

**CARACTERIZAR LAS PYMES UBICADAS EN EL SECTOR DE LA ESMERALDA EN  
LA CIUDAD DE POPAYÁN Y CONOCER SUS REQUERIMIENTOS, PARA EL  
FORTALECIMIENTO DE SERVICIOS DEL CONSULTORIO EMPRESARIAL DEL  
CENTRO DE ESTUDIOS Y SERVICIOS CES.**



Universidad  
del Cauca

**JUAN DAVID VALLEJO BOTERO**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**POPAYÁN**

**2016**

**CARACTERIZAR LAS PYMES UBICADAS EN EL SECTOR DE LA ESMERALDA EN  
LA CIUDAD DE POPAYÁN Y CONOCER SUS REQUERIMIENTOS, PARA EL  
FORTALECIMIENTO DE SERVICIOS DEL CONSULTORIO EMPRESARIAL DEL  
CENTRO DE ESTUDIOS Y SERVICIOS CES.**



Universidad  
del Cauca

**JUAN DAVID VALLEJO BOTERO**

Asesor

**MG. JUAN FELIPE VALLEJO**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**POPAYÁN**

**2016**

### **Nota de Aceptación**

El Asesor y los jurados del trabajo de grado: **“CARACTERIZAR LAS PYMES UBICADAS EN EL SECTOR DE LA ESMERALDA EN LA CIUDAD DE POPAYÁN Y CONOCER SUS REQUERIMIENTOS, PARA EL FORTALECIMIENTO DE SERVICIOS DEL CONSULTORIO EMPRESARIAL DEL CENTRO DE ESTUDIOS Y SERVICIOS CES.”**, realizado por: JUAN DAVID VALLEJO BOTERO, una vez revisado el informe final y aprobado la sustentación del mismo, autorizan para que se realicen los trámites concernientes para optar el título profesional de Administrador de Empresas.

---

Asesor

---

Jurado

---

Jurado

## **Agradecimientos**

*“A mis padres por su apoyo incondicional en este proceso universitario que finaliza, a mi hermano por sus consejos y ayuda incondicional, a mis demás familiares, a mis amigos, A todos ellos, dedicado este título universitario y afrontar los retos que llegaran con fortaleza y sabiduría.”*

*El Autor*

## Contenido

	<b>Pág.</b>
<b>Glosario</b> .....	9
<b>Introducción</b> .....	11
<b>1. Problematización</b> .....	14
1.1 Definición del problema, oportunidad o necesidad del trabajo.....	14
2. Justificación .....	17
3. Objetivos.....	18
3.1 Objetivo general.....	18
3.2 Objetivos específicos .....	18
4. Contextualización teórica.....	19
<b>4.1 Marco teórico</b> .....	19
5. Contextualización metodológica.....	25
<b>5.1 Caracterización de una empresa</b> .....	25
6. Desarrollo del trabajo.....	26
<b>6.1 Contextualización</b> .....	26
<b>6.2 Caracterización de empresas</b> .....	26
<b>6.2.1 ¿Qué es la actividad económica?</b> .....	27
6.2.2 ¿Cuáles son las organizaciones según su criterio jurídico?.....	28
<b>6.2.3 ¿Cuál es el ámbito geográfico donde actúa la empresa?</b> .....	28
6.2.4 ¿Qué es la distribución de personal? .....	29
<b>6.2.5 ¿Cómo se clasifican las empresas según la cantidad de empleados y activos?</b> .....	29
6.2.6 ¿Cuáles y que son las áreas funcionales de la empresa?.....	30
6.2.7 ¿Cuáles son los objetivos de la empresa? .....	31
<b>6.2.8 ¿Cuál es la procedencia del capital?</b> .....	31
<b>6.2.9 ¿Qué es la responsabilidad social?</b> .....	32

<b>7. Desarrollo del trabajo</b> .....	33
<b>7.1 Caracterización de empresas ubicadas en el sector Esmeralda</b> .....	33
<b>7.1.1 ¿Qué es una caracterización?</b> .....	33
<b>7.1.2 ¿Por qué caracterizar a las empresas?</b> .....	33
7.2 Gestión de procesos internos .....	33
7.3 Servicio al cliente.....	34
<b>7.4 Problema</b> .....	35
<b>7.5 Objetivo</b> .....	35
7.6 Variables de caracterización .....	35
7.7 Definición de variables .....	37
7.7.1 Variables de tipo geográfico .....	37
7.7.2 Variables de tipo organización.....	37
7.7.3 Variables de comportamiento organizacional.....	38
<b>7.8 Población de estudio</b> .....	39
<b>7.9 Donde encontrar información de las empresas</b> .....	39
<b>7.10 Análisis de la información de empresas</b> .....	39
7.11 Necesidades y condiciones de las empresas y el consultorio.....	40
7.11.1 Estado actual de las empresas .....	40
7.11.2 Estado actual del Consultorio Empresarial .....	43
7.11.3 Propuesta de mejora para el consultorio empresarial frente a las empresas de la ciudad. ....	46
8. Conclusiones y sugerencias .....	50
Bibliografía.....	52
<b>Anexos</b> .....	53

## Lista de Figuras

	<b>Pág.</b>
<i>Figura 1 Clasificación de variables</i> .....	36
<i>Figura 2 Árbol de Efectos-Causas</i> .....	44
Figura 3. ¿Cuenta con áreas en su empresa?.....	59
Figura 4. ¿A cargo de quien esta tomar decisiones? .....	61
Figura 5. ¿Ha recibido asesoramiento o consultoría en algún momento desde la creación de su empresa? .....	63
Figura 6 ¿De acuerdo a su experiencia, considera que recibir un asesoramiento externo a su empresa le ayudaría a mejorar procesos? .....	64
<b>Figura 7</b> ¿Cómo califica el resultado de su experiencia de asesoramiento? .....	65
Figura 8¿Cómo califica el resultado de su experiencia de asesoramiento? .....	66
Figura 9 ¿Conoce el consultorio empresarial de la Universidad del Cauca? .....	67
Figura 10 ¿Si lo invitaran a charlas y talleres de capacitación, estaría dispuesto a participar? .....	68

## Lista de Cuadros

	<b>Pág.</b>
Cuadro 1. Variables individuales .....	36
Cuadro 2. Base de datos Cámara de Comercio .....	58
Cuadro 3. ¿Cuenta con áreas en su empresa?. .....	59
Cuadro 4. ¿Con cuáles de las siguientes áreas o departamentos cuenta su empresa?.....	60
Cuadro 5. ¿Con cuáles de las siguientes áreas o departamentos cuenta su empresa?.....	60
Cuadro 6. ¿Cuál es su tipo de cliente? .....	60
Cuadro 7. ¿Cuál es su tipo de cliente? .....	61
Cuadro 8. Estudio toma de decisiones de las empresas encuestadas .....	61
Cuadro 9. ¿Con cuales canales de comunicación cuenta para llegar a sus usuarios? .....	62
Cuadro 10. ¿Con cuales canales de comunicación cuenta para llegar a sus usuarios? .....	62
Cuadro 11. ¿Ha recibido asesoramiento o consultoría en algún momento desde la creación de su empresa? .....	63
Cuadro 12. ¿De acuerdo a su experiencia, considera que recibir un asesoramiento externo a su empresa le ayudaría a mejorar procesos?.....	64
Cuadro 13. ¿Cómo califica el resultado de su experiencia de asesoramiento?.....	65
Cuadro 14. ¿Le gustaría recibir alguna clase de asesoramiento por parte de un consultorio con el fin de mejorar problemas de su empresa?.....	66
Cuadro 15. ¿Conoce el consultorio empresarial de la Universidad del Cauca?.....	67
Cuadro 16. ¿Si lo invitaran a charlas y talleres de capacitación, estaría dispuesto a participar?.....	68
Cuadro 17. ¿En cuáles de los siguientes temas le gustaría recibir asesoramiento o capacitación?.....	69
Cuadro 18. ¿En cuáles de los siguientes temas le gustaría recibir asesoramiento o capacitación?.....	69



## Glosario

- Cuellos de botella: es la operación que tiene la capacidad efectiva más baja entre todas las de la instalación y que, por lo tanto, limita la salida de productos del sistema.(administración de operaciones. 2000)
- Estructura organizacional: La capacidad de una organización de estructurarse y reestructurarse para adaptarse a condiciones internas y externas cambiantes es importante para aumentar al máximo el desempeño organizacional. (Lusthaus Charles .Evaluación organizacional. 2002)
- Consultoría: La consultoría de empresas es un servicio de asesoramiento contratado por y proporcionado a organizaciones por personas especialmente capacitadas y calificadas que prestan asistencia, de manera objetiva e independiente, a la organización cliente para poner al descubierto los problemas de gestión, analizarlos, recomendar soluciones a esos problemas y coadyuvar, si así se les solicita, en la aplicación de soluciones”. (Larry Greiner y Robert Metzger. 1982)
- Cámara de Comercio del Cauca: Las Cámaras de Comercio son instituciones de orden legal con personería jurídica, creadas por el Gobierno Nacional, de oficio o a petición de los comerciantes del territorio donde hayan de operar. (Art. 78. Código de Comercio).
- Encuesta: las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. Según el mencionado autor, el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica”. (Según Naresh K. Malhotra).

- Networking; es el proceso de recuperar y distribuir información para el mutuo beneficio de los integrantes de la red de contactos. ( Calvo y Rojas. 2011)

## Introducción

Dirigir al personal y, al mismo tiempo, establecer objetivos y planes es un dilema que enfrenta cualquier empresario de empresas pequeñas en crecimiento.

Además, las perspectivas del propietario-gerente de una de estas empresas son distintas de las perspectivas de las medianas y grandes empresas. Esto no implica minimizar al pequeño empresario. La práctica indica que hay situaciones donde se dedica muy poco énfasis a objetivos y planes a mediano y largo plazo, lo cual también es un problema serio para toda pequeña empresa. Los problemas más frecuentes son, el cómo obtener ganancia en un semestre o por otro lado suministrar el flujo de dinero constante, esto en cuanto a lo financiero. En ocasiones las palabras pueden ser más importantes que las cifras, pero es difícil dar explicaciones al área de contabilidad. Las empresas en crecimiento no deben detenerse con procedimientos de contabilidad innecesarios o llegar a los extremos. Tanto los buenos contadores como los buenos jefes de área deben ser fluidos al operar (Administración en pequeñas y medianas empresas. 2010).

Los consultores son de gran ayuda para solucionar problemas específicos para la empresa e crecimiento. Al inicio la empresa pequeña tiene un solo gerente y después surge la necesidad de jefes de departamento. Pero también surgirán problemas administrativos, financieros, fiscales y técnicos. El consultor requerirá de tiempo para conocer y comprender los problemas (tiempo del propietario y su personal) para después presentar un diagnóstico. Asegúrese de que hay un entendimiento claro entre usted y el consultor en cuanto a lo que se espera y respecto al costo

que implica los servicios de consultoría. (Administración en pequeñas y medianas empresas. 2010).

