa de granos como el frijol rosado en donde se selecciona y se empaca en este tipo de producto.
- Los beneficios que aportan los bienes de consumo de la canasta familiar en este autoservicio es satisfacer las necesidades básicas de las personas en la adquisición y compra de nuestros productos mediante el precio, las promociones que brinda, y el lugar estratégico en donde se encuentra establecido.
- El transcurso del tiempo originara una desaceleración en los ritmos de crecimiento, cuando esto se acompañe de un incremento en la competencia y una reducción del mercado se habrá alcanzado la fase de madurez dentro de este autoservicio. Las causas de la madurez y saturación se encuentran la intensa cobertura del mercado por la distribución. El mercado en donde nos encontramos, busca cada vez más el consumo de las personas en adquirir productos que faciliten la vida diaria en las familias, de tal manera que cada vez que ingresa un nuevo producto al mercado, la parte gerencial, toma unos retos y riesgos para la aceptabilidad y rotación de estos productos, de esta manera de acuerdo a su movimiento en el inventario se ira negociando con los proveedores.

Los productos con más rentabilidad son los productos de aseo para el hogar ya que cuentan con un margen de rentabilidad mayor.

1.3.1.2.1 POLÍTICA DE PRECIOS

Cada uno de los precios que se fijan en cada uno de los productos se da de acuerdo a los descuentos Manejados, promociones, porcentajes de utilidades realizadas para cada producto; toda actividad mercadológica, y la fijación de precios, debería dirigirse a la obtención de una meta, en otras palabras, los gerentes deberían decidir su objetivo antes de determinar el precio propiamente dicho. No obstante, por lógico que suene esto, muy pocos Autoservicios establecen o formulan explícitamente su objetivo en la fijación de precios.

El precio de los producto o servicio constituyen un determinante fundamental de la demanda de un artículo. Afecta a la posición competitiva de proveedores para participación en el mercado. De ahí que ejerza fuerte influencia sobre los ingresos y las utilidades netas, este precio lo establecen el administrador del negocio de acuerdo a las negociaciones que existan con los proveedores.

Dentro del proceso al tomar una decisión en el, cambio de precio para nuestros productos se miran como ha sido el comportamiento y las fluctuaciones de dicho producto en el mercado y como se espera que se comporte más adelante todo esto se debe tener en cuenta también de los análisis situacionales tanto internos como externos en las organizaciones, de la misma forma se revisan cada vez que se hace un nuevo pedido al proveedor con nuevos inventarios.

Los precios en comparación con la competencia son variables ya que los porcentajes de utilidades que se manejan van de acuerdo a las necesidades del gerente en reinvertir en más activos para la productividad eficiente del negocio.

Los motivos que han llevado a la actual estructura de precios es buscar nuevos recursos para adecuar cada día más las estructuras de este establecimiento y de

esta manera brindarle tanto a empleados, clientes y comunidad en general un clima organizacional adecuado, ya que en este municipio hay incremento de las temperaturas.

La tendencia de los precios en el pasado ha sido medianamente asequible al bolsillo de los consumidores Colombianos ya que no se establecían tantos impuestos por parte del estado, y el desarrollo de tratados de libre comercio con otras naciones, de esta forma se espera para el futuro y el desarrollo de la firma por la paz el gobierno les ofrezca oportunidades al campo para cultivar productos.

1.3.1.2.3 POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN

- El canal de distribución utilizado en el Autoservicio Mantilla es el mismo establecimiento ubicado frente a la esquina del parque principal en el cual ofrece sus productos a la población en general, del mismo modo se hacen domicilios de aquellos mercados que los clientes y consumidores deseen para así de esta manera incrementar y dar un mejor servicio para la población y de esta manera ser más competitivo frente a otros autoservicios.

Las áreas geográficas que quedan cubiertas es a nivel rural y urbano de la población en San Pablo sur de bolívar. La importancia de nuevos clientes de la venta directa en los productos es la atracción de nuevos clientes y consumidores y su cualificación por parte de los vendedores alternativas de incremento en inventarios, descuentos, y promociones.

1.3.1.2.4 POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

Los niveles de gasto anual en publicidad son aproximadamente de 7.500.000 en radio y publicidad de fin de año como almanaques y estampados entre otros .Se utilizan ofertas y promociones que llaman la atención del consumidor

Los gastos realizados en publicidad se evaluarían por medio del nivel de ingresos en ventas en cada uno de sus meses de fin de año y temporadas y celebraciones.

1.3.1.4 EL CLIENTE

Nuestros clientes son:

- Palmeros
- Profesores
- Sout American Exploración
- Entidades públicas como:
 - Hospital local San Pablo
 - Indercusanp (Instituto de Desarrollo y Cultura en San Pablo)
 - Emacala Empresa Prestadora de Servicios Públicos
 - Secretaria de Salud

El proceso típico para realizar una decisión de compra se realiza de acuerdo al portafolio de servicios que manejen sus diferentes proveedores con los productos y sus precios lo máximo que puede durar este proceso son 5 minutos de acuerdo a las características de uso que tengan los productos.

En la mayoría de productos de consumo como en aseo personal, las personas tienen un grado de lealtad bastante alto ya que se encuentran fidelizados con los productos que en este Autoservicio se ofrecen y de cada una de las características y atributos que estos poseen.

1.3.1.5 ANÁLISIS DEL MERCADO

San Pablo es un municipio de Colombia, que se encuentra ubicado en el extremo Sur del Departamento de Bolívar a 576 kilómetros de la Capital de la República, sobre la margen izquierda del Río Magdalena en su recorrido medio. Territorialmente ocupa hacia el occidente un alto porcentaje de la Serranía de San Lucas. Principal sistema orográfico de la Región de Bolívar. Su posición geográfica es la 7° 09' 00" de Latitud Norte y 75° 56' 00" de longitud.

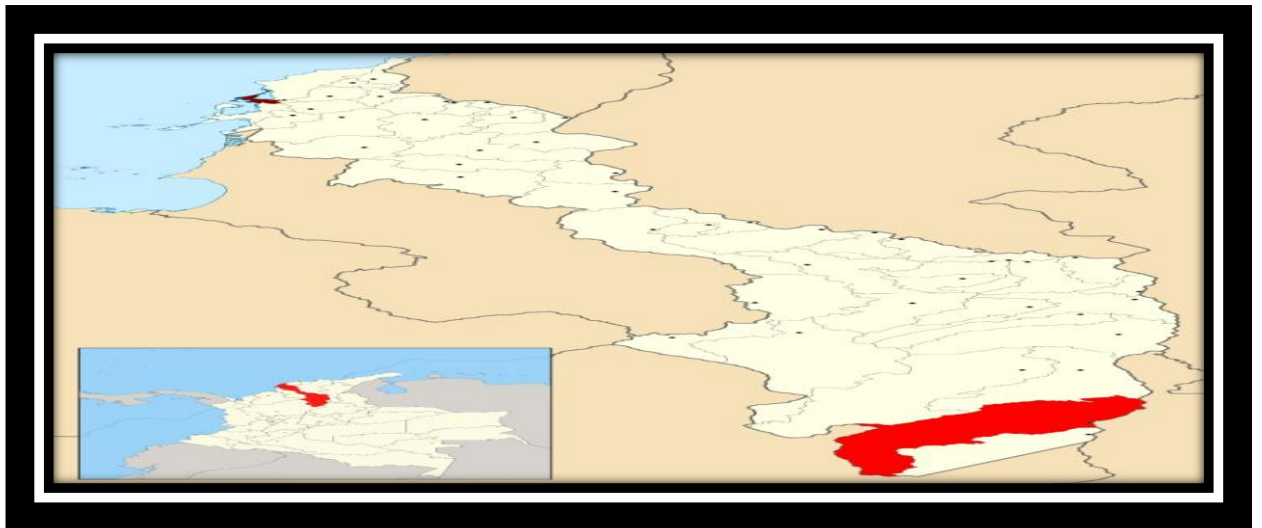
San Pablo, limita al Norte con el municipio de Santa Rosa del Sur y Simití departamento de Bolívar, al sur con el municipio de Canta gallo, al oeste con Remedios y Segovia (departamento de Antioquia) y al este con el municipio de Puerto Wilches (departamento de Santander).

Fuente: [https://es.wikipedia.org/wiki/San_Pablo_\(Bol%C3%ADvar\)](https://es.wikipedia.org/wiki/San_Pablo_(Bol%C3%ADvar))

La tasa actual de mercado en número de habitantes corresponde según investigaciones del DANE a 33.295 habitantes en el cual en la zona urbana existen 29.395 y rural.3.896 con estratos 1,2, y 3.

Fuente: Planeación Municipal, Alcaldía del Municipio de San Pablo Sur de Bolívar.

Mapa de Localización Municipio de San Pablo Sur de Bolívar.



1.3.1. 6 LA COMPETENCIA

El tipo de empresas que forman nuestra competencia es el sector de tiendas y autoservicios municipales que dependen sus productos al por mayor y al por menor

Las principales empresas competidoras son:

- Surtitienda la Plazuela
- Autoservicio, granero y distribuidora del sur
- Autoservicio El punto del pollo

- Tienda la Esquina
- Autoservicio el Campesino
- Súper tienda Rinde Max
- Súper tienda el Campeón
- Granero el Triunfo

Nuestra estrategia sería mayor estructuración organizacional para el alcance de nuevas metas y objetivos, mayor control en las herramientas administrativas, proporcionando mayor motivación al personal que hace parte del autoservicio como dándole oportunidades de crecimiento en conocimiento, en el cual como equipo de trabajo se formularan aportes para el crecimiento de la organización incrementando la productividad; dentro de los puntos fuertes son la variedad de productos que se manejan, y la excelente atención al cliente, y para los puntos débiles la organización de procesos y procedimientos administrativos. La empresa se compara con los demás competidores por su nivel de fidelización cliente o consumidor hacia la empresa.

1.3.1.7 ESTRATEGIA DE MARKETING

Objetivos de marketing de la empresa.

1.3.1.7.1 OBJETIVO GENERAL

Abarcar nuevos mercados a nivel regional e incrementar su mayor competitividad.

1.3.1.7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Proporcionar mayor fidelización por parte de nuestros clientes y consumidores a nuestro Autoservicio.
- ✓ Crear un mayor bienestar al equipo de trabajo con que se cuenta.

- ✓ Establecer una excelente comunicación en pedidos realizados proveedor – empresa para crear nuevas oportunidades de desarrollo organizacional.

¿Cómo se pretende alcanzarlos? ¿En qué plazos?

