

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE ACOMPAÑAMIENTO EN CONSULTORIA Y ASESORIAS DE IDEAS
EMPRENDEDORAS O PLANES DE NEGOCIO EN LA CIUDAD DE
TULUÁ (VALLE).**

JOSÉ JESÚS ROMERO RODRIGUEZ

**ANTEPROYECTO DE TRABAJO DE GRADO
Administrador de Empresas**

MBA, Jean Fabián Taborda

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
TULUÁ
2013**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE ACOMPAÑAMIENTO EN CONSULTORIA Y ASESORIAS DE IDEAS
EMPRENDEDORAS O PLANES DE NEGOCIO EN LA CIUDAD DE
TULUÁ (VALLE).**

JOSÉ JESÚS ROMERO RODRIGUEZ

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
TULUÁ
2013**

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Tuluá 05 de Febrero 2013

A mis padres, familia y amigos por brindarme su apoyo incondicional.

A mi esposa e hijo por ser el motor de motivación necesario para esta maravillosa labor de conocimiento.

AGRADECIMIENTOS

A Jean Fabián Taborda, Profesor de la Universidad del Valle y director de este trabajo, por sus valiosos aportes y orientación.

A Harold Angulo, Profesor de la Universidad del Valle por sus valiosos aportes.

A Héctor Fernando Rueda Rodríguez, Profesor de la Universidad del Valle y coordinador del programa académico “Administración de Empresas” por su valiosa colaboración.

.

A Todos los docentes de la Universidad del Valle quienes se encargaron de impartir conocimiento y orientación en procesos de mi carrera profesional

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	3
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.1 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	4
1.2 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1.4 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	8
2. OBJETIVOS.....	17
2.1 GENERAL.....	17
2.2 ESPECÍFICOS.....	17
3. JUSTIFICACIÓN.....	19
3.1 ACADÉMICA.....	19
3.2 COMERCIAL.....	19

3.3 PERSONAL.....	20
3.4 SOCIAL – AMBIENTAL.....	20
4. MARCOS DE REFERENCIA.....	21
4.1 MARCO CONTEXTUA.....	21
4.2 MARCO TEÓRICO.....	23
4.3 MARCO LEGAL.....	35
5. DISEÑO METODOLÓGICO.....	43
5.1 TIPO DE ESTUDIO.....	43
5.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	43
5.3 FUENTES Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	44
5.4 POBLACION Y MUESTRA.....	44
6. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	46
6.1 ANÁLISIS DE LOS ENTORNOS.....	46
6.1.1 Entorno Económico.	46
6.1.2 Entorno Político.....	54

6.1.3 Entorno Demográfico.....	55
6.1.4 Entorno Jurídico.....	66
6.1.5 Entorno Tecnológico.....	68
6.1.6 Entorno Ambiental.....	69
6.1.7 Entorno Socio-Cultural.....	71
6.2 ANÁLISIS DEL SECTOR (análisis de la competencia).....	73
6.2.1 Análisis del diamante de las cinco fuerzas de Porter.....	75
6.2.1.1 Rivalidad entre los competidores existentes.....	75
6.2.1.2 Ingreso potencial de nuevos competidores.....	76
6.2.1.3 Desarrollo potencial de servicios sustitutos.....	77
6.2.1.4 Capacidad de negociación de los proveedores de información....	77
6.2.1.5 Capacidad de negociación de las empresas que requieren el servicio.....	78
6.2.2 Conclusiones matriz de Porter.....	79
6.3 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	79
6.3.1 Segmentación geográfica.....	80

6.3.2 Segmentación demográfica.....	82
6.3.3 Segmentación Psicográfica.....	87
6.3.4 De comportamiento.....	88
6.4 MERCADO POTENCIAL.....	91
6.5 DEFINICIÓN DEL MERCADO OBJETIVO.....	92
6.5.1 Justificación.....	92
6.5.2 Perfil del consumidor.....	93
6.6 DISEÑO DE LA ENCUESTA.....	94
6.6.1 Ficha técnica del estudio.....	96
6.6.2 Tabulación y análisis de la información.....	97
6.7 MEZCLA DE MERCADEO.....	105
6.7.1 Estrategia del SERVICIO.....	105
6.7.1.1 Definición del Producto/Servicio.....	105
6.7.1.2 Tipo de Servicio.....	106
6.7.1.2.1 Portafolio de servicios.....	107