Teniendo en cuenta lo anterior, el objetivo de realizar la caracterización e identificar cuáles son los requerimientos en cuanto a las dificultades que se presenten en el interior de las pymes del sector de la Esmeralda de la ciudad de Popayán, este sector es privilegiado para esta investigación, ya que se encuentra una gran variedad de empresas que se dedican a actividades comerciales diferentes, también encontramos que su dinámica comercial es alta por su ubicación estratégica a la salida de la ciudad y su centro de comercio (Galería), esto permite que este sector sea un punto de encuentro comercial para personas de la ciudad y de otros municipios aledaños, logrando que las empresas ubicadas allí, logren experiencias comerciales que serán atractivas para el consultorio empresarial, ya que existirá un campo de acción alto que permitirá realizar el estudio para mejorar la dinámica de servicio entre el Centro de Estudios y Servicios y la comunidad empresarial. De igual manera acercarnos al porque no hay utilización de los servicios que ofrece el Consultorio Empresarial.

Actualmente el Centro de Estudios- CES de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad del Cauca a través del Consultorio Empresarial, dispone de unos servicios en asesoría y consultoría sobre competitividad y creación de empresas en la ciudad, “busca crear conciencia sobre la importancia del emprendimiento para el desarrollo de la región que a la vez apoya la materialización de las ideas y planes de negocio” (Montenegro Daniela, 2015). La actividad que actualmente desarrolla está enfocada en la gestión de proyectos para el Fondo Emprender. Según el registro de actividad en el Consultorio se presentan en promedio 20 personas por semestre con ideas empresariales para el Fondo Emprender. Sin

embargo, las empresas de la ciudad no hacen uso de ellos, ya que según el archivo del Centro de Estudios y Servicios CES; no existe registro de empresas que hayan hecho uso del Consultorio Empresarial desde el 2013.

Se concluye que, el presente trabajo es de suma importancia para el Centro de estudios y servicios, porque busca conocer cuál es la razón por la cual no se hace uso de los servicios por parte de las empresas de la ciudad, posteriormente se realizara un análisis y establecerá una solución para que se fortalezca los servicios que se prestan en el Consultorio Empresarial del CES y en un periodo de tiempo determinado el Consultorio empresarial logre brindar asesorías y consultorías a las pymes que serán estudiadas para esta proyecto y cualquier otra que esté interesadas en recibir el servicio, adicionalmente lograr el reconocimiento frente a otros consultorios y tener un gran impacto en la sociedad empresarial.

Adicionalmente, la comunidad estudiantil será beneficiada a medida que el nivel de solicitudes de consultorías crezca y se demande más personal, permitiendo que se involucren más practicantes, pasantes y que existan profesores que realicen la labor de consultores permanentemente.

## **1. Problematización**

### **1.1 Definición del problema, oportunidad o necesidad del trabajo**

De acuerdo con los reportes del Ministerio de Desarrollo, la pequeña y mediana empresa representa el 92% del total de empresas de Colombia, generan el 52% del total de empleo del país; sin embargo, tan solo generan el 25% de nuestro PIB y cerca del 25% de las exportaciones no tradicionales. Para una empresa es de suma importancia llevar sus procesos con un adecuado funcionamiento, pero se encuentran fallas en el desarrollo de estos. Para los gerentes es difícil identificar todos estos errores y es más evidente en las pequeñas y micros empresas, ya que ellos realizan casi todas las funciones administrativas, por otro lado en la mayoría de los casos la creación de estas empresas se da por que los propietarios consideran que será rentable pero no se realiza un estudio previo con el fin de saber si es viable o no, adicionalmente no se logra un correcto manejo de los recursos, concluyendo que no conocen los mecanismos adecuado para el control de estos.

En la ciudad de Popayán existen según la Cámara de Comercio del Cauca 10.112 mipymes registradas. Aproximadamente el 90% de estas pertenecen a la categoría de micro empresas; por consiguiente el 10% son pequeñas y medianas empresas, alrededor de 1.012 de esta denominación.

Tomando como referencia la investigación realizada por la Cámara de Comercio del Cauca con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo BID en el año 2009 se identificó que en el 57 % del territorio del municipio de Popayán existían 1.784 micros empresas, pero

existe una ausencia de información que permita conocer cuántas están formalizadas en la actualidad. Adicionalmente existían 3.371 legalmente constituidas y para el 2015 están registradas 9.100 micro empresas.

Según la investigación “Los 20 problemas de la pequeña y mediana industria” se concluye que los problemas más frecuentes en pymes son; primero la inexistencia de un plan estratégico que le permita a la empresa fijarse objetivos, segundo el empleo de metodologías inadecuadas de costeo de los productos o servicios ofertados, tercero el desaprovechamiento de las políticas e instrumentos y cuarto el desconocimiento de los mercados potenciales por atender, entre otros.

Para enfatizar un poco sobre que se lleva a cabo en un consultorio se define consultoría según Financial Red “un servicio profesional orientado a ayudar a los directivos de una empresa a identificar o evaluar algunos de los posibles bloqueos u oportunidades de mejora que existen en las empresas, *con la meta de generar Programas de Acción y Cambio específicos en los Procesos, pudiendo así incrementar la rentabilidad del negocio llevado a cabo*”.

Los consultorios empresariales tiene como función brindar la ayuda correspondiente a empresas o personas interesadas en realizar un emprendimiento o mejorar un proceso en su empresa según la universidad del Colegio Mayor un consultorio es un espacio que busca el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades menos favorecidas, por medio de formación, consultoría y asesoría en creación y mejoramiento de la gestión de organizaciones productivas para llevar a cabo lo dicho previamente, se requiere de identificar los problemas y buscar las soluciones que se requieren, implementado estrategias o reestructurando y mejorando procesos.

En este momento, las actividades que realiza el Consultorio del Centro de Estudios y Servicios similares frente a otros de gran importancia y con mucha actividad, podemos encontrar según la Cámara de Comercio del Cauca encontramos 29 empresas dedicadas a la asesoría empresarial en Popayán. Principalmente se encuentra que los consultorios quieren generar espacios para el fomento y desarrollar de emprendimientos con nuevos negocios y/o mejoramiento de los existentes y otro pilar de desarrollo importante es la articulación entre docencia, investigación y proyección social en los consultorios de universidades.

En base a lo anterior, es necesario conocer si se presentan debilidades administrativas al interior de las empresas y cuáles son las más frecuentes, saber cuál es su visión de crecimiento e identificar necesidades puntuales de tal manera que sea posible generar alternativas de asesoramiento por parte del CES, es necesario conocer si el portafolio de servicios que se ofrece es lo que necesitan las empresas o si es necesario reestructurar la forma en que se ofrece los servicios y la manera en que se crean las relaciones con los clientes potenciales, en este caso las pequeñas empresas del sector de la Esmeralda.



## **2. Justificación**

El sector en el que desarrollaremos el trabajo es La Esmeralda, Es elegido porque encontramos gran dinámica económica, una densa cantidad de micro y pequeñas empresas. Según la Cámara de Comercio del Cauca, se encuentra entre el 5% y 10% reunidas en este lugar y dedicadas a diferentes actividades comerciales; comercio de alimentos, comercio textil, papelerías, veterinarias, ferreterías, graneros, entre otros.

Llevar a cabo presente trabajo es de suma importancia pues permitirá a las empresas mejorar sus debilidades administrativas, adquirir herramientas de gestión con el fin de lograr mayor competitividad. Además les permitirá conocer las debilidades para mejorar sus procesos internos.

Este trabajo permitirá potencializar la actividad del Consultorio Empresarial del Centro de Estudios y Servicios de la Universidad del Cauca, mediante el fortalecimiento de sus bases, logrando que el sector empresarial conozca su función y acceda a las asesorías que ofrece.

Además este proyecto le brindará al Consultorio Empresarial la posibilidad de mejorar la eficacia en la caracterización de las empresas de la ciudad. Con lo anterior se podrá generar un impacto en el sector empresarial y en la comunidad en general, obteniendo una mayor visibilidad como ente académico e investigativo de proyección social.

Con lo anterior entonces, se quiere lograr dinámicas entre el CES, los empresarios y la comunidad en general que contribuirán al desarrollo económico y social de la ciudad.

### **3. Objetivos**

#### **3.1 Objetivo general**

Caracterización de PYMES ubicadas en el sector de la esmeralda en la ciudad de Popayán y conocimiento de sus requerimientos, para el fortalecimiento de servicios del Consultorio Empresarial del Centro de estudios y Servicios CES.

#### **3.2 Objetivos específicos**

- Caracterizar las empresas del sector de La Esmeralda de acuerdo a su visión, debilidades administrativas y herramientas de gestión.
- Establecer las necesidades y problemáticas que tienen las empresas del sector de La Esmeralda con el fin de recibir asesorías que se ofrecen por parte del Centro de Estudios y Servicios a través de su Consultorio Empresarial.
- Analizar la información del estado actual del Consultorio Empresarial frente a los requerimientos de las empresas con el fin de establecer una propuesta para el fortalecimiento del portafolio de servicios.

## 4. Contextualización teórica

### 4.1 Marco teórico

Se presentan diversas definiciones sobre empresas consideradas pymes que giran en torno al capital monetario y al trabajo, para Arthur Anderson (1999). Plantea que es “Una Unidad Económica de Producción y Decisiones que, mediante la Organización y coordinación de una serie de Factores (Capital y Trabajo), persigue obtener un beneficio produciendo y comercializando productos o prestando servicios en el mercado”.

De una manera general sabemos que estas empresas tienen un gran impacto en la sociedad y la economía de los países, pero plantean que tienen que sobrevivir a situaciones difíciles en mercados competitivos, según Araya Arnoldo (2006). *“Son el motor que permiten el crecimiento de cualquier país por lo general. Ser PYME no es ni será fácil. Por sus particularidades a este tipo de entidad, le es muy difícil sobrevivir y mantenerse con eficiencia, eficacia y economía en un ámbito de alta competencia a nivel nacional e internacional. Las pymes han sido consideradas, por un lado como la principal esperanza de crear empleo y especialmente los grupos de pequeñas empresas han adquirido una nueva importancia como fuentes potenciales de ventaja competitiva”*.