La manera de alcanzarlos sería mediante métodos de diagnóstico empresarial en donde se demuestra y se hace una evaluación y control del comportamiento que se le da al servicio hacia cliente periódicamente tanto a mediano como a largo plazo, y el excelente manejo de funciones y procedimientos que se demostraran en la empresa.

El marketing de nuestra empresa se encuentra en un nivel medio ya que falta introducir mayores estrategias para el alcance de nuevos objetivos y propósitos, de manera que las personas que hacen parte de la administración, por medio del cual cada uno de sus conocimientos han sido de forma empírica y a través de la experiencia que han obtenido en negocios similares.

1.3.2.1 FINANZAS Y CONTROL DE GESTIÓN

1.3.2.1.2 ACTIVO

La posición de liquidez del autoservicio ya que se manejan muy buenos volúmenes de ventas en los productos ofrecidos de la canasta familiar contribuyendo de esta manera con sus excelentes instalaciones y herramientas que contribuyen al fortalecimiento productivo y competitivo de la región.

Con respecto a la Evolución de las cuentas por cobrar y su periodo medio de cobro a 30 días se estarán estableciendo mecanismos y procedimientos para recoger parte de la cartera que existe, aportando de esta manera a nuevas inversiones, cuentas por pagar compra de nuevos inventarios entre otros casos. Para el nivel de inventarios se maneja el proceso por inventarios permanentes y se revisan permanente los kardex de productos mediante el software que se maneja para llevar un mayor y mejor control de los mismos.

Actualmente el nivel de ventas que ha obtenido diariamente es de \$ 11.000.000

¿Cuáles son los procedimientos de valoración de Stocks?.

Los procedimientos para la valoración de inventarios se manejan el inventario periódico.

AUTOSERVICIO MANTILLA

LUZ DARYS CACERES GALVIS

CC 32,006, 523.

Tabla n°1: Cuadro Balance General A 31 de Diciembre de 2015

Activos Corrientes		
Caja General	52.610.000	
Bancos	20.629.000	
Clientes	115.830.000	
Anticipo de Impuestos	7.672.000	
Inventarios	380.118.000	
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES		576.859.000
Activos Fijos		
Construcciones y Edificaciones	192.250.000	
Maquinaria y Equipos	73.511.000	
Equipos de Oficina	14.971.000	
Flota y Equipo de Transporte	2.500.000	
Depreciación Acumulada	(90.941.000)	
TOTAL ACTIVOS FIJOS		192.291.000
TOTAL ACTIVOS		769.150.000

Fuente: Esaú Mejía Pérez

CONTADOR PÚBLICO

T.P. No 87997-T

1.3.3.2.2 PASIVO

La financiación con los proveedores es de gran importancia ya que en este proceso de negociación es donde socializan los portafolios de servicios más adecuados y cada uno de sus productos para la venta en búsqueda de satisfacer la necesidad del cliente y consumidor y buscando mayor rentabilidad en cada uno de ellos, de la misma manera dentro de esta negociación se hacen descuentos por pronto pago de acuerdo al volumen y al número del pedido realizado esto proporciona y ayuda de gran beneficio al autoservicio.

La deudas tanto a corto, mediano y largo plazo se manejan por medio de acuerdos de financiación con los bancos y entidades financieras como por ejemplo en este caso el Autoservicio Mantilla ha contraído esta serie de obligaciones como por ejemplo, el Banco Agrario, Bancolombia, Banco de Bogotá entre otros, que contribuyen al fortalecimiento financiero y el incremento de capital a esta empresa para la prestación de un mejor servicio.

1.3.3.1 Tabla n°2 Cuadro Balance General A 31 de Diciembre de 2015

Pasivos Corrientes		
Financieros	2.100.000	
Proveedores	243.443.000	
Costos y Gastos Por Pagar	170.000	
Retencion y Aportes de Nomina	3.750.000	
TOTAL PASIVOS CORRIENTES		256.040.000
NO CORRIENTES		
Financieros	185.765.000	
Total Pasivos No Corrientes		185.765.000
TOTAL PASIVOS		441.805.000
Patrimonio		
Capital Persona Natural	327.345.000	
TOTAL PATRIMONIO		327.345.000
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		369.150.000

Fuente: Esaú Mejía Pérez

CONTADOR PÚBLICO

T.P. No 87997-T

TABLA N°3 Estado de Resultados Autoservicio Mantilla del 01 de enero a 31 de diciembre 2015.

ESTADO DE RESULTADOS			
INGRESOS OPERACIONALES			
Venta de Viveres y Abarrotes	2.529.100.000		
TOTAL INGRESOS		229.100.000	
COSTO DE VENTA			
Inventario Inicial	473.496.000		
Compras Brutas	20.133.756.000		
Devoluciones y Rebajas en Compras	12.892.000		
TOTAL MERCANCIAS DISPONIBLES		2.474.360.000	
Menos: Inventario Final		380.118.000	2.094.242.000
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS			434.858.000
GASTOS OPERACIONALES			
			314.826.000
Personal		167.839.000	
Honorarios		7.183.000	
Impuestos		3.747.000	
Arrendamientos		12.000.000	
Seguros		383.000	
Servicios		67.268.000	
Legales		273.000	
Mantenimiento y Reparaciones		11.694.000	
Adecuación e Instalación		4.438.000	
Gastos de Viaje		417.000	
Depreciación		16.815.000	
Diversos		22.769.000	
UTILIDAD OPERACIONAL			120.032.000
INGRESOS NO OPERACIONALES			
			18.658.000
Financieros		18.624.000	
Diversos		34.000	
GASTOS NO OPERACIONALES			42.968.000
Financieros		37.118.000	
Diversos		5.850.000	
UTILIDAD DEL EJERCICIO			95.722.000

Fuente: Esaú Mejía Pérez

CONTADOR PÚBLICO

T.P. No 87997-T

1.3.4 CUENTA DE EXPLOTACIÓN

¿En qué áreas se podría actuar para mejorar el beneficio?

Las áreas en que se está actuando para mejorar un mejor beneficio es el control de inventarios y la implantación de mayores estrategias de ventas esto contribuye al fortalecimiento y la entrada de nuevos clientes y consumidores al Autoservicio, de la misma manera se plantearían oportunidades de crecimiento al personal que allí labora; también la negociación con los proveedores para facilitar el buen manejo de los precios en búsqueda de mayores rentabilidades.

1.3.5 SISTEMAS DE CONTROL

El administrador recibe reportes de ventas y movimientos en arqueos de caja diariamente de las actividades realizadas dentro de la empresa, esta manera el administrador tomara las decisiones necesarias en el desarrollo y proceso de ventas en inversión.

¿Cuál es el sistema informático que de soporte a estos procesos?

El sistema informático para cada uno de estos procesos es el manejo de control de inventarios de mercancía, proveedores, clientes, cartera entre otras actividades llamado POST y APL_Max.

1.3.5.1 ANEXO N°6 Formatos de Control de Inventarios

1.3.6 PROCESOS

Hacen falta desarrollar mayores procesos y procedimientos que se establezcan de manera tangible para dar a conocerlos al personal que dentro del autoservicio labora para mejor organización y optimización en los tiempos eficientes y eficazmente.

1.3.6 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

No hay descripciones mediante manuales de funciones y procedimientos de manera tangible que contribuyan al mejoramiento organizacional aunque de una u otra manera cuenta con sitios web en donde se puede encontrar mayor información y dejar sugerencias como <http://autoserviciomantillas1.blogspot.com.co/> y su correo electrónico auto.mantilla@hotmail.com

1.3.6.1 PERSONAL

El personal que labora dentro de este autoservicio tiene establecido laboralmente y legalmente sus negociaciones salariales y prestaciones sociales establecidas por ley, de la misma forma a cada uno cada semestre se le proporciona intendencia de trabajo como camisetas y pantalones en los cuales van los estampados del logo del autoservicio.

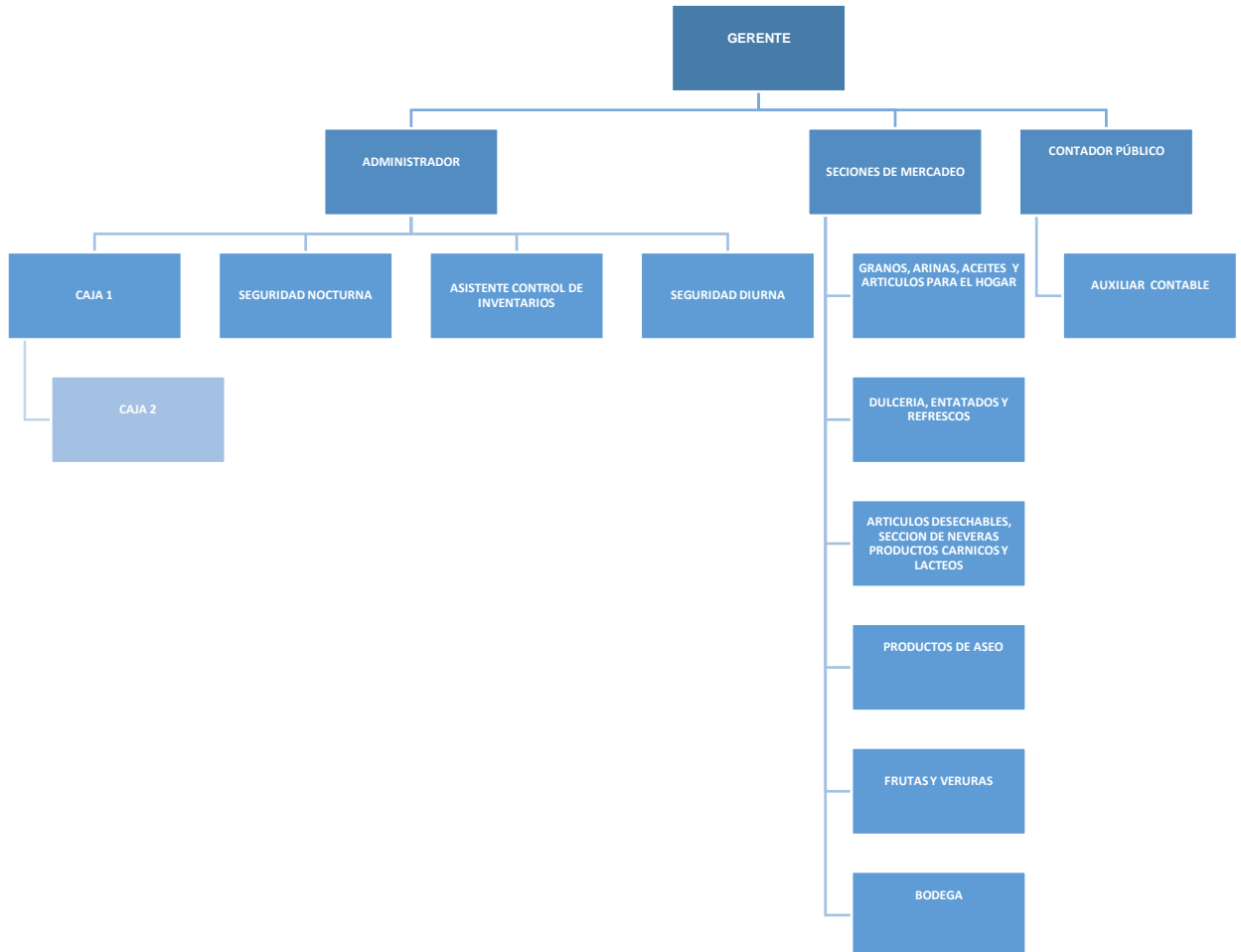
Anexo: n°2 Formato Nomina Autoservicio Mantilla

1.3.6.2 ESTRATEGIA

¿Cómo contestaría a la pregunta: "En que negocio estoy"

Estoy en un negocio que busca el crecimiento empresarial y el desarrollo de nuevas competencias incrementando la productividad y competitividad para la entrada hacia nuevos mercados satisfaciendo las necesidades de la comunidad.