6.7.1.2.2 Ficha técnica del servicio.....	118
6.7.1.3 Servicios sustitutos.....	131
6.7.1.4 Servicios complementarios.....	131
6.7.1.5 Marca y Logo.....	131
6.7.2 Estrategia de Precio.....	132
6.7.2.1 Análisis del punto de equilibrio.....	132
6.7.2.2 Tipo de mercado y su incidencia en el precio.....	133
6.7.2.3 Cálculo y sustentación del precio.....	133
6.7.2.4 Proyección de ventas.....	133
6.7.3 Estrategia de Distribución.....	136
6.7.3.1 Canales de Distribución.....	136
6.7.3.2 Proveedores.....	136
6.7.4 Estrategia de Promoción.....	136
6.7.4.1 Venta Personal.....	137
6.7.4.2 Publicidad Directa e Indirecta.....	137

6.7.4.3 Merchandising.....	137
6.7.4.4 Telemercadeo.....	138
6.7.4.5 RR.PP.....	138
7. OPERACIÓN.....	140
7.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	140
7.2 PLAN DE COMPRAS.....	140
7.3 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS.....	144
7.4 INFRAESTRUCTURA.....	147
7.5 PLAN OPERATIVO.....	148
7.6 LOCALIZACIÓN.....	149
7.6.1 Macrolocalización.....	149
7.6.2 Microlocalización.....	156
8. ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL.....	158
8.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	158
8.2 MISIÓN Y VISIÓN.....	161

8.3 ANÁLISIS DOFA.....	164
8.4 MANUAL DE FUNCIONES.....	166
9. ASPECTOS LEGALES.....	170
9.1 ORGANIZACIÓN JURÍDICA.....	170
9.2 REQUISITOS LEGALES.....	171
9.3 MANEJO DE CONTRATOS.....	179
10. COSTOS ADMINISTRATIVOS.....	181
10.1 GASTOS DE PERSONAL.....	181
10.2 GASTOS DE PUESTA EN MARCHA.....	183
10.3 GASTOS ANUALES DE ADMINISTRACIÓN.....	184
10.4 GASTOS ANUALES DE OPERACIÓN.....	185
11. ESTUDIO FINANCIERO.....	186
11.1 MODELO FINANCIERO.....	186
11.2 CAPITAL DE TRABAJO.....	187
11.3 INGRESOS.....	191

11.4 EGRESOS.....	191
11.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	193
11.5.1 Estado de resultados Proyectados	193
11.5.2 Balance General Proyectados.....	195
11.5.3 Flujo de Caja Proyectado.....	197
12. IMPACTO.....	202
12.1. METAS SOCIALES.....	202
12.2. IMPACTO SOCIAL.....	203
13. CONCLUSIONES.....	204
14. RECOMENDACIONES.....	206
15. RESUMEN EJECUTIVO.....	207
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Grafica 1. Comportamiento de la micro empresa.....	49
Grafica 2. Micro empresa por sector económico.....	51
Grafica 3. Cancelación por ente jurídico.....	52
Grafica 4. Cancelación por sector económico en 2010.....	52
Grafica 5. Cancelación por municipio a marzo de 2010.....	53
Grafica 6. Crecimiento de nuevas empresas.....	56
Grafica 7. Cantidad de empresas según sector económico.....	58
Grafica 8. Departamento del Valle del Cauca.....	81
Grafica 9. División territorio zona urbana, comunas y barrios.....	87
Grafica 10. descripción del proceso.....	140
Grafica 11. Infraestructura.....	147
Grafica 12. Plan operativo.....	148

Grafica 13. Municipio de Tuluá.....	151
Grafica 12. Municipio de Zarzal.....	153
Grafica 13. Estructura lineal de la organización.....	158

LISTA DE TABLAS

pág.