En Colombia también se ha trazado un camino para PYMES, de igual manera algunas organizaciones han emitido su concepto, de acuerdo a Pymes en Colombia (2012) *“las micros, pequeñas y medianas empresas son entidades independientes, con una alta predominancia en el mercado de comercio, quedando prácticamente excluidas del mercado industrial por las grandes*

*inversiones necesarias y por las limitaciones que impone la legislación en cuanto al volumen de negocio y de personal”.*

Debemos considerar las Pymes en diferentes tipos Según CEB (1993) nos afirma que *“Dentro del mundo de las PyMEs se encuentran tres tipos principales, dos de las cuales parecen ser claros exponentes del cambio económico y tecnológico. Por un lado la PyME flexible, innovadora, que invierte y asume riesgos. Se trata de la empresa en que todos parecen pensar cuando se habla de las potencialidades del sector. En segundo lugar se encuentra la PyME subcontratista, consecuencia de las estrategias de las grandes empresas, dependientes de ellas y sin demasiada calidad en el producto. Por último, se encuentra la PyME informal o dual, cuya permanencia en el mercado se basa en la recepción de subsidios, la evasión fiscal, el trabajo familiar, etc”.*

No se conoce en que momento surge el concepto de PYME, sin embargo se considera que surge cerca de los años 70s. en el momento en que las empresas dedicadas a brindar servicios empiezan a tomar importancia en los mercados, como lo plantea Centty Villafuerte Deymor B. (2002) nos dice *“han sido como unidades productivas de pequeña escala que da origen en los años 70 debido principalmente a cambios estructurales como el crecimiento de los servicios, como por ejemplo de consultorías empresariales, tratamientos clínicos, respaldo o soporte técnico y la valorización del conocimiento como factor de producción de riqueza. Empiezan a generar riqueza y valor agregado a los intangible”.*

Las Pymes representan gran importancia en la economía, y llevar una control sobre la evolución de ellas sería adecuado, sin embargo no se puede saber que tan bien es su funcionamiento o su aporte, para Ferraro, C., & Stumpo, G. (2010) *“Las pequeñas y medianas*

*empresas son agentes importantes en la estructura económica de los países de la región no sólo por su participación en el total de firmas sino también por su aporte al empleo y, en menor medida, al producto. La información cuantitativa sobre las pymes en América Latina es bastante escasa y, a menudo, de mala calidad. Por esta razón es difícil analizar la evolución del desempeño de estas empresas y, a veces, existen problemas para estimar correctamente su peso en la producción y el empleo”.*

La importancia en Colombia de las pymes es baja frente a países desarrollados, según Revista Dinero (2015) *“las pymes en Colombia aportan cerca del 38% del PIB total, una cifra considerablemente baja teniendo en cuenta que en algunas economías desarrolladas estas pueden participar hasta en el 50% o 60% de la producción nacional”.*

Para el desarrollo de este trabajo la definición que generaría un soporte adecuado es la que afirma, Araya Arnoldo (2006). *“Son el motor que permiten el crecimiento de cualquier país por lo general. Ser PYME no es ni será fácil. Por sus particularidades a este tipo de entidad, le es muy difícil sobrevivir y mantenerse con eficiencia, eficacia y economía en un ámbito de alta competencia a nivel nacional e internacional. Las pymes han sido consideradas, por un lado como la principal esperanza de crear empleo y especialmente los grupos de pequeñas empresas han adquirido una nueva importancia como fuentes potenciales de ventaja competitiva”.* Elegimos esta definición porque nos reúne diferentes aspectos que se podrán evaluar con el desarrollo del trabajo, como por ejemplo la generación de empleo, unión empresarial entre pymes, el aporte a la economía y por último el más importante y pilar de desarrollo de este trabajo, los problemas que deban mejorar a través de ayuda de expertos y poder sobrevivir en los mercados.

La consultoría empresarial es la actividad que se ofrece a las empresas con el fin de mejorar alguna dificultad que se presente, Larry Greiner y Robert Metzger (1982) señalan que *“la consultoría de empresas es un servicio de asesoramiento contratado por y proporcionado a organizaciones por personas especialmente capacitadas y calificadas que prestan asistencia, de manera objetiva e independiente, a la organización cliente para poner al descubierto los problemas de gestión, analizarlos, recomendar soluciones a esos problemas y coadyuvar, si así se les solicita, en la aplicación de soluciones”*.

De igual manera nos define, Kurb Millan (2002) dice que es *“un método para mejorar las prácticas de gestión. Este método puede ser empleado por una empresa privada independiente, una dependencia interna de consultoría (o algo análogo) en una organización privada o pública, un instituto de perfeccionamiento del personal de dirección, de productividad o de fomento de la pequeña empresa, un servicio de extensión o un particular (por ejemplo, un consultor independiente o un catedrático universitario). Incluso un gerente o director puede actuar como consultor, si proporciona asesoramiento a sus colegas o subordinados”*. Identificamos que este autor ya nos habla sobre el asesoramiento a empresas pequeñas. Para realizar la consultoría el mismo autor nos define tres aspectos que le parecen muy relevantes en el momento de prestar el servicio *“a) el consultor comparta sus conocimientos técnicos con el cliente, en lugar de tratar de ocultarlos; b) el cliente participe lo más estrecha e intensamente posible en el cometido, y c) ambas partes no escatimen esfuerzo alguno para que la tarea resulte una experiencia de aprendizaje valiosa. Dentro de este amplio concepto se pueden utilizar múltiples métodos y técnicas, y el lector tendrá amplias oportunidades de elegir”*. Sin embargo un consultor no llega a ejecutar los correctivos de problemas, simplemente plantea la situación

que evidencia, Peter Blockel (1990) sugiere “se actúa como consultor siempre que se trata de modificar o mejorar una situación, pero sin tener control directo sobre la ejecución.

En el desarrollo de la actividad, en nuestro país también se cosecha una definición de consultoría y citamos a la Universidad Autónoma de Bucaramanga (2016) que nos dice que “*es la aplicación del conocimiento enfocada al medio empresarial público y privado, ofreciendo servicios de asesoría, auditoría, asistencia técnica, interventoría y veeduría, contribuyendo en la solución de problemas y buscando el desarrollo de la competitividad y el alto desempeño de las organizaciones*”.

La Universidad del Cauca cuenta con un Consultorio Empresarial (CES) en el cual la comunidad puede acceder a servicios de asesoría, consultoría y cursos libres sobre competitividad y creación de empresas. Estos servicios son prestados por un equipo de profesores y estudiantes de la institución. De igual manera en el consultorio de la Universidad del Cauca (2006) también se ha planteado una definición que reúne factores importantes buscando unir la academia con el sector empresarial de la región, y nos dice que “*es generar desarrollo económico y social, así como contribuir al fortalecimiento de la competitividad de las organizaciones empresariales y sociales de la región, siguiendo principios de honestidad, responsabilidad, transparencia y equidad*”.

Para el desarrollo de este trabajo, la definición que nos presenta Kurb Millan (2002) dice que es “*un método para mejorar las prácticas de gestión. Este método puede ser empleado por una empresa privada independiente, una dependencia interna de consultoría (o algo análogo) en una organización privada o pública, un instituto de perfeccionamiento del personal de dirección, de productividad o de fomento de la pequeña empresa, un servicio de extensión o un particular*

*(por ejemplo, un consultor independiente o un catedrático universitario). Incluso un gerente o director puede actuar como consultor, si proporciona asesoramiento a sus colegas o subordinados".* Nos da una base para lograr guiarnos y fortalecer el trabajo, abarcando dos factores importantes, que se debe hacer en una consultoría y hacia quien está dirigida.



## 5. Contextualización metodológica

### 5.1 Caracterización de una empresa

Una empresa conlleva una red de actividades y un conjunto de características, que se desarrolla con el fin de alcanzar sus objetivos, por consiguiente deberá dar solución a las necesidades de sus clientes, establecer necesidades a sus empleados, resolver asuntos internos relacionados, como nos plantea, Cedeño (2005) *“Una empresa en acción es un complejo mundo en marcha. Tiempo, recursos, energía, operan para la obtención de los objetivos de la empresa. La empresa es parte de un tejido en el cual participan también los clientes, los proveedores, los empleados, los accionistas y el resto de comunidad”*.

## **6. Desarrollo del trabajo**

### **6.1 Contextualización**

Popayán es un municipio colombiano, capital del departamento del Cauca. Se encuentra localizado en el valle de Pubenza, entre la Cordillera Occidental y Central al suroccidente del país. Tiene 277 540 habitantes, de acuerdo a las proyecciones para el 2015 del censo del DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas) elaborado en el año 2005.<sup>4</sup> Su extensión territorial es de 512 km<sup>2</sup>, su altitud media es de 1760 m sobre el nivel del mar, su precipitación media anual de 1.941 mm, su temperatura promedio de 14/19 °C y distancia aproximada de 600 km a Bogotá, capital de Colombia. Es una de las ciudades más antiguas y mejor conservadas de América, lo que se ve reflejado en su arquitectura y tradiciones religiosas, reconocida por su arquitectura colonial y el cuidado de las fachadas que hacen parte de uno de los pocos sectores históricos del país. Popayán tiene uno de los Centros Históricos Coloniales más grandes del país y América, con un total aproximado de 236 Manzanas de Sector Histórico.

### **6.2 Caracterización de empresas**

La información recolectada de las empresas, fue extraída de la base de datos de la cámara de comercio del cauca, la cual nos brindó algunos de los temas que incluye toda la caracterización.

### 6.2.1 ¿Qué es la actividad económica?

Para ser más claros en la caracterización que debe tener una empresa empezamos por conocer sobre cuáles son las actividades económicas en donde se desarrollan y mediante que se logra, De acuerdo a PEREZ (2000). *“la actividad económica tiene lugar, por un lado, dentro de las instituciones, en unidades organizadas que tienen la función de coordinación que antes se ha mencionado, esto es, las empresas y los mercados. Por otro lado, la actividad económica se realiza siempre en procesos en los que convergen tanto los diferentes recursos, vía funciones, como los diferentes medios que configuran la transformación o realización de una actividad. Estas instituciones y procesos en una economía abierta, competitiva, caracterizada por una fuerte dinámica en la división de trabajo, son, sin duda, complejas debido a la multidimensionalidad que los integran, a la información imperfecta y al riesgo que involucra”*.

La economía de cualquier país se encuentra dividida en tres sectores, el sector primario abarca toda actividad relacionada con la agricultura, la ganadería y la pesca, el secundario se relaciona con toda actividad de industria y construcción y en el sector terciario hablamos sobre todo tipo de servicios. Dichos sectores se caracterizan por el tipo de producto que generan y por el peso específico de determinados factores productivos en cada uno de ellos. De acuerdo a lo que nos dice el autor, toda empresa está definida en alguno o varios de estos tipos de sectores. (Pérez Ramírez Bartolomé, Desarrollo local: manual de uso, 2000).

### **6.2.2 ¿Cuáles son las organizaciones según su criterio jurídico?**

Con el fin de conocer los diferentes tipos de organizaciones en las cuales las personas asumen una responsabilidad legal con lo que ha aportado también asume responsabilidad con su patrimonio personal, de las otras formas en que la responsabilidad está limitada a lo aportado.

Por un lado las empresas individuales, estas son aquellas que pertenecen a una persona. Normalmente tiene responsabilidad ilimitada. Se encuentra por otro lado las sociedades, se trata de organizaciones que como mínimo requiere de dos propietarios y esta clasificación abarca sociedades de responsabilidad limitada, sociedades anónimas y sociedades cooperativas, algunos tipos menos frecuentes son sociedades colectivas, sociedades anónimas laborales y las sociedades comanditarias. (Rico María de Guadalupe, Fundamentos Empresariales, 2012).