1.3.6.3 ORGANIGRAMA AUTOSERVICIO MANTILLA




1.3.7 ANALISIS DOFA SITUACION ACTUAL DEL AUTOSERVICIO

DOFA AUTOSERVICIO MANTILLA

AUTOSERVICIO	ESTRATEGIAS ALTERNATIVAS																											
	1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		11		12		13			
	Compra de productos de excelente calidad		Control de calidad de los productos		Variedad en la oferta de productos		Seguridad interna y externa		Inspeccionar todas las áreas de la empresa		Creación de Manuales de procesos y procedimientos para el control de inventarios y de personal.		Creación de procesos para la recolección de cartera		Mayores Promociones		Innovación Tecnológica		Mayor Control interno de la empresa.		La inspección de los productos por parte administrativa		Canales de distribución apropiados para hacer llegar el producto más rápido al cliente.		La creación de nuevos valores organizacionales para fortalecer la credibilidad de los clientes y consumidores			
FACTORES CLAVE	PONDERACION	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA			
OPORTUNIDADES																												
1. Alianza con otros proveedores	0,09	2	0,18	3	0,27	2	0,18	1	0,09	3	0,27	4	0,36	4	0,36	3	0,27	4	0,36	3	0,27	3	0,27	4	0,36	3	0,27	
2. Brindar mas Promociones a los clientes.	0,06	3	0,18	4	0,24	2	0,12	3	0,18	4	0,24	3	0,18	4	0,24	4	0,24	3	0,18	3	0,18	4	0,24	3	0,18	4	0,24	
3. Organizar Actividades de Proyección social, para que los Clientes se sientan identificados.	0,04	4	0,16	4	0,16	3	0,12	3	0,12	4	0,16	4	0,16	3	0,12	3	0,12	4	0,16	4	0,16	4	0,16	3	0,12	3	0,12	
4. Desarrollar e incursionar en nuevos mercados de la región	0,04	2	0,08	3	0,12	2	0,08	4	0,16	2	0,08	2	0,08	4	0,16	4	0,16	3	0,12	3	0,12	3	0,12	4	0,16	3	0,12	
5. Crear nuevos convenios con clientes y proveedores para un mayor crecimiento economico.	0,12	3	0,36	4	0,48	4	0,48	3	0,36	3	0,36	4	0,16	3	0,36	4	0,48	3	0,36	3	0,36	3	0,36	3	0,36	3	0,36	
6. crear mayor vínculo entre empleado y empleador para el alcance de metas	0,04	4	0,16	4	0,16	3	0,12	4	0,16	3	0,12	4	4	4	0,16	3	0,12	4	0,16	4	0,16	3	0,12	3	0,12	3	0,12	
7. Tener convenios co instituciones de la región	0,04	3	0,12	3	0,12	4	0,16	2	0,08	3	0,12	4	0,16	3	0,12	4	0,16	3	0,12	3	0,12	3	0,12	4	0,16	3	0,12	
8. Fidelizar al cliente y consumidores que visitan al Autoservicio	0,06	4	0,24	4	0,24	4	0,24	3	0,18	3	0,18	3	0,18	3	0,18	3	0,18	4	0,24	3	0,18	4	0,24	3	0,18	3	0,18	
9. Proporciona e implanta mecanismos de diversificación en productos con respecto a la competencia.	0,09	3	0,27	3	0,27	3	0,27	4	0,36	4	0,36	4	0,36	4	0,36	4	0,36	3	0,27	4	0,36	3	0,27	4	0,36	4	0,36	
10. Por la gran variedad de productos que maneja el autoservicio, satisfice la gran mayoría de necesidades de consumo.	0,01	2	0,02	2	0,02	1	0,01	3	0,03	3	0,03	4	0,04	4	0,04	3	0,03	3	0,03	3	0,03	3	0,03	3	0,03	3	0,03	
TOTAL	0,58		1,77		1,96		1,7		1,44		2,02		5,6		5,79		1,96		0,54					1,93		4,85		1,92

<p>AUTOSERVICIO</p>  <p>ECONOMÍA CON CLASE</p>	ESTRATEGIAS ALTERNATIVAS																																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	Compra de productos de excelente calidad		Control de calidad de los productos		Variedad en la oferta de productos		Seguridad interna y externa		Inspeccionar todas las áreas de la empresa		Creación de Manuales de procesos y procedimientos para el control de inventarios y de personal.		Creación de procesos para la recolección de cartera		Mayores Promociones		Innovación Tecnológica		Control interno de la empresa.		La inspección de los productos por parte administrativa		Canales de distribución apropiados para hacer llegar el producto más rápido al cliente.		La creación de nuevos valores organizacionales para fortalecer la credibilidad de los clientes y consumidores

AMENAZAS	PONDERACION	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA				
1. La Presencia de otros Autoservicios en el sector que manejan la competencia desleal.	0,03	4	0,12	4	0,12	4	0,12	3	0,09	2	0,06	4	0,12	3	0,09	3	0,09	3	0,09	3	0	3	0,09	4	0,12	3	0,09		
2. Los servicios adicionales que ofrecen otros Autoservicios	0,04	3	0,12	4	0,16	3	0,12	2	0,08	3	0,12	4	0,16	4	0,16	4	0,16	4	0,16	4	0,16	4	0,16	4	0,16	3	0,12	3	0,12
3. Estancamiento de consumo en el Municipio	0,03	2	0,06	2	0,06	1	0,03	3	0,09	3	0,09	3	0,09	3	0,09	3	0,09	3	0,09	3	0,09	3	0,09	3	0,09	3	0,09	3	0,09
4. La Presencia de algunos grupos subversivos en la región.	0,04	4	0,16	3	0,12	3	0,12	1	0,04	4	0,16	3	0,12	4	0,16	4	0,16	3	0,21	3	0,12	4	0,16	3	0,12	3	0,12	3	0,12
5. Los constantes robos de mercancía que se dan dentro del establecimiento, ya que no existe un personal fijo en el control de las cámaras de video.	0,07	3	0,21	4	0,28	3	0,21	3	0,21	3	0,21	4	0,28	3	0,21	3	0,21	3	0,21	3	0,21	3	0,21	3	0,21	4	0,28	4	0,28
6. Implantación de mayores impuestos tributarios por parte del estado	0,06	2	0,12	2	0,12	1	0,06	2	0,12	1	0,06	3	0,18	4	0,24	3	0,18	4	0,24	4	0,24	3	0,18	4	0,24	3	0,18	3	0,18
7. La continuidad de la crisis económica, provoca una baja en la demanda de los productos	0,03	4	0,12	3	0,09	3	0,09	4	0,12	2	0,06	4	0,12	4	0,12	3	0,09	3	0,09	3	0,09	3	0,09	3	0,09	3	0,09	3	0,09
8. La posible entrada de nuevos Autoservicios a la región.	0,06	3	0,18	4	0,24	4	0,24	3	0,18	2	0,12	3	0,18	3	0,18	4	0,24	3	0,18	3	0,18	4	0,24	3	0,18	3	0,18	3	0,18
9. Aumento de la inflación en productos de la canasta familiar	0,03	2	0,06	4	0,12	3	0,09	2	0,06	3	0,09	4	0,12	4	0,12	3	0,09	4	0,48	3	0,09	3	0,09	3	0,09	4	0,12	3	0,09
10. Incremento en los costos de la materia prima el la elaboración de productos que suben los precios de venta de los productos.	0,03	4	0,12	3	0,09	3	0,09	3	0,09	4	0,12	4	0,12	3	0,09	3	0,09	3	0,09	3	0,09	4	0,12	3	0,09	4	0,12	4	0,12
TOTAL	0,42		3,04		3,48		2,95		2,8		3,01		6,45		7,53		3,52		3,84		3,21		0,24		6,46		3,28		3,28

<p>AUTOSERVICIO</p>  <p><i>ECONOMÍA CON CLASE</i></p>	ESTRATEGIAS ALTERNATIVAS																																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	Compra de productos de excelente calidad		Control de calidad de los productos		Variedad en la oferta de productos		Seguridad interna y externa		Inspeccionar todas las áreas de la empresa		Creación de Manuales de procesos y procedimientos para el control de inventarios y de personal.		Creación de procesos para la recolección de cartera		Mayores Promociones		Innovación Tecnológica		Control interno de la empresa.		La inspección de los productos por parte administrativa		Canales de distribución apropiados para hacer llegar el producto más rápido al cliente.		La creación de nuevos valores organizacionales para fortalecer la credibilidad de los clientes y consumidores