### **6.2.3 ¿Cuál es el ámbito geográfico donde actúa la empresa?**

Si se habla del lugar donde compite la empresa podemos diferenciarlas entre empresas nacionales y empresas internacionales. Y en las nacionales encontramos diferentes tipos, en primer lugar encontramos las locales, las cuales desarrollan toda actividad en una localidad concreta o ciudad, encontramos las empresas regionales las cuales actúan en varias localidades de una misma región, específicamente varias ciudades y aquellas que se encuentran a lo largo de todo el país. Cuando una empresa sobre pasa los límites nacionales se clasifica como internacional, usualmente estas empresas realizan exportaciones de productos u ofrecen servicios en mercados lejanos, por otro lado pueden realizar inversiones directas en otros países creando filiales comerciales, en este caso son empresas multinacional. (Rico María de Guadalupe, Fundamentos Empresariales, 2012).

#### **6.2.4 ¿Qué es la distribución de personal?**

Un aspecto importante en una empresa es su personal y la distribución en los departamentos o áreas, *“la selección de personal consiste en una inteligente distribución y utilización de los talentos y aptitudes de los empleados y obreros de acuerdo a las exigencias de los puestos”*.

Como consecuencia, una adecuada selección y distribución de personal reduce al mínimo el desperdicio de recursos humanos. Pero se distorsionan por completo los verdaderos objetivos de la selección de personal, al concebirse y utilizarse la selección como instrumento de reducción y eliminación de personal. (Pinilla Antonio. Relaciones humanas y laborales en la empresa, 1972).

#### **6.2.5 ¿Cómo se clasifican las empresas según la cantidad de empleados y activos?**

Podemos clasificar a las empresas según su tamaño de acuerdo a la cantidad de empleados que laboren en ella, según la ley 590 de 2000 de Colombia, *“Para todos los efectos, se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a los siguientes parámetros: Mediana Empresa: planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores, activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) y quince mil (15.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes. Pequeña Empresa: planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores, activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.001) salarios mínimos mensuales legales vigentes. Microempresa: planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores, activos totales por valor inferior a quinientos uno (501) salarios mínimos mensuales legales vigentes”*.

Si se quiere tener un buen funcionamiento en la empresa se debe llevar una buena organización, como no lo aclara Cedeño (2005) *“las actividades que se desarrollan en una empresa son ilimitadas. No obstante, si no somos capaces de reducir a unas cuantas categorías manejables la multitud de actividades, no estaremos en capacidad de acercarnos a un pensar metódico sobre la empresa”*.

### **6.2.6 ¿Cuáles y que son las áreas funcionales de la empresa?**

Una empresa es un sistema en esta en constante movimiento, requiere recursos, tiempo y energía para poder desarrollar los procesos que se requieren para alcanzar sus objetivos. En este sistema se involucran los proveedores, los empleados y demás agentes que generan una relación directa e indirecta. La empresa como actor de ese sistema debe responder a las necesidades de los clientes, plantea los requerimientos a los proveedores y empleados, resolver asuntos internos en general.

En el área de producción se incluye todas las actividades relacionadas con la adquisición, manejo y procesamiento de insumos de materiales, los cuales se transforman. El área de mercadeo desempeña actividades relacionadas con la detección y la persuasión de un cliente, ventas y despacho de mercancías. Por otro lado está el área financiera, encargada de actividades relacionadas con flujos de dinero de la empresa, cobros, uso del dinero como obtención de dinero por préstamos o de nuevos socios y pago de compromisos. El área de dirección desempeña actividades del rumbo de la empresa a través de la búsqueda, capacitación, motivación y aprovechamiento de personal clave. Toma de decisiones sobre el que hacer y cómo hacerlo. Por ultimo está el área de innovación, las actividades tienen como objetivo buscar nuevos productos, otros mercados, buscar alternativas para desarrollar sus metas.

### **6.2.7 ¿Cuáles son los objetivos de la empresa?**

Los objetivos de la administración permiten alcanzar los planes de las empresas, para ello los define Reyes (2005) y dice que *“los fines que nos proponemos, y entendemos por estos aquellos que se pretende obtener en toda operación o actividad”*. A dichos objetivos se le ha dado una clasificación en diferentes categorías, para el ejercicio de la administración el mismo autor las clasifica así, objetivos individuales y colectivos, *“los objetivos individuales son los fines que persigue cada persona física. Así, para un empleado, su objetivo principal puede ser el colocarse en una senda o camino de progreso. Los objetivos colectivos, es aquel que persiguen varias personas físicas, puede ser total o parcial con los objetivos individuales”*. Por otro lado de la clasificación y con gran importancia para nuestra investigación, definimos los objetivos a corto y largo plazo *“los objetivos suelen considerarse a corto plazo, cuando son de un año o menos. Suelen, por el contrario, tomarse como objetivos a largo plazo, cuando implican más de un año. Actualmente suelen denominarse los primeros como operacionales y los segundos como estratégicos”*.

### **6.2.8 ¿Cuál es la procedencia del capital?**

El capital de una empresa puede proceder del estado o de accionistas, llamándolo capital público o capital privado, en algunos casos se unen creando un capital mixto. En el caso de las empresas públicas el estado estaría actuando como empresario y es el gestor de todo recurso. (González María del Carmen, 2015). Por otro lado, en las empresas con capital privado las empresas de titularidad privada a su vez pueden ser de diferentes propietarios como familiares, empresas de bancos, fondos de inversión, multinacionales. (Rico María de Guadalupe, 2012).

### **6.2.9 ¿Qué es la responsabilidad social?**

La responsabilidad social es un tema bastante frecuente y que gana importancia día a día, en las sociedades actuales la tendencia de tender los costes sociales que la actividad empresarial puede ocasionar, una empresa socialmente responsable es aquella, para Cedis (2013) *“cuyos productos y servicios contribuyen al bienestar de la sociedad, su comportamiento va más allá del estricto cumplimiento de la normativa vigente y las prácticas de libre mercado, sus directivos tienen un comportamiento ético, sus actividades son respetuosas con el medio ambiente, su desarrollo contempla el apoyo a las personas más desfavorecidas de las comunidades en las que opera”*.



## **7. Desarrollo del trabajo**

### **7.1 Caracterización de empresas ubicadas en el sector Esmeralda**

#### **7.1.1 ¿Qué es una caracterización?**

La caracterización es un tipo de descripción cualitativa que puede recurrir a datos o a lo cuantitativo con el fin de profundizar el conocimiento sobre algo. Para cualificar ese algo previamente se deben identificar y organizar los datos; y a partir de ellos, describir (caracterizar) de una forma estructurada; y posteriormente, establecer su significado (sistematizar de forma crítica) (Bonilla, Hurtado & Jaramillo, 2009).

#### **7.1.2 ¿Por qué caracterizar a las empresas?**

Con el fin de conocer cuál es el estado actual de las empresas en nuestra ciudad, se debe realizar esta caracterización evaluando las variables que presentaran en que aspectos se encuentran débiles dichas empresas y así realizar un posterior proceso de fortalecimiento del consultorio empresarial que permita actuar en pro del crecimiento empresarial de la ciudad.

### **7.2 Gestión de procesos internos**

Un proceso es “*secuencia ordena de actividades repetitivas cuyo producto tiene valor intrínseco para su usuario o cliente*”.

La gestión de la calidad en la empresa actual se basa en los procesos, es decir, en la identificación y el control de los distintos procesos que afectan a la calidad. Esta orientación, recogida en la norma IO 9001 rompe con la tradicional estructura vertical de la organización por funciones, proponiendo una estructura más dinámica y con más comunicación. La identificación de los procesos principales se plasma a veces en un documento, el mapa de procesos de la empresa. En el mapa de procesos se representan gráficamente los distintos procesos principales de la empresa y las relaciones entre ellos.

Una forma de clasificar los procesos de una empresa es dividirlos en tres grupos, según su función en la empresa y su efecto sobre el cliente externo. Uno de ellos es los procesos operativos los cuales están ligados a los flujos de material y de información con impacto directo sobre el cliente. Los procesos de soporte que no están necesariamente ligados al flujo de material, pero resultan necesarios para el funcionamiento satisfactorio de los operativos. Y por último los procesos estratégicos que proporcionan las directrices a los demás. (Gestión de la calidad, 2005).

### **7.3 Servicio al cliente**

El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera además del producto o del servicio básico como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo. El servicio de productos tiene dos componentes, primero el grado de despreocupación el cual es lo que valora el cliente, el precio, el rendimiento técnico del producto, lo que este va a costarle en tiempo, esfuerzo y dinero, el cliente medirá los efectos en cuanto a: entregas y reparaciones,

obtención de una factura sin errores, encontrar rápidamente un responsable si surgen problemas, etc.

El cliente también identifica el valor adicional que el proveedor entrega, y se puede dar de diferentes formas, la primera es el estatus social que le genere el producto, la ayuda a resolver problemas, apoyo financiero, postventa. (Calidad en el servicio al cliente, 2008).

#### **7.4 Problema**

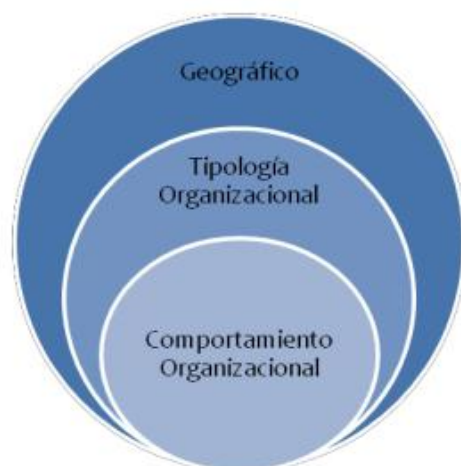
Conocer la razón por la cual los empresarios de las pequeñas y medianas empresas, decidirían recurrir o no a un asesoramiento por parte de un consultorio empresarial para buscar mejoras internas.

#### **7.5 Objetivo**

Caracterizar las empresas del sector de La Esmeralda de acuerdo a su visión, debilidades administrativas y herramientas de gestión.

#### **7.6 Variables de caracterización**

La información que se puede extraer de las empresas se puede organizar en los siguientes niveles.



*Figura 1 Clasificación de variables*

Con los niveles identificados se pretende mostrar el grado de individualidad que las variables representan a cada organización individual. A continuación se presenta un resumen de algunas variables dentro de cada capa o nivel que sirve de referencia para llevar a cabo el ejercicio.

<b>Geográficos</b>	<b>Tipo de organización</b>	<b>Comportamiento</b>
Ubicación	Tamaño	Toma de decisiones
Cobertura Geográfica	Número de empleados	Canales de comunicación
Densidad Poblacional	Actividad comercial	Experiencias con asesorías
	Tipo de cliente	

Cuadro 1. Variables individuales

## **7.7 Definición de variables**

### **7.7.1 Variables de tipo geográfico**

Estas variables están relacionadas con el área de ubicación de la organización.

- Ubicación; es el lugar donde se encuentra registrada la empresa y/o realiza su actividad comercial.
  
- Cobertura geográfica: Alcance geográfico de la gestión de la organización. Esta variable es importante para identificar la diversidad de localidades en las que la entidad puede contar con la necesidad que el servicio implementado o modificado busca atender.
  
- Densidad poblacional: Número de empresas por área geográfica. Esta variable es importante para reconocer cuantas empresas se dedican a la misma actividad comercial en una misma zona.

### **7.7.2 Variables de tipo organización**

Estas variables están relacionadas con las características generales de constitución de la empresa.