FACTORES CLAVE	PONDERACION	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	
FORTALEZAS																												
1. Presenta una larga trayectoria y reconocimiento en la población	0,03	4	0,12	4	0,12	4	0,12	4	0,12	4	0,36	3	0,09	3	0,09	3	0,09	3	0,09	3	0,1	4	0,12	3	0,09	3	0,09	
2. Dirección y personal administrativo eficiente	0,04	4	0,16	3	0,12	2	0,08	1	0,04	3	0,18	3	0,12	3	0,12	4	0,16	3	0,12	3	0,1	3	0,12	3	0,12	3	0,12	
3. Mantiene una buena rentabilidad en el negocio	0,08	3	0,24	4	0,32	3	0,24	3	0,12	3	0,12	4	0,32	4	0,32	3	0,24	4	0,32	4	0,3	3	0,24	3	0,24	3	0,24	
4. Proporciona a sus clietes productos de alta calidad	0,08	4	0,32	4	0,32	3	0,24	4	0,16	2	0,08	4	0,32	3	0,24	3	0,24	4	0,32	3	0,2	3	0,24	4	0,32	3	0,24	
5. Existe gran variedad en la gama de sus productos	0,04	3	0,12	3	0,12	4	0,16	3	0,12	3	0,12	4	0,16	4	0,16	4	0,16	3	0,12	3	0,1	3	0,12	3	0,12	3	0,12	
6. Existe una buena infraestructura y ubicación del local	0,04	2	0,08	3	0,12	3	0,12	4	0,16	4	0,16	4	0,16	4	0,16	3	0,12	3	0,12	3	0,1	4	0,16	3	0,12	3	0,12	
7. Buenos sistemas de distribución de los productos en cada uno de los lineales en el Autoservicio.	0,04	4	0,16	4	0,16	3	0,12	2	0,08	3	0,12	3	0,12	3	0,12	3	0,12	4	0,16	3	0,1	3	0,12	3	0,12	3	0,12	
8. Se trabaja con un programa POST- APL MAX de codigos de barras para el manejo de inventarios, que optimiza los procesos de manera eficiente en la buequeda de resultados.	0,05	3	0,15	2	0,1	1	0,05	3	0,18	3	0,18	3	0,15	4	0,2	3	0,15	3	0,15	3	0,2	3	0,15	3	0,15	3	0,15	
9. Existe una buena contratacion del personal, en donde se les proporciona a cada uno de ellos de manera legal el pago de sus prestaciones sociales.	0,04	3	0,12	4	0,16	3	0,27	4	0,16	4	0,36	4	0,16	3	0,12	4	0,16	4	0,16	3	0,1	4	0,16	4	0,16	4	0,16	
10. Mantiene e incentiva al personal, y de la misma forma les da oportunidades de crecimiento y aprendizaje.	0,06	4	0,24	3	0,18	3	0,12	3	0,18	3	0,03	3	0,18	3	0,18	4	0,24	3	0,18	3	0,2	3	0,18	3	0,18	3	0,18	
TOTAL	0,5		1,59		1,72		1,52		1,32		1,71		1,70		1,71		1,68		1,74		1,6		1,61		1,62		1,63	

AUTOSERVICIO	ESTRATEGIAS ALTERNATIVAS																										
	1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		11		12		13		
	Control interno de la empresa		Control de calidad de los productos		Variedad en la oferta de productos		Seguridad interna y externa		Inspeccionar todas las áreas de la empresa		Creación de Manuales de procesos y procedimientos para el control de inventarios y de personal.		Creación de procesos para la recolección de cartera		Mayores Promociones		Innovación Tecnológica		Control de calidad de los productos		La inspección de los productos por parte administrativa		Canales de distribución apropiados para hacer llegar el producto más rápido al cliente.		La creación de nuevos valores organizacionales para fortalecer la credibilidad de los clientes y consumidores		
DEBILIDADES	PONDERACION	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA		
1. Falta de capacitaciones a nivel gerencial, administrativo y servicio al cliente, para el desarrollo de mejores estrategias para de esta manera alcanzar las metas y propósitos organizacionales.	0,05	4	0,2	3	0,15	4	0,12	3	0,15	3	0,15	3	0,15	4	0,2	2	0,1	4	0,2	3	0,2	4	0,2		0,1	4	0,2
2. No posee manuales de funciones, políticas y procedimientos que contribuyan a un mejor direccionamiento estratégico	0,06	4	0,24	4	0,24	3	0,12	2	0,12	3	0,18	3	0,18	4	0,24	3	0,18	3	0,18	3	0,2	3	0,18	3	0,18	3	0,18
3. Existe deficiencia para la recolección de cartera, y desarrollo de mecanismos que contribuyan en las cuentas por cobrar a clientes.	0,05	4	0,2	4	0,2	1	0,03	3	0,15	3	0,15	3	0,15	3	0,15	3	0,15	3	0,15	3	0,2	3	0,15	3	0,15	3	0,15
4. Es deficiente en el reporte de gastos por parte de sus empleados.	0,04	3	0,12	3	0,12	3	0,12	1	0,04	4	0,16	4	0,16	4	0,16	3	0,12	3	0,12	4	0,2	3	0,12	4	0,16	3	0,12
5. Falta de capacitación a cada uno de los empleados que integran el autoservicio en cada uno de los cargos manejados.	0,06	4	0,24	3	0,18	3	0,21	3	0,18	3	0,18	4	0,24	3	3,06	3	0,18	4	0,24	3	0,2	4	0,24	3	0,18	3	0,18
6. Deterioro en el y manejo del control de inventarios por parte del empleado a cargo.	0,04	3	0,12	4	0,16	1	0,06	2	0,08	1	0,04	4	0,16	4	0,16	3	0,12	3	0,12	3	0,1	3	0,12	3	0,12	3	0,12
7. Falta de creación de objetivos a mediano y largo plazo; definir cronogramas para la misma en cada una de las actividades.	0,05	3	0,15	4	0,2	3	0,09	4	0,2	2	0,1	3	0,15	3	0,15	3	0,15	3	0,15	3	0,2	3	0,15	4	0,2	3	0,15
8. Exigir a cada uno de los proveedores facturas legales para llevar un mayor control en la contabilidad de la empresa.	0,04	2	0,08	2	0,8	4	0,24	3	0,12	2	0,08	4	0,16	4	0,16	2	0,08	4	0,16	3	0,1	3	0,12	3	0,12	3	0,12
9. No tiene una estructura organizacional plasmada y definida.	0,03	4	0,12	3	0,09	3	0,09	2	0,06	3	0,09	4	0,12	3	0,09	4	0,12	3	0,09	3	0,1	4	0,12	3	0,09	3	0,09
10. Escases de control y la evaluación gerencial, y la escasez de reuniones entre la parte administrativa- empleados para redefinir objetivos.	0,08	3	0,24	4	0,32	3	0,24	3	0,24	4	0,32	4	0,32	3	0,24	4	0,32	4	0,32	4	0,3	3	0,24	4	0,32	3	0,24
TOTAL	0,5		3,06		4,18		2,84		2,66		3,16		1,79		4,61		1,52		1,88		1,6		1,64		1,62		1,55

ANALISIS DE RESULTADOS DEL DIAGNOSTICO

Mediante el análisis de las matrices se dan como resultado con mayor significancia de 4 en la Herramienta DOFA que son falencias en la parte Organizacional con respecto al control de inventarios, y recolección de cartera de la misma forma los procesos y procedimientos para inventarios que son actualmente primordial para el alcance de los objetivos del objeto social de la empresa, de tal manera se presentara como propuesta de desarrollo la adecuación y desarrollo de cada una de ellas como trabajo de grado como estrategia de direccionamiento empresarial productivo y competitivo.

1.3.8 ANALISIS ESTRATEGICO MEDIANTE LA MATRIZ MAFE

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
MATRIZ MAFE	<ol style="list-style-type: none">1. Presenta una larga trayectoria y reconocimiento en la población.2. Dirección y personal administrativo eficiente.3. Mantiene una buena rentabilidad en el negocio.4. Proporciona a sus clientes productos de alta calidad.5. Existe gran variedad en la gama de sus productos.6. Existe una buena infraestructura y ubicación del local.7. Buenos sistemas de distribución de los productos en cada uno de los	<ol style="list-style-type: none">1. Falta de capacitaciones a nivel gerencial, administrativo y servicio al cliente, para el el desarrollo de mejores estrategias para de esta manera alcanzar las metas y propósitos organizacionales.2. No posee manuales de funciones, políticas y procedimientos que contribuyan a un mejor direccionamiento estratégico.3. Existe deficiencia para la recolección de cartera, y desarrollo de mecanismos que contribuyan en las cuentas por cobrar a clientes.

	<p>lineales en el Autoservicio.</p> <p>8. Se trabaja con un programa POST-APL MAX de códigos de barras para el manejo de inventarios, que optimiza los procesos de manera eficiente en la búsqueda de resultados.</p> <p>9. Existe una buena contratación del personal, en donde se les proporciona a cada uno de ellos de manera legal el pago de sus prestaciones sociales.</p> <p>10. Mantiene e incentiva al personal, y de la misma forma les da oportunidades de crecimiento y aprendizaje.</p>	<p>4. Es deficiente en el reporte de gastos por parte de sus empleados.</p> <p>5. Falta de capacitación a cada uno de los empleados que integran el autoservicio en cada uno de los cargos manejados.</p> <p>6. Deterioro en el y manejo del control de inventarios por parte del empleado a cargo.</p> <p>7. Falta de creación de objetivos a mediano y largo plazo; definir cronogramas para la misma en cada una de las actividades.</p> <p>8. Exigir a cada uno de los proveedores facturas legales para llevar un mayor control en la contabilidad de la empresa.</p> <p>9. No tiene una estructura organizacional plasmada y definida.</p> <p>10. Escases de control y la evaluación gerencial, y la escasez de reuniones entre la parte administrativa- empleados para redefinir objetivos</p>
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO

<ol style="list-style-type: none"> 1. Alianza con otros proveedores 2. Brindar más Promociones a los clientes. 3. Organizar Actividades de Proyección social, para que los Clientes se sientan identificados. 4. Desarrollar e incursionar en nuevos mercados de la región. 5. Crear nuevos convenios con clientes y proveedores para un mayor crecimiento económico. 6. crear mayor vínculo entre empleado y empleador para el alcance de metas. 7. Tener convenios con instituciones de la región. 8. Fidelizar al cliente y consumidores que visitan al Autoservicio. 9. Proporciona e implanta mecanismos de diversificación en productos con respecto a la competencia. 10. Por la gran variedad de 	<p>Creación de manuales de procesos y procedimientos para el control de inventarios y de personal. (F2, F7, O6)</p>	<p>Creación de procesos para la recolección de cartera. (D2,D3,O4,O5,O10)</p> <p>Control de calidad en los Productos (D2,D5,O3,O4,O5,O6,O7)</p>
--	---	---

<p>productos que maneja el autoservicio, satisface la gran mayoría de necesidades de consumo.</p>		
<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La Presencia de otros Autoservicios en el sector que manejan la competencia desleal. 2. Los servicios adicionales que ofrecen otros Autoservicios. 3. Estancamiento de consumo en el Municipio 4. La Presencia de algunos grupos subversivos en la región. 5. Los constantes robos de mercancía que se dan dentro del establecimiento, ya que no existe un personal fijo en el control de las cámaras de video. 6. Implantación de mayores impuestos tributarios por parte del estado. 7. La continuidad de la crisis económica, provoca una baja 	<p>ESTRATEGIAS FA</p> <p>Innovación tecnológica. (F3,F4,A2,A3,A7)</p>	<p>ESTRATEGIAS DA</p> <p>Inspeccionar todas las áreas de la empresa. (D4,D6,A5,A10)</p> <p>Control interno de la empresa (D4,D6,D10,A5,A10)</p>

<p>en la demanda de los productos</p> <p>8. . La posible entrada de nuevos Autoservicios a la región.</p> <p>9. .Aumento de la inflación en productos de la canasta familiar.</p> <p>10. Incremento de los costos de materia prima que aumentan los precios de venta de los productos.</p>		
--	--	--

1.3.9 ANALISIS DE LA MATIZ Y SUS ESTRATEGIAS

ESTRATEGIAS FO

Creación de manuales de procedimientos para el control de inventarios y de personal.