Son variables tradicionales y relativamente fáciles de identificar.

- Tamaño; de acuerdo a la clasificación que le da la cámara de comercio.
  
- Actividad comercial; es la actividad que desarrolla en un mercado.

- Número de empleados; es la cantidad de personas que conforman el equipo de trabajo de una organización.
  
- Tipo de cliente; Los clientes/usuarios atendidos por la empresa que hacen uso de los servicios de la entidad. Esta variable es importante en los casos en los que la prestación del servicio de la entidad está relacionado con la relación existente entre la organización usuaria y sus clientes.

### **7.7.3 Variables de comportamiento organizacional**

- Toma de decisiones: elementos del proceso de toma de decisión en la organización. Esta variable es importante para identificar el impacto que se genera al tomar una decisión, si viene del gerente o de una persona diferente.
  
- Acceso a canales de comunicación: Acceso disponible en la localidad por canal. Esta variable es importante puesto que permite a la entidad identificar los canales potenciales por los que puede contactar a sus usuarios, según las localidades donde viven y/o trabajan.
  
- Experiencia con asesorías: veces que ha requerido ayuda sobre un problema o mejoramiento de un proceso en el cual no se logra solucionar con el propio conocimiento y se requiere de conocimiento externo.

## 7.8 Población de estudio

La población elegida es las empresas ubicadas en el sector de la esmeralda, comprendiendo las pequeñas y medianas empresas. De acuerdo a su gran afluencia comercial, como punto de desarrollo de la ciudad y gran variedad empresarial, es muy atractivo para desarrollar nuestra investigación y el campo de acción que pueda desarrollar el consultorio empresarial del CES.

Para el desarrollo de nuestra investigación contamos con (41) empresas registradas y actualizadas hasta el 2016. Se aplicara el instrumento de estudio al 100% de las empresas disponible.

## 7.9 Donde encontrar información de las empresas

- Base de datos cámara de comercio.
  
- Encuesta, Según Naresh K. Malhotra, *“las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. Según el mencionado autor, el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica”*. (Ver anexo 1).

## 7.10 Análisis de la información de empresas

Las empresas al tener una legalidad ante las entidades reguladoras, permitiendo que la Cámara de Comercio que cree una base de datos la cual incluya información básica de ellas. (Ver anexo 2)

Para realizar el análisis de esta información se hizo uso del programa IBM SPSS, en el cual a través de una versión de prueba permitió la introducción de datos. Cada encuesta realizada brinda información valiosa para el óptimo desarrollo de esta investigación. El análisis que se presenta a continuación es construido propiamente a partir de la información que las empresas entregaron de manera voluntaria.

## **7.11 Necesidades y condiciones de las empresas y el consultorio**

### **7. 11.1 Estado actual de las empresas**

Es de sumo interés para los empresarios de nuestra ciudad ir mejorando día a día estructuralmente, con el fin de conocer un poco más sobre el sector empresarial de la ciudad, se realizó una encuesta en 35 empresas clasificadas como pequeñas y medianas, para conocer cuales empresas tienen esta clasificación, fue necesario recurrir a una base de datos que se obtuvo de la Cámara de Comercio del Cauca (Ver anexo 2). Dichas empresas están ubicadas en el sector de la esmeralda y dos barrios adyacentes que conforman este importante centro de comercio de Popayán.

En el desarrollo del estudio de campo de este trabajo fue posible observar que el 57,1% de las empresas cuentan con áreas o departamentos funcionales en su empresa, esto quiere decir que por encima de la mitad de las empresas presentan un orden en su estructura organizacional, contar con áreas o departamentos demuestra que se ha generado la necesidad de dividir las tareas y que aún existe un porcentaje alto de empresas que no han realizado dicha división, abriendo un campo donde el consultorio empresarial podría intervenir.



Para ser más explícito, de ese del 57,1% que si cuenta con alguna área o departamento definido, el 95% cuenta con el área Administrativa siendo el área que más se ha empleado. El 85% cuenta con área de Ventas y Mercadeo, para todos los casos esta área sería la más importante así no la tengan definida o el mismo propietario la controle, ya que es la forma como tiene contacto con el mercado, este es un punto donde el consultorio puede actuar. El 25% cuenta con área de Finanzas, para este tipo de empresas no es tan importante tener una dependencia aquí, por lo observado es el mismo propietario que se encarga de realizar estas actividades con ayuda de un contador. El 10% cuenta con área de Recursos humanos y por último el 5% cuenta con área de Producción.

Por otro lado, un aspecto muy importante para conocer en nuestro trabajo es que tipo de clientes tienen las empresas, porque de acuerdo a esto sabemos a quién se están dirigiendo en su labor de ventas, se observó que el 91,1% del total de las empresas vende sus productos a consumidores finales. Por otro lado el 40% del total de las empresas vende a otras empresas y a consumidores finales, es decir que las empresas se convierten en canales de distribución.

En los casos que se encuestaron el 57,1% los propietarios del negocio son los que toman las decisiones, haciendo que todo se centre en lo que ellos consideren mejor para el negocio. Para el 42,9% restante están a cargo de otra persona o de una junta de socios.

Para las empresas del sector esmeralda no siempre es importante realizar campañas de publicidad y en otros casos no lo emplean porque no conocen como realizarlas, dándonos a conocer por qué a un gran porcentaje de los encuestados les atrae mucho el tema de Mercadeo. En este estudio el 51,4% no hacen uso de algún canal de comunicación. Del restante de empresas que son (17empresas), el 14,3% usa volantes informativos, el 22,9% usa Radio, el 5,7 % usa

televisión, el 20% usa página web y el 34,3% usa redes sociales para hacer difusión comercial de su empresa.

Durante la vida de estas empresas, el 57,1% han hecho uso del asesoramiento o ha solicitado una consultoría desde su creación y por otro lado el 42,9% no ha recibido o experimentado alguna asesoría empresarial. Es evidente que en algún punto de la su vida comercial se ha requerido el conocimiento de alguien externo a la empresa, de acuerdo a esto sabemos que el 62,9% de los encuestados si consideran que recibir asesorías de expertos externos a su compañía le ayudarían a mejorar en los procesos que presenten problemas.

Recibir alguna clase de asesoramiento o ayuda externa seria atractivo para los empresarios siempre y cuando se cumplan algunas condiciones como lo manifestó algunos de ellos, sin embargo estarían dispuestos en algún momento y cuando lo requieran a recibir ayuda el 68,6% le gustaría recibir alguna clase de asesoría y si se presenta un método de ayuda alternativo en este caso se interrogo a los empresarios si les gustaría recibir charlas y talleres el 77,1% aprueba que le gustaría participar. Si se diera el caso de asistir a una de estas, los encuestados respondieron así a los temas que más les llamo la atención, en algunos casos quisieran aprender de todos. El Mercadeo es el tema más atractivo y uno de los que requiere más trabajo en el campo empresarial, le sigue las Fianzas y Contabilidad, después la Planeación Estratégica, continuando con el Diagnostico de empresas y por ultimo esta Planes de negocios y Proyectos.

Por último, se identificó que los empresarios encuestados en general no han escuchado o saben que existe el consultorio empresarial de la Universidad del Cauca, tan solo un 14,3% conoce de su existencia, pero ninguno de los casos ha recibido alguna ayuda de este.

Como conclusión general, las empresas encuestadas manifiestan que requieren ayuda para la mejora de diferentes aspectos, buscan crecer y pasar a otras instancias, para ello debe proyectarse y corregir errores. En la mayoría de casos los mismos propietarios son los encargados de su negocio, manteniéndolos muy ocupado en las actividades diarias, dejando muy poco tiempo para recibir aprendizaje adicional, por este motivo para participar de algún ejercicio debe ser en un horario nocturno y en diferentes días de la semana. Sin embargo es desconocida la existencia del consultorio empresarial de Unicauca y para acceder a recibir su ayuda su calidad debe ser de altos estándares, exigiendo personal calificado y disponible para sus requerimientos.

#### **7.11.2 Estado actual del Consultorio Empresarial**

Actualmente el Centro de Estudios- CES de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad del Cauca a través del Consultorio Empresarial, dispone de unos servicios en asesoría y consultoría sobre competitividad y creación de empresas en la ciudad, *“busca crear conciencia sobre la importancia del emprendimiento para el desarrollo de la región que a la vez apoya la materialización de las ideas y planes de negocio”* (Montenegro Daniela, 2015).

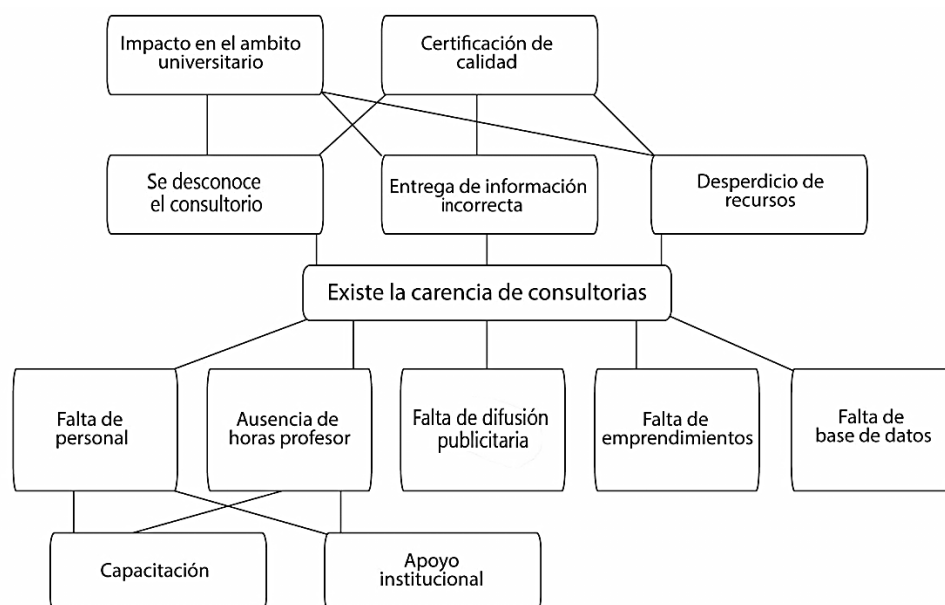


Figura 2 Árbol de Efectos-Causas

Fuente: El autor

La actividad que actualmente desarrolla está enfocada en la gestión de proyectos para el Fondo Emprender. Según el registro de actividad en el Consultorio no se está llevando a cabo ningún tipo de asesoría, para este momento está totalmente inactivo.