F2 Dirección y personal administrativo eficiente Y F7, Buenos sistemas de distribución de los productos en cada uno de los lineales en el Autoservicio contribuirán a O6. Crea mayor vínculo entre empleado y empleador para el alcance de metas.

ESTRATEGIAS DO

Creación de procesos para la recolección de cartera.

D2, Consiste en que la empresa No posee manuales de funciones, políticas y procedimientos que contribuyan a un mejor direccionamiento estratégico.D3, Existe deficiencia para la recolección de cartera, y desarrollo de mecanismos que contribuyan en las cuentas por cobrar a clientes O4 ayuda a Desarrollar e incursionar en nuevos mercados de la región. ,O5 Crea nuevos convenios con clientes y proveedores para un mayor crecimiento económico,O10 Por la gran variedad de productos que maneja el autoservicio, satisface la gran mayoría de necesidades de consumo.

Control de calidad en los Productos

D2, Consiste en que la empresa No posee manuales de funciones, políticas y procedimientos que contribuyan a un mejor direccionamiento estratégico D5, Los constantes robos de mercancía que se dan dentro del establecimiento, ya que no existe un personal fijo en el control de las cámaras de video. Manejan opciones de oportunidades como O3, Organizar Actividades de Proyección social, para que los Clientes se sientan identificados O4, Desarrollar e incursionar en nuevos mercados de la región O5, Crear nuevos convenios con clientes y proveedores para un mayor crecimiento económico, O6 El tener convenios con instituciones de la región., O7) crear mayor vínculo entre empleado y empleador para el alcance de metas.

ESTRATEGIAS FA

Innovación tecnológica.

(F3, 3. Mantiene una buena rentabilidad en el negocio. F4 Proporciona a sus clientes productos de alta calidad. A2, Los servicios adicionales que ofrecen otros Autoservicios, y A3 El estancamiento de consumo en el Municipio ayudara a contrarrestar, A7 La continuidad de la crisis económica, provoca una baja en la demanda de los productos.

ESTRATEGIAS DA

Inspeccionar todas las áreas de la empresa.

D4, Es deficiente en el reporte de gastos por parte de sus empleados D6 Deterioro en el y manejo del control de inventarios por parte del empleado a cargo. ,A5 Los constantes robos de mercancía que se dan dentro del establecimiento, ya que no existe un personal fijo en el control de las cámaras de video, A10 Incremento de los costos de materia prima que aumentan los precios de venta de los productos.

Control interno de la empresa

(D4, Es deficiente en el reporte de gastos por parte de sus empleados D6, Deterioro en el y manejo del control de inventarios por parte del empleado a cargo D10 .Escases de control y la evaluación gerencial, y la escasez de reuniones entre la parte administrativa- empleados para redefinir objetivos, A5, Los constantes robos de mercancía que se dan dentro del establecimiento, ya que no existe un personal fijo en el control de las cámaras de video. A 10) Incremento de los costos de materia prima que aumentan los precios de venta de los productos.

1.4 DESCRIPCION DEL AREA DE TRABAJO

El área a la cual fui asignada en el AUTOSERVICIO MANTILLA, la entidad cuenta con una buena infraestructura, ambiente laboral que se presenta en el área Administrativa es favorable, facilita algunos de los recursos tecnológicos primordiales (escritorio, sillas, computador, Internet, teléfono, etc.) y humanos necesarios para un buen desempeño; lo cual permite realizar la práctica empresarial en condiciones favorables para el desarrollo de la misma.

En esta se maneja todo lo referente con la parte administrativa de la empresa, como es el caso de control de inventarios cartera, creación de estrategias de mercadeo, contribuyendo de la misma manera al direccionamiento estratégico del AUTOSERVICIO.

1.5 FUNCIONES ASIGNADAS DEL ESTUDIANTE EN LA PRÁCTICA



AUTOSERVICIO

NIT.32.006.523-4

FUNCIONES

1. Control y Manejo de Inventarios
2. Rotación de la Mercancía
3. Control de Cartera
4. Elaboración de un Manual de Funciones y Políticas para la Empresa
5. Estrategias de ventas.

1.6 ESTRUCTURACION DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

1.6.1 Desarrollar e implementar un manual de procedimientos para el control de inventarios y de cartera en el Autoservicio Mantilla para el Municipio de San pablo sur de Bolívar.

1.6.2. OBJETIVO GENERAL

Diseñar e implementar un manual para el manejo administrativo de procedimientos para el control de inventarios y cartera en Autoservicio Mantilla.

1.6.3 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Crear y montar el procedimiento correspondiente, por medio del cual se adopte el manual para el manejo administrativo en el control de inventarios y cartera dentro de esta empresa comercial.
- ✓ Establecer cuáles son los manejos administrativos necesarios para el manejo de regulación de cartera y el control de inventarios en el Autoservicio.
- ✓ Socializar el manual con los funcionarios del establecimiento comercial para tener un mejor guía del almacén e inventarios y su cartera.

1.6.4 JUSTIFICACIÓN

En la actualidad la empresa no cuenta con manuales que le sirvan como apoyo de manera formal a identificar, controlar y solucionar deficiencias referentes a las funciones y responsabilidades, los manuales son el soporte en cada una de las áreas y en general con todo el personal para que tengan muy en claro qué se debe hacer, como hacerlo, cuando hacerlo determinado esto en tiempo y para qué hacerlo. Esto ayudara al incremento de la competitividad y productividad del negocio teniendo en cuenta también las competencias que se tengan para la negociación con los proveedores y la adquisición de futuros clientes a nuestra empresa. El nuevo orden económico y social de las naciones ha traído como consecuencia que las organizaciones empresariales colombianas tengan que asumir modificaciones en diversos aspectos de su organización, funcionamiento y estructuración. Esta no fue una opción sino una obligación para responder a los objetivos de supervivencia, rentabilidad y productividad, lo importante es considerar si se están llevando a cabo procesos y procedimientos de modernización y reestructuración, establecer cómo lo están haciendo y en especial cómo se están implementando procedimientos descriptivos. La implementación de estos procesos tienen motivadores externos consecuencia de la globalización y reflejan las nuevas exigencias de nuevos criterios de calidad igualmente, la existencia de motivadores internos a nivel de la organización que buscan mejorar los aspectos básicos, de las personas y de la productividad. La empresa lo asume como una gran oportunidad para efectuar un desarrollo organizacional integral y llevar a todo el equipo humano a comprender la nueva situación y a ofrecerles la oportunidad de proponer el cambio y ejecutarlo, se pretende entonces consolidar metas y objetivos en relación con el cambio frente a los procedimientos descriptivos y requerimientos en inventarios y recolección en la organización de la cartera. En general la empresa está generando nuevas ideas con relación al talento humano, además de contar con personas que tengan las características adecuadas se ha convertido en el criterio de la gestión de talento humano

1.6.5 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

TIEMPO	sep-16				oct-16				nov-16				dic-16			
	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4
ACTIVIDAD																
ESTUDIO GENERAL DE LA EMPRESA																
DISEÑO DE LA PROPUESTA																
DISCUSION DE LA PROPUESTA CON EL ADMINISTRADOR																
DESARROLLO DEL PRIMER INFORME																
ENTREGA DE PRIMER INFORME																
CORRECCIONES A LA PROPUESTA Y PRIMER INFORME																
DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO																
AVANCE CLARO Y CONCEPTO DE LAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA PROPUESTA DE PRÁCTICA																
ENTREGA DEL INFORME FINAL LISTO PARA SUTENTACION																
SUSTENTACIONES																
INCLUSION DE NOTAS Y FIN DEL PROCESO																

1.7 FUNCIONES REALIZADAS DENTRO DEL AUTOSERVICIO

1.7.1 MANUAL DE POLITICAS DE CALIDAD PARA EL AUTOSERVICIO MANTILLA

- ✓ Establecer un Sistema de Gestión de Calidad basado en procedimientos que contribuya al cumplimiento y mejoramiento continuo de los procesos.
- ✓ Desarrollar y manejar relaciones cordiales con los proveedores de manera que contribuya a garantizar la calidad de los productos y el suministro oportuno de los mismos.
- ✓ Garantizar cada uno de los requisitos legales proporcionando a los proveedores, clientes, proveedores y comunidad en general dándole de esta manera una buena estabilidad económica y social en el municipio de San Pablo sur de Bolívar.
- ✓ Promover el desarrollo del talento humano para el alcance de los objetivos de la organización.
- ✓ Incentivar al personal para fortalecer el aprendizaje personal y de esta manera proporcionar a la comunidad un mejor servicio.

MANUAL DE FUNCIONES AUTOSERVICIO MANTILLA

1.7.1.1 NOMBRE DEL CARGO: GERENTE
OBJETIVO DEL CARGO: Planear, Controlar, Dirigir, y organizar actividades referentes al objeto social de la empresa, teniendo en cuenta lo financiero, talento humano e infraestructura.
FUNCIONES CLAVES
Tomar decisiones siendo líder, de manera responsable de acuerdo a las metas y objetivos a alcanzar en el autoservicio
Diseñar y ejecutar planes de mejoramiento continuo hacia el alcance de metas y objetivos para la organización.
Dirigir y controlar el personal a fin de garantizar la disciplina, el orden en las actividades realizadas diariamente, manteniendo el orden y el cumplimiento de los objetivos organizacionales.
Cumplir a cabalidad con las normas y reglamentos de la empresa
Garantizar la calidad de productos que se le venden a los consumidores
Proponer o plantear mejoras continuas en cada puesto de trabajo y actividades realizadas.
Trabajar en garantizar la cadena cliente proveedor
Realizar todas las funciones relacionadas a su cargo para incrementar la productividad y competitividad empresarial.
Responder por el cumplimiento de los objetivos, ventas y rentabilidad de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

1.7.1.2

DESCRIPCION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO: CONTADOR	
Planear coordinar y ejecutar todas las actividades encaminadas a garantizar el estado financiero del Autoservicio Mantilla cumpliendo con las normas establecidas en Colombia.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
Elaborar Balances Generales para la empresa	
Elaborar de forma mensual los reportes a la DIAN	
Mantener actualizados los libros contables por ley	
Registrar las operaciones contables de la empresa	
Revisar los comprobantes de pago y recibos de caja.	
Realizar los comprobantes de depreciación.	
Elaborar ingresos por concepto de pago de créditos.	
Generar información contable para tomar decisiones.	
Llevar el control de los activos fijos.	
_____	_____
JEFE INMEDIATO	TRABAJADOR

Fuente: Elaboración propia

1.7.1.3

DESCRIPCION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO: CAGERA	
OBJETIVO DEL CARGO:	
Garantizar las operaciones de la caja, efectuando actividades de recepción, entrega y custodia de dinero en efectivo, cheques, y demás documentos de valor, a fin de lograr la recaudación de ingresos al supermercado y la cancelación de los pagos que correspondan a través de caja.	
FUNCIONES CLAVES	
Realizar arqueos de caja diariamente	
Llevar e registro y control de los movimientos de caja	
Atender a las personas que soliciten información de determinado producto.	
Elaborar periódicamente la relación de ingresos y egresos de la caja.	
Suministrar a su superior los recaudos diarios de los movimientos de la caja.	
Revisar que los montos de ingresos de los recibos por caja coincidan con el dinero existente.	
Registrar directamente los movimientos de entrada y salida del dinero	
Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por el autoservicio.	
_____	_____
JEFE INMEDIATO	TRABAJADOR

Fuente: Elaboración propia

1.7.1.4

DESCRIPCION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO: VENDEDOR	
Brindar una asesoría adecuada y oportuna a los consumidores que lo necesiten para incrementar las ventas del establecimiento.	
OBJETIVO DEL CARGO	
Brindar un asesoramiento adecuado y oportuno a los consumidores que lo necesiten para incrementar las ventas del establecimiento.	
FUNCIONES CLAVES	
Cumplir con los horarios establecidos	
El buen manejo en la rotación de inventarios y verificación de las fechas de vencimiento en los productos.	
Informar al gerente o a quien corresponda de cualquier anomalía que se presente con algún producto o servicio.	
Ofrecer servicio oportuno y atento al consumidor que lo necesite.	
Estar pendiente que las distintas lineales del Autoservicio estén adecuadamente surtidas y organizadas.	
_____	_____
JEFE INMEDIATO	TRABAJADOR

Fuente: Elaboración propia

1.7.1.5

DESCRIPCION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO: BODEGUERO	
OBJETIVO DEL CARGO: Mantener resguardados los productos adquiridos para ser vendidos posteriormente en el Autoservicio de una forma adecuada y responsable.	
Coordinar la existencia en los pedidos de inventarios junto con el administrador para nuevas entradas y salidas de los mismos.	
Revisar que los productos descargados en la bodega sean la cantidad exacta y que cumplan con los estándares establecidos como el peso adecuado y la buena condición del producto.	
Tomar el registro correspondiente de los productos que se ingresan a la bodega.	
Acomodar los productos en la bodega de forma adecuada	
Realizar el aseo correspondiente en las bodegas para el cuidado de los productos.	
Realizar el surtido adecuado en las diferentes áreas del supermercado a medida que se van agotando los productos exhibidos.	
Llevar un control de los productos ya entregados	
Enviar las facturas a la oficina administrativa específicamente al auxiliar contable	
Realizar cualquier otra actividad que sea solicitada por su jefe inmediato.	
_____	_____
JEFE INMEDIATO	TRABAJADOR

Fuente: Elaboración propia

1.7.1.6

DESCRIPCION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO: SEGURIDAD (CELADOR)	
OBJETIVO: Velar y salvaguardar por la seguridad del Autoservicio logrando un mayor orden a las situaciones que ocurran dentro del mismo.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
Ejercer vigilancia y dar cuenta de la seguridad de las áreas e instalaciones dentro del Autoservicio.	
Vigilar y controlar el ingreso y salida de personas con objetos para evitar la pérdida de mercancía del local.	
Cumplir con la jornada laboral legalmente establecida	
Informar oportunamente al gerente o administrador de anomalías que detecte en su turno de vigilancia.	
Abrir y cerrar a la hora designada la puerta principal para la entrada y salida de personas.	
Permanecer dentro de las instalaciones del servicio durante su jornada laboral y no retirarse de la misma sin autorización correspondiente.	
Realizar permanentemente la limpieza de sus herramientas de trabajo	
Realizar demás funciones que le sean asignadas por su jefe inmediato y que estén de acuerdo con la naturaleza de su cargo.	
_____	: _____
JEFE INMEDIATO	TRABAJADOR

2. DESARROLLO DE LA PROPUESTA PARA EL CONTROL DE CARTERA

2.1.1 OBJETIVO. Garantizar la sostenibilidad Financiera del Autoservicio Mantilla a través de las actividades pendientes al recaudo de cartera a cada uno de las diferentes entidades prestadoras de servicios comerciales, entidades públicas, privadas y comunidad en general (en forma oportuna, que permita un flujo de caja adecuado y garantizado para que el autoservicio cumpla con sus obligaciones económicas.

2.1.2 ALCANCE:

Desde que se radica las cuentas por cobrar en cada una de las diferentes entidades prestadoras de servicios comerciales (publicas y privadas) inclusive gestionando el pago hasta el pago total de la misma.

2.1.3 GLOSARIO:

Acuerdos de Pago: Son las formulas o acuerdos entre el deudor y la entidad para fragmentar el pago de cada una de las facturas pendientes.

Cartera: Son las cuentas pendientes por cobrar que tiene la Entidad.

Certificación de Pago: Es el soporte cuando se descargan del sistema cada uno de los diferentes pagos realizados por la entidad prestadora de servicio comercial.

Conciliación: Proceso administrativo en el que las partes identifican sus diferencias y pactan sus posibles soluciones.

Depuración: Es el proceso administrativo que permite corregir las inconsistencias con el fin de mantener una información financiera real.

Gestión de Cobro: Proceso mediante el cual se incluyen actividades que permitan el recaudo oportuno de las cuentas por cobrar.

Nota crédito: Son todos los abonos efectuados por parte del banco por concepto de: descuentos de giros, pignoraciones, pagares, intereses a favor de la empresa, entre otros, pero que no se han cargado en nuestros libros.

Nota débito: Son cargos efectuados por el banco a la empresa por concepto de: cobro de intereses, comisiones, efectos descontados devueltos, entre otros, que por no haberse recibido la información respectiva del mismo no se ha abonado en los libros de la empresa.

Objeción: Facturas que han sido rechazadas por el Autoservicio, por alguna causal de devolución.

Registro contable: Asiento o notación contable que debe ser realizada para reconocer una transacción contable o un hecho económico que afecte al ente privado, y atiende las normas generales de causación y prudencia.

12.3 RESPONSABLES:

- Gerente
- Administrador
- Encargado Recaudo de Cartera
- Contabilidad

2.1.5 POLITICAS DE OPERACIÓN:

- Realizar seguimiento continuo que permita al Autoservicio mantener un flujo de caja mensual constante para cumplir con las diferentes obligaciones financieras.

2.1.6 FORMATO DEL PROCEDIMIENTO PARA LA RECOLECCION DE CARTERA

AUTOSERVICIO



NIT.32.006.523-4

Economía con clase

PASO	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DESCRIPCION	REGISTROS
1	Gerente	Planeación de Gestión de Cobro	A partir de la radicación de la cuenta de cobro ante	Formato APL CXC Clientes.

			el pagador, iniciar seguimiento y acciones de cobro superiores a 30 días	
2	Administrador	Verificación de Pagos Contra facturas radicadas en la base de datos del POST clientes.	Revisión de los reportes de contables referente a los pagos por, transferencia electrónica, consignaciones o cheque Autoservicio girados a proveedores	Revisión de pagos
3	<ul style="list-style-type: none"> Encargado del recaudo de cartera 	Gestión de Soportes de pago	<p>Se programa visitas mensuales a cada una de las entidades públicas. Privadas y demás clientes del Autoservicio para el control del pago y/o soportes de pagos.</p> <p>De igual manera se llaman y se les envía correo electrónico a las entidades que se encuentra en otras ciudades.</p>	Trazabilidad de la cuenta

4	<ul style="list-style-type: none"> • Tesorero 	Confirmación de los pagos recibidos	Consiste en confirmar si efectivamente el pago realizado ingreso a la Institución.	Estratos Financieros
5	<ul style="list-style-type: none"> • Asistentes de Cartera 	Actualización de Estado de Cartera	Al recibir la confirmación de los diferentes pagos se hace el respectivo registro contable (Descargar Pagos, Notas Créditos, Notas Débitos y Trámites de Glosas)	Certificaciones
6	<ul style="list-style-type: none"> • Tesorero 	Registro de Pagos	Se elabora el respectivo recibo de caja a cada una de las certificaciones de pagos generadas en la oficina de cartera a los pagos confirmados.	Recibo de Caja
7	<ul style="list-style-type: none"> • Jefe de Cartera 	Notificación a la Oficina Jurídica	Informar la cartera que esta en mora con más de sesenta (60) días para que se efectuara el respectivo cobro pre jurídico o Jurídico.	Oficio y relación de la Cartera en Mora

8	<ul style="list-style-type: none"> Asistentes de Cartera 	Entrega de Cartera para Cobro Jurídico	Recolección de los soportes físicos (Facturas, Cuentas de Cobros, Guías de envío Certificado etc.)	Pre jurídico
9	<ul style="list-style-type: none"> Jefe de Cartera 	Elaboración de Actas de Entrega de Cartera a Abogados	Compromiso del abogado con la Institución para responder por la cartera entregada.	Acta de Entrega de cartera
10	<ul style="list-style-type: none"> Asistente de Cartera 	Ingresar Acta de Abogado al Sistema (Dinámica)	Consiste en generar consecutivo en sistema que nos permite separar la cartera entregada para cobro jurídico y aquella cartera que no este vencida.	Acta Sistematizada
11	<ul style="list-style-type: none"> Asistente de Cartera 	Archivo	Es el proceso mediante el cual se procesa la información para su posterior información. Nota: El archivar no implica que el proceso se haya terminado, se	Soportes Financieros

			espera el fallo jurídico para poder realizar lo pertinente.	
--	--	--	---	--

2.1.7 DOCUMENTACION INTERNA:

- Facturas legales
- Notas Créditos
- Notas Débitos
- Tirillas de pago

2.1.8 RIESGOS:

- El no mantener la información veraz y confiable de la cartera de las diferentes entidades prestadoras de servicio de salud (Subsidiada, Contributiva, Particulares y Aseguradoras) implica en presentar información no fidedigna a los entes de control lo cual acarrea sanciones disciplinarias.