Es claro que el Centro de Estudios de FCCEA, tiene un espacio para desarrollar las actividades que ofrece el consultorio, pero la información que se ha establecido oficialmente es poca, no se cuenta con una base de datos actualizada de consultorías que se hayan realizado en el pasado, en la actualidad no cuenta con personal bien capacitado y experimentado para realizar una consultoría, para este momento la universidad asigna un estudiante que se encuentra cursando el semestre decimo, y se encarga de indicar cuales son los lineamientos para presentar proyectos al fondo emprendre, el conocimiento que se tiene es aquel que se adquirió a lo largo de su estudio de pregrado, pero no se realiza una capacitación sobre estos puntos por parte de la

universidad. Desde este punto, se estaría dejando a un lado el campo empresarial de la ciudad y solo ayudando a los pocos estudiantes que van a presentar su proyecto. Por otro lado, la ausencia de profesores involucrados en este proceso limita el rango de acción de las consultorías, en el momento en que el estudiante requiere de conocimiento más amplio no tiene a quien dirigirse. Otro aspecto que genera el ausentismo de consultorías es la difusión publicitaria que se realiza para la oficina del CES, esta se hace a través de los canales de comunicación de la universidad exclusivamente abarcando el público universitario y dejando a un lado público externo a la universidad, por parte del consultorio solo se hace uso de la publicidad cuando se realizara alguna charla o actividad planeada, sin embargo no es algo constante que le esté dando un reconocimiento al consultorio.

Uno de las repercusiones de no realizar consultas es que el consultorio se ha desaparecido de la percepción de los empresarios, no conocen si está abierto al público, cual es la ubicación y quien se encarga de él. Verbalmente sabemos que hace unos años el consultorio empresarial tenía un buen funcionamiento y contaba con profesores que dedicaban unas horas a desarrollar las tareas y también se contaba con varios estudiantes practicantes asignados a los cuales se les realizaba una capacitación corta de los temas que comprendía el consultorio.

La infraestructura con la que cuenta la oficina del Centro de Estudios y servicios, es adecuada para el desarrollo de cualquier actividad que se requiera para alguna asesoría, cuenta con computadores actualizados, escritorios, mesa para reuniones, tableros, internet, impresora y un espacio amplio en cual se puede atender a cualquier cliente.

### **7.11.3 Propuesta de mejora para el consultorio empresarial frente a las empresas de la ciudad.**

Con el fin de involucrar a las empresas de la ciudad con la universidad y brindar ayuda en aspectos importantes de la funcionalidad de las empresas, el Centro de estudios y Servicios debe re activar el consultorio empresarial debido a que es un canal de relaciones con el sector empresarial. Como es evidente, las empresas funcionan de alguna manera, durante el desarrollo de este trabajo conocimos que una de las necesidades de las empresas es dominar temas como mercadeo o direccionamiento estratégico, por otro lado, no siempre están dispuestos a recibir ayuda de agentes externos a su compañía, debido a la desconfianza y a factores como la falta de experiencia en algunos casos, en estos casos el campo de acción del consultorio se ve afectado ya que, en primera instancia al no ser reconocido por los empresarios, se considera que no existe o peor aún que no realizan adecuadamente su labor.

Se hace necesario que desde la dirección del CES se construya un plan de acción el cual involucre las tareas específicas que debe realizar los practicantes que para este caso serán los encargados de realizar las consultorías, es claro que se debe involucrar a los estudiantes desde un semestre anterior con el fin de que el dominio de temas sea más preciso y se pueda construir mejores resultados.

Es necesario conformar bases de datos bien consolidadas que permitan manejar información clasificada de las empresas de la ciudad y también de emprendedores e inversionistas, para ello sería adecuado establecer alianzas estratégicas con Cámara y Comercio del Cauca, con el fin de enlazar empresas y personas interesadas en recibir ayuda por parte del consultorio, logrando incrementar el número de emprendimientos y consultas, por otro lado

generar alianzas con empresas dedicadas a gestionar fondos para emprendimientos, así se garantizaría que aquellos proyectos que sean impactantes para dichas empresas entren en consideración y el consultorio sea un apoyo a estos. Posteriormente a crear un plan de acción, se debe proceder a realizar un plan de mercadeo que logre posicionar al consultorio en la ciudad de Popayán, involucrando estudiantes y empresarios, un plus para lograr fortalecer es que la universidad del cauca tiene un goodwill superior a cualquier otro organismo, haciendo que el consultorio pueda cobijarse de este y lograr atraer más clientes. Para lograr generar un gran impacto positivo es adecuado que estos procesos estén acompañados de profesores expertos.

El consultorio se debe llevar a una instancia en la cual todos los estudiantes se involucren con él, fortaleciéndolo de tal manera que se convierta en el primer paso a la experiencia empresarial y laboral de todos los egresados del programa de administración de empresas de la universidad del cauca.

Un punto a considerar es que se debe dar un grado de innovación en la manera en que se genera la consultoría, y de acuerdo a lo experimentado en este trabajo, los empresarios buscan maneras alternativas de recibir las asesorías, por esta razón, un método en el cual se puede involucrar a los interesados es crear taller de aprendizaje cortos, en los cuales se puede explicar de manera corta el tema y emplear un ejercicio con su propia empresa. Y posteriormente los consultores procederían a hacer el acompañamiento que cada interesado solicite. Otro punto a considerar es el horario empleado para llevar a cabo las actividades, esto se debe analizar muy bien, ya que los empresarios no cuentan siempre con un tiempo disponible, es por eso que una capacitación en un auditorio tendría una grana fluencia de interesados a los cuales se les ofrecería un acompañamiento posterior. Por último se sugiere iniciar con los temas que más

requieren los empresarios, esta investigación arrojo que los empresarios están más interesados en el tema de mercadeo y ventas (Ver Anexo 3).

Es de considerar que durante un periodo inicial, el consultorio debe salir a mostrar sus capacidades, elegir un sector de la ciudad e ir y visitar empresarios, con el fin de lograr un reconocimiento. Por otro lado es bueno identificar los eventos que realiza la universidad a lo largo del año y participar de ellos por medio de publicidad, stand o patrocinando el evento, con el de que se logre involucrar con todas las facultades de la Universidad del Cauca.

De acuerdo a la información recolectada en el interior del CES, se identifica que se ha perdido la importancia del consultorio como pieza clave del desarrollo académico experimental, el apoyo que le ofrecen en cuanto a recursos es muy poco y tan solo cuenta con un practicante asignado, esto debido a que no se ha logrado establecer correctamente un plan de acción que involucre los requerimientos básicos como un plan estratégico independiente al del CES, una misión y visión, es necesario crear manuales de trabajo para cada integrante del consultorio. Los recursos con los que cuenta en este momento son adecuados en infraestructura, pero no cuenta con recursos económicos que le permita realizar campañas de posicionamiento. Desde el direccionamiento del CES se ha querido construir todas las condiciones necesarias para re activar el consultorio, pero se hace necesaria la participación de profesores expertos en diferentes áreas. Con el fin de lograr un apoyo de parte de la decanatura, se debe presenta resultados con los recursos que se tiene.

El consultorio empresarial del CES debe considerar personas que se encarguen de las actividades primordiales, inicialmente, se debe considerar hacer un llamado al consejo de facultad y evaluar la posibilidad de continuar creando pasantías con el fin de que se agilice la



creación de los factores primordiales. Empezando desde la creación de objetivos que definan los alcances de esta dependencia y como lineamiento principal establecer un portafolio de servicios el cual debe estar dividido en las áreas que maneja del área administrativa, contable y de economía.

## 8. Conclusiones y sugerencias

- En la búsqueda de información archivada sobre el consultorio empresarial, se observó que no existe un archivo para el almacenamiento de información.
- Se evidencio que a los empresarios les genera desconfianza la visita a su establecimiento, debe considerarse hacer el acercamiento inicial por un método diferente, se debe considerar a través de networking.
- De acuerdo a todo el trabajo desarrollado, realizar capacitaciones grupales y charlas informativas generaría un impacto positivo en el sector empresarial, construyendo relaciones con empresarios que quieren mejorar procesos al interior de su empresa.
- Desarrollar el posicionamiento del Consultorio Empresarial demandara un periodo de tiempo que se podrá ver beneficiado en la medida de que la FCCEA genere las condiciones que se requieren, en este caso personal practicante (estudiantes) y profesores de cada área de la administración apoyando el proceso consultor.
- Se hace necesario continuar con la creación de pasantías para el consultorio con el fin de construir las bases de la reactivación.
- Los empresarios encuestados que están dispuestos a participar en charlas y talleres, sugieren que el horario empleado para estos sea flexibles, no en horas laborales.

- Se concluye que se desarrolló a totalidad de este trabajo de opción de grado, se hizo necesario la solicitud de adicionar tiempo al considerado inicialmente.

## **Bibliografía**

Centty Villafuerte Deymor B. (2002). *Informe Pyme Región De Arequipa*

Ferraro, C., & Stumpo, G. (2010). *Las pymes en el laberinto de las políticas. Políticas de apoyo a las pymes en América Latina*, 17.

Arthur Anderson (1999). *Diccionario de Economía y Negocios*

Araya Arnoldo. (2006). *Cooperación empresarial en pymes.*

Revista Dinero (2015) edic.

Pymes en Colombia (2012).

Kurb Millan (2002). *La consultoría de empresas: guía para la profesión*

Greiner Larry y Metzger Robert (1982). *Consulting to Management*

Block Peter (1990). *El Manager Fortalecido*

Universidad Autónoma de Bucaramanga (2016)

Universidad del Cauca (2006)

## Anexos

### Anexo1. Cuestionario de encuesta

#### CUESTIONARIO

Buen día, somos la Universidad del Cauca, a continuación estamos realizando esta encuesta con el fin de involucrar nuestro consultorio empresarial con las empresas locales y para nosotros es un gusto servirlo con la mejor calidad que Usted se merece, es por eso, que solicitamos unos minutos de su tiempo para seguir mejorando y brindarle una mejor experiencia. Muchas gracias por su colaboración.

Popayán, \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_/      Hora: \_\_\_\_\_

Nombre del Auditor: Juan David Vallejo      Nombre del encuestado \_\_\_\_\_

C.C: 1.061.749.486      C.C:

Cel: 316 381 2228      Cel:

Dirección: Calle 57 n 10-55      Direcciones:

Información general de su empresa.

1. ¿Su empresa cuenta con departamentos o áreas funcionales?

Si	
No	

Si su respuesta es sí. Responda la pregunta 2.

2. ¿Con cuáles de las siguientes áreas o departamentos cuenta su empresa?

Administrativa	
Recursos humanos	
Finanzas	
ventas y mercadeo	
Producción	

3. ¿Cuál es su tipo de cliente?

consumidor final	
empresas	

4. La toma de decisiones ¿está a cargo de quién?

\_\_\_\_\_

Tendencia al futuro de los resultados de la empresa.

5. De acuerdo a los resultados posibles ¿planea disminuir, mantener o incrementar estos resultados? y ¿en qué porcentaje?

	Disminuir	Mantener	Aumentar
ventas			
Inversión			
Rentabilidad			
Productividad			
Asesoramiento			
Personal			

6. ¿Con cuales canales de comunicación cuenta para llegar a sus usuarios?

volantes	
Radio	
Televisión	
página web	
Redes sociales	
ninguno de los anteriores	

7. ¿Ha recibido asesoramiento o consultoría en algún momento desde la creación de Su empresa?

Si	
No	

8. De acuerdo a su experiencia, ¿considera que recibir un asesoramiento externo a su empresa le ayudaría a mejorar procesos?