2.1.9 PUNTOS DE CONROL:

- Actualizar Estado de Cartera: Actualizar las base de datos relacionado todos los movimientos efectuados entre el pagador y el prestador.
- Registrar los Pagos Recibidos: El tesorero debe verificar y conciliar las transferencias o pagos recibidos e informar al responsable de cartera.

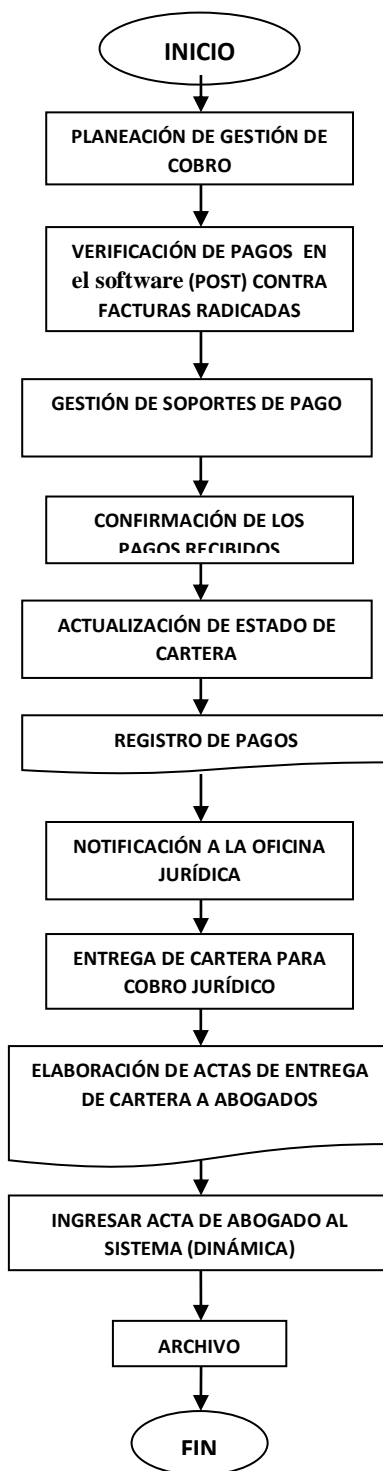
2.10 MARCO LEGAL:

- Ley 100 de 1993
- Decreto 2423 de 1996
- Decreto 3020 de 1997
- Decreto 1281 de 2002
- Decreto 3260 del 2004
- Decreto 2193 de 2005
- Ley 1328
- Decreto 4747 de 2007
- Ley 1231 de 2008
- Decreto 3740 de 2008
- Decreto 4975 de 2009
- Decreto 4976 de 2009
- Decreto 073 de 2010
- Resolución 14465 de 2007
- Resolución 3047 de 2008
- Resolución 0530 de 2010
- Manual Régimen Administrativo
- Formato de afiliación a la Cámara de Comercio de Barrancabermeja.

ANEXO:

- flujo grama.

ANEXO. : Elaboración propia



3. ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN

Se mencionan las estrategias más relevantes que se deben poner en práctica para dar a conocer el supermercado en la zona, motivar al consumidora que realice las compras en él y se convierta en cliente habitual de este.

CAPITULO II

3.1 ESTRATEGIAS DE CONSECUCIÓN DE CLIENTES

Comunicación y difusión de información. Es necesario dar a conocer al mercado meta la apertura del supermercado, para esto se requiere desarrollar una campaña de expectativa donde se informe el día de apertura, los productos y servicios que ofrece, además debe realizarse un reforzamiento durante todos los meses, con el objeto de generar recordación en el cliente; esta estrategia necesita de los siguientes medios de comunicación:

Difusión auditiva. Se realizara por medio de perifoneo en los alrededores del supermercado y los barrios aledaños, siguiendo los siguientes parámetros:

Realización de lunes a viernes en el horario de 11am a 2pm.

Realización sábados y domingos en el horario de 9am a 1pm.

Recorrido por la ciudadela el Recreo, por los barrios de Santiago de las atalayas y Margaritas.

La duración comprende 10 días antes de la fecha de apertura y reforzamiento en los días 1 a 5 y 15 a 20 de cada mes.

Difusión por medio impreso (Folleto). Se distribuirá en cada una de las Casas un folleto promocional, donde se informa la fecha de apertura y las promociones de lanzamiento del supermercado como son: precios bajos, ofertas y rifas realizadas durante el mes. El folleto promocional debe ser distribuido en los dos días anteriores a la fecha de apertura; a continuación se presenta el modelo del folleto promocional

CONCLUSIONES

- El autoservicio Mantilla proporciona a sus clientes variedad en su portafolio de productos y de excelente calidad.
- Reconoce y contribuye al bienestar del consumidor
- Se realizan controles en la revisión de pedidos recibidos por los diferentes proveedores, para de la misma manera ofrecer un buen producto al mercado.
- Mediante estos manuales se fortalecerán administrativamente al Autoservicio.
- Se crea mayor experiencia al desarrollo productivo de la empresa.
- Mediante la realización de este informe se contribuye a un mejor orden en la planeación estratégica para el Autoservicio.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la parte Gerencial y Administrativa la ubicación de lokerts con numeración llaves de seguridad para la ubicación de elementos ingresados por las personas por el momento; de esta, manera existirá un mayor control que vallan a perjudicar al negocio con respecto a perdidas y robos.
- Se necesita la exigencia de una mayor forma hacia algunos proveedores en el manejo de facturas legales en la realización de los pedidos ya que eso contribuye a una mejor contabilidad..
- Se requiere el manejo en la actualización de cronogramas; manejo de nuevos indicadores y formatos físicos que contribuirán al control de gastos del negocio.
- Se solicitara a la parte gerencial y administrativa el desarrollo de reglamentos que contribuyan al control de los empleados en cada una de las funciones establecidas llevando de esta manera un bienestar laboral adecuado para el alcance de metas y objetivos del Autoservicio.

ALCANCE

Al llegar el momento de elegir la opción de grado, opté por la realización de la práctica profesional al considerarla la oportunidad perfecta para aplicar los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación teórica, sería además una oportunidad para relacionarme con otras personas y medir mis capacidades para mejorar el entorno.

Dentro de mi experiencia particular puedo decir que como miembros de una entidad somos dependientes de las decisiones y acciones de los demás miembros, por eso no siempre se logran materializar las propuestas, no es suficiente la voluntad y en ocasiones se requiere realizar un cambio de mentalidad.

Dentro de la realización de las labores diarias en el Autoservicio Mantilla Ubicado en el Municipio de San Pablo Sur de Bolívar no solo materialicé los conocimientos previamente adquiridos, sino que también pude ampliar mis conocimientos en otras áreas del saber.

BIBLIOGRAFIA

- Administración Estratégica Octava Edición Mc Graw Hill Autores Charles W. L. Hill y Gareth R. Jones.
- Planeación Estratégica Rumbo Hacia el Éxito, editorial trillas, biblioteca de Administración autor: Lourdes Munch Cuarta Edición.

ANEXOS Y EVIDENCIAS

IMAGEN DEL AUTOSERVICIO ANTES:
ANEXO N°1



IMAGEN DEL AUTOSERVICIO AHORA:
ANEXO N° 2



ANEXO N° 3 FORMATO PARA EL PAGO DE NÓMINA DE LOS EMPLEADOS AUTOSERVICIO MANTILLA
NIT: 32.006.523-4

CALLE 17 # 6-61 San Pablo Sur de Bolívar.

NOMBRE DEL EMPLEADO	C.C	SUELDO					TOTAL					NETO		FIRMA Y C.C
		BASICO	DIAS	BASICO	TRANSP.	OTROS	DEVENGADO	PENSION	SALUD	OTROS	DEDUCIDO	PAGADO		
ALEXANDER CACERES GALVIS	7.924.840	689,454	15	344,727	0	25,774	370,501	12,887	12,887		25,774	344,727		
ANA MILENA ORTIZ CACERES	37.750.485	689,454	15	344,727	0	25,774	370,501	12,887	12,887		25,774	344,727		
ARLEYS YESID SARMIENTO DIAZ	1,095,942,729	689,454	15	344,727	0	25,774	370,501	12,887	12,887		25,774	344,727		
ARLINSON LAMBRAÑO	1,090,444,268	689,454	15	344,727	0	25,774	370,501	12,887	12,887		25,774	344,727		
CARLOS HUMBERTO TORRES G.	80,245,518	689,454	15	344,727	0	25,774	370,501	12,887	12,887		25,774	344,727		
DELMIRA MARIA DIAZ CONTRERAS	40,928,039	689,454	15	344,727	0	25,774	370,501	12,887	12,887		25,774	344,727		
DENISET AYALA MOSQUERA	45,767,074	689,454	15	344,727	0	25,774	370,501	12,887	12,887		25,774	344,727		
INGRIS YULIETH ARIZA QUIROGA	1,050,551,817	689,454	15	344,727	0	25,774	370,501	12,887	12,887		25,774	344,727		
JOHAN SAMUEL ALZATE DUARTE	1,131,399,017	689,454	15	344,727	0	25,774	370,501	12,887	12,887		25,774	344,727		
LUIS JOSE MORENO TRILLOS	8,829,859	689,454	15	344,727	0	25,774	370,501	12,887	12,887		25,774	344,727		
MIGUEL ORTIZ VALBUENA	5,755,604	689,454	15	344,727	0	25,774	370,501	12,887	12,887		25,774	344,727		
MILTON CACERES GALVIS	1,096,185,493	689,454	15	344,727	0	25,774	370,501	12,887	12,887		25,774	344,727		
ZULY MARCELA CASTRO CARDENAS	1,098,655,472	689,454	15	344,727	0	25,774	370,501	12,887	12,887		25,774	344,727		
EDID QUINTERO FLOREZ	1,050,550,214	689,454	15	344,727	0	25,774	370,501	12,887	12,887		25,774	344,727		
JANER ANTONIO SEGUANES	1,147,687,395	689,454	15	344,727	0	25,774	370,501	12,887	12,887		25,774	344,727		
TOTALES		10341,81	225	5170,905		386,61	5557,515	193,305	193,305		386,61	5170,905		

APROPIACIONES			VALOR
CESANTIAS		8.33%	377.134
INTERESES/CESANTIAS		1,00%	3.771
PRIMA DE SERVICIOS		8.33%	377.134
VACACIONES		4.17%	188.793
PENSION		12,00%	543.290
SALUD		0,00%	0
ARP		0.522%	23.633
COMFAMILIAR		4,00%	181.097
TOTAL			1.694.852

FUENTE: Auxiliar Contable del Autoservicio.

ANEXO N° 4 : IMÁGENES MEDIOS DE PUBLICIDAD DEL AUTOSERVICIO

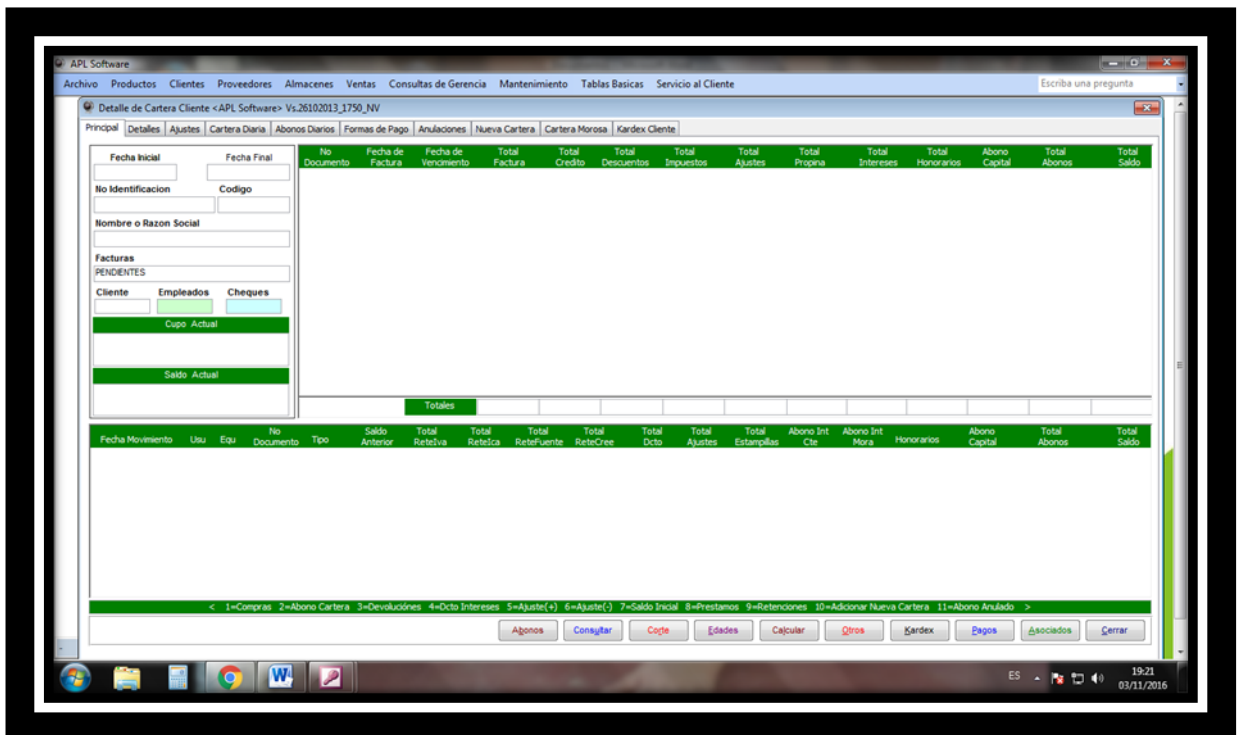
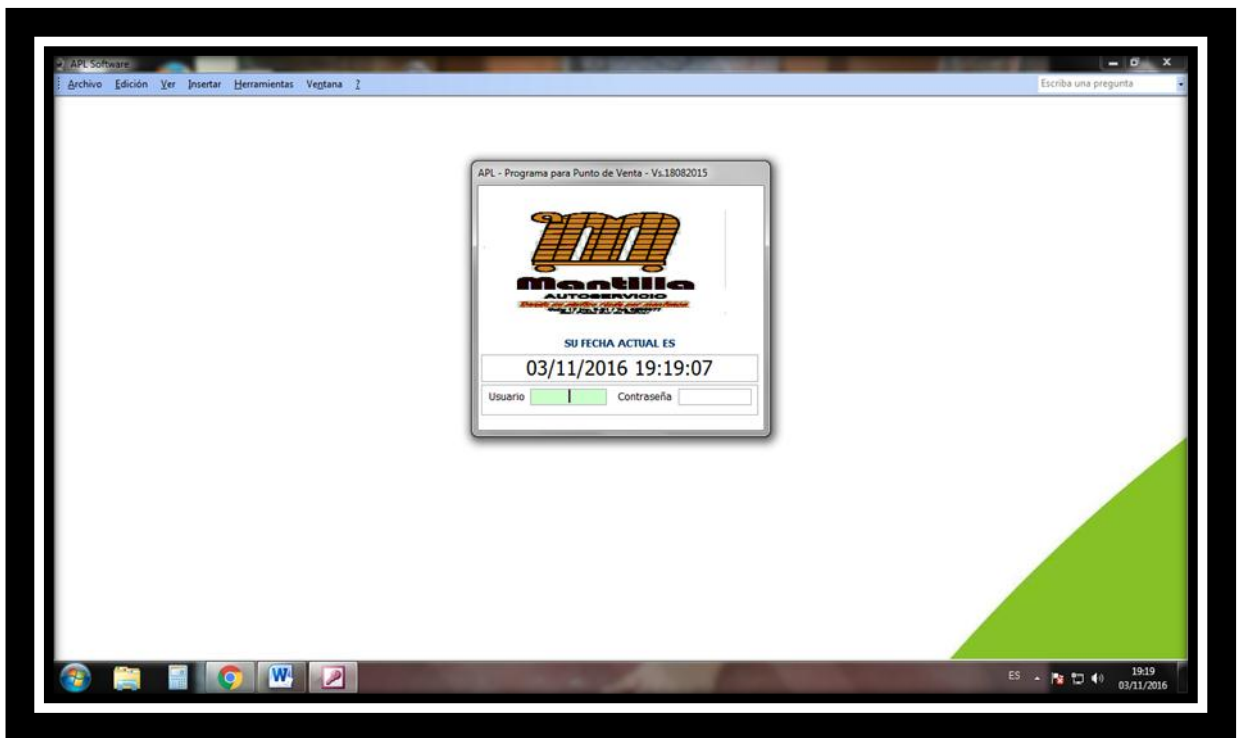
Lonas de fibra





ANEXO N° 5 FORMATOS POST PARA EL CONTROL DE CARTERA





APL Software - Abonos a Cartera <APL Software> Vs.26102013_1750_NV

Nombre: Lasmaris Mirelis Oyo Guerrero

Cupo Actual: 300,000 | Saldo Total: 189,328

TIPO DE PAGO: EFECTIVO

TIPO	No. Documento	Total Capital	Total Intereses	Total Impuestos	Total Abono	Saldo Pendiente
01	20320853	36,242	0	0	0	36,242
01	02-0320854	32,586	0	0	0	32,586
01	02-0443849	120,500	0	0	0	120,500

TIPO	No. Documento	Fecha Factura	Fecha Venc	Dias Venc	Dias Mora	Total Capital	Total Int Corriente	Total Int Mora	Total Honorarios	Saldo Actual	Total Abono Capital	Total Abono Intereses	Total Abono Honorarios	Total Abono	Saldo Pendiente
01	02-0320853	2015-12-14	2015-12-14	325	57	36,242	0	0	0	36,242	0	0	0	0	36,242
01	02-0320854	2015-12-14	2015-12-14	325	325	32,586	0	0	0	32,586	0	0	0	0	32,586
01	02-0443849	2016-05-15	2016-08-15	80	80	120,500	0	0	0	120,500	0	0	0	0	120,500

TOTAL SALDO: 189,328 | NUEVO SALDO: 189,328 | TOTAL ABONO: 0 | CAMBIO: 0 | SALDO PENDIENTE: 189,328

Botones: Abonos, Consultar, Copia, Edades, Cacular, Otros, Kardex, Pagos, Asociados, Cerrar

APL Software - Entradas de Mercancia <APL Software> Vs.30042014

Empresa: TODOS | Usuario: TODOS | Equipo: TODOS | Entre: 03/11/2016 y 03/11/2016

Eq.	Usuario	rReg	Ventas	Entradas	Salidas	Efectivo	Temp
1	0	184	2,997,099	96,200	750,000	1,454,122	7
2	0	440	5,110,504	0	2,157,600	3,233,702	14
5	0	0	0	0	0	0	1

Entradas de Efectivo		Credito Cartera		Clientes	
Efectivo x Ventas	6,469,124	Credito/Cartera	1,630,452	Nuevos	0.00
Efectivo x Abonos	1,030,100	Credito/Employados	0	Registrados	12.60
Efectivo x Entradas	96,200	Total Cartera	1,630,452	No Registrados	612.90
Efectivo x Apartados	0	Tarjetas			
Efectivo x Propina	0	Tarjeta Debito	0	Pendientes	0
Efectivo x Domicilios	0	Tarjeta Credito	0	Cancelados	0
Efectivo Entradas	7,595,424	Total Tarjetas	0	Total	0

Salidas de Efectivo		Bonos		Anulados	
Efectivo x Devolucion	7,600	Bonos Generales	0	Facturas	0
Efectivo x Prestamo	0	Bono x Devolucion	0	Apartados	0
Efectivo x Salidas	2,900,000	Bono x Apartado	0	Total	0
Efectivo x Anticipo	0	Total Bonos	0		
Efectivo x Vueltos	0	Otros			
Efectivo Salidas	2,907,600	Tarjeta Premio	0	Totales Movimientos	
Total de Efectivo	4,687,824	Transferencias	0	Ventas	8,107,603
Total Dto Venta	0	Concesiones	0	Devoluciones	7,600
Total Dto Abono	0	Retenciones	0	Apartados	0
Total Compras	0	Total Donacion	0	Domicilios	0
		Total Otros	0	Total Venta Neta	8,100,003
		Total Compras	0	Total Cajon	FALTAN 4,687,824

Botones: Informe, Detalle, Novedad, Resumen, Arqueo, Pagos, Cuadrg, Reporte, Usuarios, Productos, Movimiento, Cerrar

ANEXO N° 6 GERENTE Y ADMINISTRADOR



ANEXO 7: OTRAS IMÁGENES DEL AUTOSERVICIO