Si	
No	

Si su respuesta es sí en la pregunta 7. Responda las preguntas 9 y 10.

9. ¿Cómo califica el resultado de su experiencia de asesoramiento?

Muy Mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena

10. ¿De acuerdo a que motivo clasifica su experiencia de asesoramiento?

---



---



---

Si su respuesta en la pregunta 7 es no. Responda la pregunta 12.

11. ¿Le gustaría recibir alguna clase de asesoramiento por parte de un consultorio con el fin de mejorar problemas de su empresa?

Si	
No	

12. ¿Conoce el consultorio empresarial de la universidad del cauca?

Si	
No	

13. Si lo invitaran a charlas y talleres de capacitación, ¿estaría dispuesto a participar?

Si	
No	

14. En cuales de los siguientes temas le gustaría recibir asesoramiento o capacitación.

Finanzas y contabilidad	
Planeación estratégica	
diagnóstico de empresas	
Mercadeo	
Planes de negocio y proyectos	

15. Que sugerencias tiene para el consultorio empresarial de Unicauca.

---

---

---



## Anexo 2. Base de datos Cámara de Comercio

NOMBRE O RAZON SOCIAL	DIRECCION COMERCIAL	BARRIO	NUM EMPLEAD	ACTIVIDAD ECONOMICA	TAMAÑO
NARVAEZ ORTEGA JUDY ANDREA	CL 7 NRO. 10A-20	VALENCIA	2	LITOGRAFIA, TIPOGRAFIA, DISEÑO, VENTA DE COMPUTADORES, PAPELERIA	PEQUEÑA
TEJADA GARCIA EDNA ROCIO	CR 11 NRO. 5-97	VALENCIA	11	VENTA DE PRODUCTOS NATURALES	PEQUEÑA
ML STUDIO SAS	CR 11 NRO. 6- 80	VALENCIA	0		PEQUEÑA
EXPO ADORNOS SAS	CL 6 NRO. 17 - 55	ESMERALDA	6	COMERCIO AL POR MENOR Y MAYOR DE PRODUCTOS PARA ADORNOS	PEQUEÑA
FERRIPLASTICOS POPAYAN	CR 14 # 3-05	EL CADILLAL	5	COMERCIO AL POR MENOR DE PRODUCTOS DIFERENTES DE ALIMENTOS	PEQUEÑA
PROTIENDAS CAUCA SAS	CR 13 NRO. 7 - 30	VALENCIA	22		PEQUEÑA
GIRALDO QUINTERO ELKIN ALBEIRO	CR 18 6-30	ESMERALDA	0	VENTA DE HUEVOS, ALIMENTOS, ABARROTOS, VENTA DE PRODUCTOS LACTEOS	PEQUEÑA
SEGURIDAD TRIUNFO LTDA	CL 7 NRO. 13-46	VALENCIA	22	PRESTACION DE SERVICIOS DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD PRIVADA	PEQUEÑA
FERNANDEZ MUÑOZ SANDRA PATRICIA	CL 5 NRO. 11 - 15	EL CADILLAL	0	VENTA DE REPUESTOS DE COMPUTADORES Y EQUIPOS DE OFICINA. MANTENIM	PEQUEÑA
NAVIA ESPINOSA JUAN CARLOS	CR 18 NRO. 6 A - 05	ESMERALDA	0	COMERCIO AL POR MENOR DE GRANOS Y ABARROTOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE	PEQUEÑA
CASTAÑO HERNANDEZ MARIA YOLANDA	CL 4 NRO. 14 - 42	ESMERALDA	3	COMPRA Y VENTA DE ARTICULOS DE FERRETERIA MATERIALES DE CONSTRUCCION	PEQUEÑA
GUERRA SOLARTE OSWALDO	CL 5 NRO. 18 31	ESMERALDA	4	VENTA DE MATERIALES ELECTRICOS Y DE CONSTRUCCION AL DETALLE. DISTR	PEQUEÑA
TRANSPORTADORA SERVITAXI S.A	CL 2 11 41	EL CADILLAL	0	TRANSPORTE URBANO COLECTIVO REGULAR DE PASAJEROS.	PEQUEÑA
YASNO VARGAS MARIA ELID	CR 13 NRO. 7-38	VALENCIA	2	COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR DE REPUESTOS Y ACCESORIOS VEHICULOS	PEQUEÑA
GRUPO SAN DIEGO SAS	CR 16 NRO. 4-26	ESMERALDA	10		PEQUEÑA
DISTRIBUIDORA COLOMBIANA DE MOTOS DISCOLMOTOS SAS	CR 17 NRO. 7-47	VALENCIA	19	VENTA DE MOTOCICLETAS	PEQUEÑA
BEATRIZ MEJIA DE GONZALEZ & CIA LTDA	CL 4N 12 52	EL CADILLAL	0	COMERCIO AL POR MAYOR Y DETALLE DE VIDRIO PLANO Y ALUMINIO	PEQUEÑA

GARCIA VELEZ OSCAR	CL 5 A 13 17	VALENCIA	2	COMPRA Y VENTA POR MAYOR Y POR MENOR DE LIBROS TECNICOS, MATERIAL	PEQUEÑA
GUERRA ROJAS DANIELA SOFIA	CR 15 NRO. 5-34	VALENCIA	4	VENTA DE ARTICULOS DE FERRETERIA	PEQUEÑA
GALVIS E HIJOS LIMITADA	CR 18 NRO. 6-05	ESMERALDA	1	COMPRA Y VENTA DE DROGAS, PERFUMERIA Y COSMETICOS	PEQUEÑA
DUQUE HOYOS JOEL	CL 6 NRO. 17 - 25	ESMERALDA	20	COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR DE TEXTILES Y ADORNOS	PEQUEÑA
DISTRIBUCIONES MOLIPAN S.A.	CR 12 NRO. 7-24	VALENCIA	0	DISTRIBUCIONES DE PRODUCTOS PARA PANADERIA Y REPOSTERIAS	PEQUEÑA
LUBRICOM Y CIA LTDA	CR 17 NRO. 4- 20	ESMERALDA	0	COMPRAVENTA DE LUBRICANTES Y COMBUSTIBLES	PEQUEÑA
FUNERALES LOS LAURELES LTDA	CR 11 2 A 92	EL CADILLAL	13	SERVICIOS FUNERALES	PEQUEÑA
MORENO NARVAEZ MARIA GUADALUPE	CL 5 13 23	VALENCIA	0	COMPRA Y VENTA DE MATERIALES PARA LA CONSTRUCCION Y ACABADOS	PEQUEÑA
YACUMAL CIFUENTES FELIPE ALBERTO	CL 5 NRO. 17- 49	ESMERALDA	0	VENTA DE DROGA VETERINARIA	PEQUEÑA
HIDROELECTRICAS DEL CAUCA S.A.	CL 4 16 07	EL CADILLAL	4	COMPRAVENTA DE ARTICULOS DE FERRETERIA	PEQUEÑA
COMERCIALIZADORA FERRETERA DEL CAUCA LTDA	CL 4 NRO. 17 67	ESMERALDA	8	COMERCIO AL POR MAYOR DE MATERIALES DE CONSTRUCCION, VIDRIO,	PEQUEÑA
LA DISTRIBUIDORA MARACAIBO S A	CL 5 16 38	ESMERALDA	36	COMERCIO AL POR MAYOR DE MATERIALES DE CONSTRUCCION Y FERRETERIA	MEDIANA
PRIETO CASTILLO WILLIAM	CL 6A 18 13	ESMERALDA	13	COMPRAVENTA DE ARTICULOS ELECTRICOS PARA CONSTRUCCION	MEDIANA
GONZALEZ LUIS MARIO	CR 17 N 7 39	ESMERALDA	8	COMERCIO AL POR MAYOR DE MATERIALES DE CONSTRUCCION, VIDRIO,	PEQUEÑA
MENDEZ LUCIA	CR 17 N 7A29	ESMERALDA	0	COMPRA VENTA DE ARTICULOS ELECTRONICOS	PEQUEÑA
LOPEZ MARITZA	CR 17 7A 13	ESMERALDA	2	VENTA DE MOTOCICLETAS	PEQUEÑA
URBANO ILCE	CL 6A 17-63	ESMERALDA	0	COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR DE TEXTILES	PEQUEÑA
MUÑOZ KATERINE	CR 17 7A 21	ESMERALDA	0	ALQUILES DE TRAJES	PEQUEÑA

Cuadro 2. Base de datos Cámara de Comercio

Fuente: Archivo Virtual Cámara de Comercio del Cauca

### Anexo 3. Estudio de empresas

#### ¿Cuenta con áreas en su empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	20	57,1	57,1	57,1
Válidos No	15	42,9	42,9	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Cuadro 3. ¿Cuenta con áreas en su empresa?.

Fuente: El autor 13 octubre de 2016

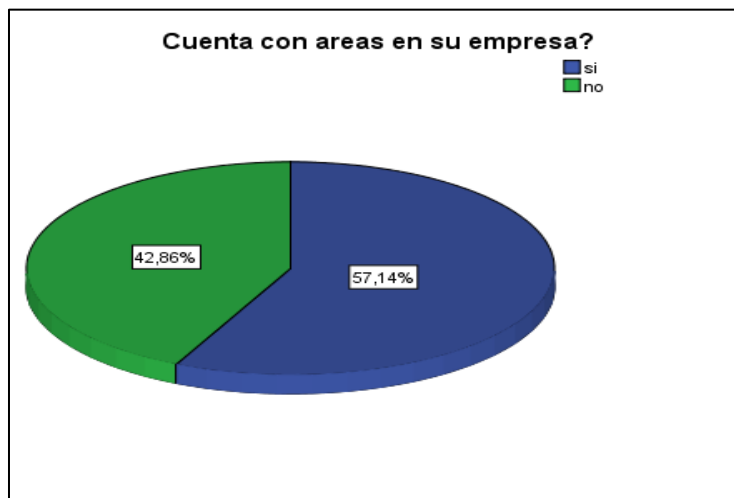


Figura 3. ¿Cuenta con áreas en su empresa?.

Fuente: El autor. 13 octubre de 2016

**¿Con cuáles de las siguientes áreas o departamentos cuenta su empresa?**

Preg.2	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje
	20	57,1%	15	42,9%	35	100,0%

Cuadro 4. ¿Con cuáles de las siguientes áreas o departamentos cuenta su empresa?

Fuente: El autor. 13 octubre de 2016

**¿Con cuáles de las siguientes áreas o departamentos cuenta su empresa?**

		Respuestas	
		Nº	Porcentaje de casos
Preg.2	Administrativa	19	95,0%
	Recursos humanos	2	10,0%
	Finanzas	5	25,0%
	Ventas y mercadeo	17	85,0%
	Producción	1	5,0%

Cuadro 5. ¿Con cuáles de las siguientes áreas o departamentos cuenta su empresa?

Fuente: El autor. 13 octubre de 2016

**Estudio tipo de cliente de las empresas encuestadas”**

**¿Cuál es su tipo de cliente?**

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje
Preg.3	35	100,0%	0	0%	35	100,0%

Cuadro 6. ¿Cuál es su tipo de cliente?

Fuente: El autor. 13 octubre de 2016

	Respuestas	Nº	Porcentaje de casos
empresas	14	40,0%	

Cuadro 7. ¿Cuál es su tipo de cliente?

Fuente: El autor. 13 octubre de 2016

**¿A cargo de quien esta tomar decisiones?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos propietario	20	57,1	57,1	57,1
Otro	15	42,9	42,9	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Cuadro 8. Estudio toma de decisiones de las empresas encuestadas

Fuente: El autor. 13 octubre de 2016



Figura 4. ¿A cargo de quien esta tomar decisiones?

Fuente: El autor. 13 octubre de 2016

## Estudio canales de comunicación de las empresas encuestadas

### ¿Con cuales canales de comunicación cuenta para llegar a sus usuarios?

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje
Preg.6	35	100,0%	0	,0%	35	100,0%

Cuadro 9. ¿Con cuales canales de comunicación cuenta para llegar a sus usuarios?

Fuente: El autor. 13 octubre de 2016

### ¿Con cuales canales de comunicación cuenta para llegar a sus usuarios?

	Respuestas	Porcentaje de casos	
			Nº
Preg.6	volantes	5	14,3%
	radio	8	22,9%
	televisión	2	5,7%
	página web	7	20,0%
	redes sociales	12	34,3%
	ninguno de los anteriores	18	51,4%

Cuadro 10. ¿Con cuales canales de comunicación cuenta para llegar a sus usuarios?

Fuente: El autor. 13 octubre de 2016

## Estudio asesoramiento en algún momento de las empresas encuestadas

**¿Ha recibido asesoramiento o consultoría en algún momento desde la creación de su empresa?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	20	57,1	57,1	57,1
	no	15	42,9	42,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Cuadro 11. ¿Ha recibido asesoramiento o consultoría en algún momento desde la creación de su empresa?

Fuente: El autor. 13 octubre de 2016

**Ha recibido asesoramiento o consultoria en algún momento desde la creacion de su empresa?**

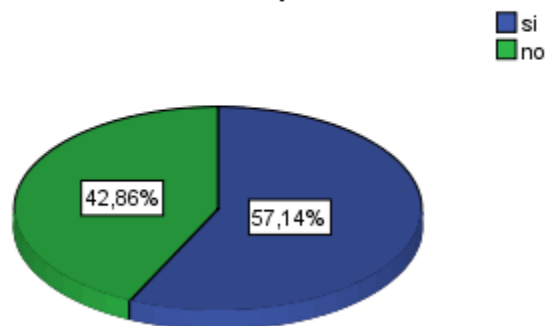


Figura 5. ¿Ha recibido asesoramiento o consultoría en algún momento desde la creación de su empresa?

Fuente: El autor. 13 octubre de 2016

## Estudio la asesoría ayudaría a las empresas encuestadas

**¿De acuerdo a su experiencia, considera que recibir un asesoramiento externo a su empresa le ayudaría a mejorar procesos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	22	62,9	62,9	62,9
no	13	37,1	37,1	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Cuadro 12. ¿De acuerdo a su experiencia, considera que recibir un asesoramiento externo a su empresa le ayudaría a mejorar procesos?

Fuente: El autor. 13 octubre de 2016

**De acuerdo a su experiencia, considera que recibir un asesoramiento externo a su empresa le ayudaría a mejorar procesos?**

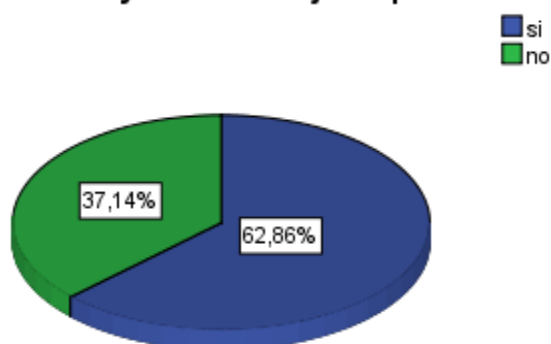


Figura 6 ¿De acuerdo a su experiencia, considera que recibir un asesoramiento externo a su empresa le ayudaría a mejorar procesos?

Fuente: El autor. 13 octubre de 2016



## Estudio experiencia con las asesorías de las empresas encuestadas”

### ¿Cómo califica el resultado de su experiencia de asesoramiento?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos muy mala	1	2,9	2,9	2,9
mala	4	11,4	11,4	14,3
regular	3	8,6	8,6	22,9
buena	9	25,7	25,7	48,6
muy buena	3	8,6	8,6	57,1
no responde	15	42,9	42,9	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Cuadro 13. ¿Cómo califica el resultado de su experiencia de asesoramiento?

Fuente: El autor. 13 octubre de 2016

### Como califica el resultado de su experiencia de asesoramiento?

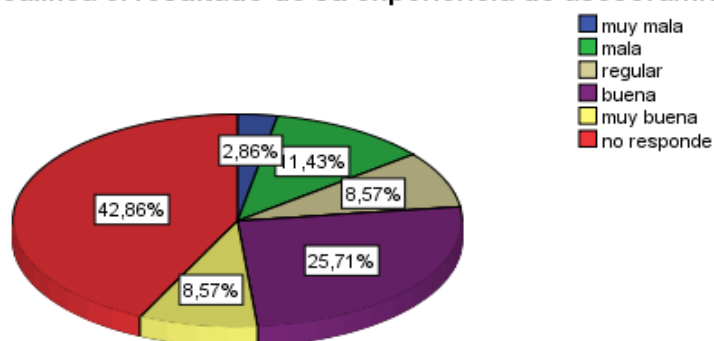


Figura 7 ¿Cómo califica el resultado de su experiencia de asesoramiento?

Fuente: El autor. 13 octubre de 2016

## Estudio recibir asesoría para mejorar en las empresas encuestadas”

**¿Le gustaría recibir alguna clase de asesoramiento por parte de un consultorio con el fin de mejorar problemas de su empresa?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	24	68,6	68,6	68,6
no	11	31,4	31,4	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Cuadro 14. ¿Le gustaría recibir alguna clase de asesoramiento por parte de un consultorio con el fin de mejorar problemas de su empresa?

Fuente: El autor. 13 octubre de 2016

**Le gustaria recibir alguna clase de asesoramiento por parte de un consultorio con el fin de mejorar problemas de su empresa?**

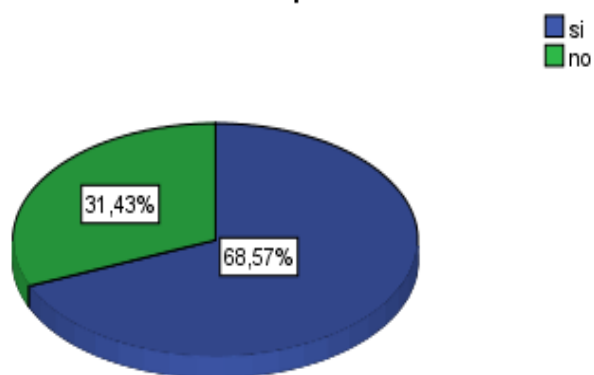


Figura 8; **Cómo califica el resultado de su experiencia de asesoramiento?**

Fuente: El autor. 13 octubre de 2016

## Estudio conoce el consultorio de Unicauca de las empresas encuestadas

### ¿Conoce el consultorio empresarial de la Universidad del Cauca?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	5	14,3	14,3	14,3
no	30	85,7	85,7	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Cuadro 15. ¿Conoce el consultorio empresarial de la Universidad del Cauca?

Fuente: El autor. 13 octubre de 2016

### Conoce el consultorio empresarial de la Universidad del Cauca?

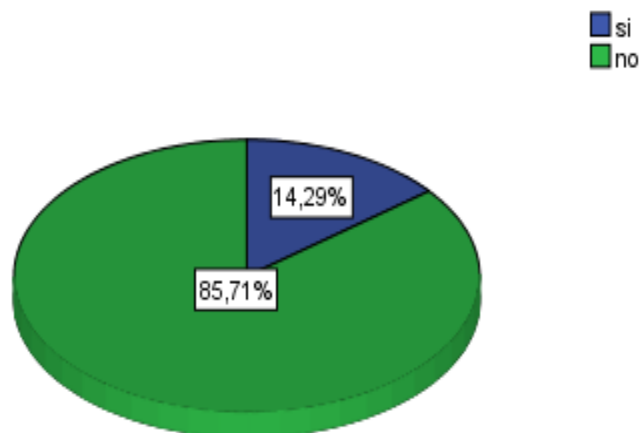


Figura 9 ¿Conoce el consultorio empresarial de la Universidad del Cauca?

Fuente: El autor. 13 octubre de 2016

## Estudio asistir a charlas y talleres de enseñanza de las empresas encuestadas

**¿Si lo invitaran a charlas y talleres de capacitación, estaría dispuesto a participar?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	27	77,1	77,1	77,1
no	8	22,9	22,9	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Cuadro 16. ¿Si lo invitaran a charlas y talleres de capacitación, estaría dispuesto a participar?

Fuente: El autor. 13 octubre de 2016

**Si lo invitaran a charlas y talleres de capacitación, estaría dispuesto a participar?**

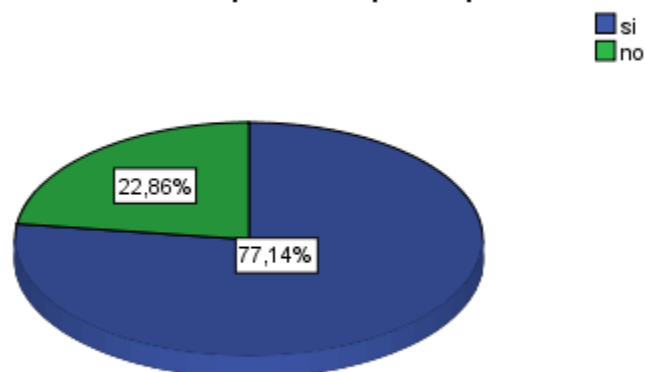


Figura 10 ¿Si lo invitaran a charlas y talleres de capacitación, estaría dispuesto a participar?

Fuente: El autor. 13 octubre de 2016

## Estudio áreas de las empresas encuestadas

**¿En cuáles de los siguientes temas le gustaría recibir asesoramiento o capacitación?**

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje
Preg.14	35	100,0%	0	,0%	35	100,0%

Cuadro 17. ¿En cuáles de los siguientes temas le gustaría recibir asesoramiento o capacitación?

Fuente: El autor. 13 octubre de 2016

**¿En cuáles de los siguientes temas le gustaría recibir asesoramiento o capacitación?**

		Respuestas	Porcentaje de casos
		Nº	
Preg.14	• finanzas y contabilidad	12	34,3%
	• planeación estratégica	12	34,3%
	• diagnóstico de empresas	6	17,1%
	• mercadeo	19	54,3%
	• planes de negocio y proyectos	7	20,0%
	• no le interesa ninguna	9	25,7%

Cuadro 18. ¿En cuáles de los siguientes temas le gustaría recibir asesoramiento o capacitación?

Fuente: El autor. 13 octubre de 2016