Tabla 1 Cantidad de empresas por tamaño y generación de empleo.....	48
Tabla 2 Comportamiento de la micro empresa.....	49
Tabla 3 Micro empresas por sector económico.....	50
Tabla 4 Distribución y densidad geográfica en la región (Tuluá).....	59
Tabla 5 Distribución y densidad geográfica en al región (Zarzal).....	60
Tabla 6 Distribución y densidad geográfica en la región (Bugalabrande).....	61
Tabla 7 Distribución y densidad geográfica en al región (Andalucia).....	62
Tabla 8 Distribución y densidad geográfica en la región (Trujillo).....	63
Tabla 9 Distribución y densidad geográfica en al región (Bolívar).....	64
Tabla 10 Distribución y densidad geográfica en al región (Rio Frio).....	65
Tabla 11 Comuna 3.....	83
Tabla 12 Comuna 4.....	83

Tabla 13 Comuna 6.....	84
Tabla 14 Comuna 7.....	84
Tabla 15 Comuna 8.....	85
Tabla 16 Comuna 9.....	86
Tabla 17 Personas capacitadas anualmente.....	91
Tabla 18 Datos de población total y activa de Tuluá y sus alrededores.....	91
Tabla 19 Ficha técnica de la encuesta.....	96
Tabla 20 Punto de equilibrio.....	133
Tabla 21 Total personas capacitadas anualmente.....	134
Tabla 22 Proyección de población en capacitación empresarial.....	135
Tabla 23 Proyección de ventas del servicio.....	136
Tabla 24 Compra de equipo.....	141
Tabla 25 Compra de insumo.....	143
Tabla 26 necesidades y requerimientos.....	144
Tabla 27 Macrolocalización del proyecto.....	155

Tabla 28 Microlocalizacion del proyecto.....	157
Tabla 29 Gastos de personal (Director general).....	182
Tabla 30 Gastos del personal proyectado.....	183
Tabla 31 Gastos de puesta en marcha.....	183
Tabla 32 Gastos anuales de administración.....	184
Tabla 33 Equipo de oficina.....	184
Tabla 34 Gastos de operación.....	185
Tabla 35 Activos fijos.....	186
Tabla 36 Gastos pre-operativos.....	186
Tabla 37 Saldo de efectivo requerido en caja.....	187
Tabla 38 Capital de trabajo.....	188
Tabla 39 Presupuesto de inversión.....	189
Tabla 40 Amortización anual crédito.....	190
Tabla 41 Recursos financieros del proyecto.....	190
Tabla 42 Ingresos.....	191

Tabla 43 Egresos.....	192
Tabla 44 Estados de resultados proyectado.....	193
Tabla 45 Estado flujo de efectivo proyectado.....	194
Tabla 46 Balance general proyectado.....	195
Tabla 47 Flujo de caja neto proyectado.....	197
Tabla 48 Costo de capital promedio ponderado.....	198
Tabla 49 TIR de la organización.....	199
Tabla 50 Escenario 1.....	200
Tabla 51 Escenario 2.....	201

LISTA DE ANEXOS

pág.

ANEXO A. Entidades e instituciones que brindan apoyo en emprendimiento y fortalecimiento micro-empresarial.....	16
ANEXO B. Encuesta.....	96
ANEXO C. contrato de prestación de servicios.....	179
ANEXO D. formato de tipo de contrato indefinido.....	180

GLOSARIO

Consultoría: se define consultoría como: 1. “Cualquier forma de proporcionar ayuda sobre el contenido, proceso o estructura de una tarea o de un conjunto de tareas, en donde el consultor no es efectivamente responsable de la ejecución de la tarea misma, sino que ayuda a los que lo son”. 2. “se actúa como consultor siempre que se trata de modificar o mejorar una situación, pero sin tener un control directo de la ejecución. La mayor parte de los funcionarios de una organización son realmente consultores, aunque ellos no se designen así oficialmente”.

Servicio Profesional: la consultoría de empresas proporciona conocimientos teóricos y técnicas profesionales que sirven para resolver problemas prácticos de gestión. Una persona se convierte en un consultor de empresas después de haber fortalecido sus conocimientos en las áreas correspondientes y compartir sus experiencias.

Servicio Consultivo: la consultoría en lo esencial es un servicio de asesoramiento. Esto significa que los consultores no se contratan (con algunas excepciones) para que dirijan organizaciones o adopten medidas delicadas en nombre de la dirección. No tiene ninguna facultad directa para decidir cambios y aplicarlos. De lo único que responde es la calidad e integridad de su asesoramiento: los clientes asumen toda la responsabilidad que se derive de la aplicación de sus consejos.

Servicio Independiente: un consultor debe estar en capacidad de hacer su propia evaluación de cualquier situación, de decir la verdad, y recomendar con franqueza y objetividad las medidas que ha de adoptar la organización cliente sin pensar en sus propios intereses.

Servicio Temporal: la consultoría es un servicio temporal. Los clientes acuden a un consultor para que se les preste ayuda durante un periodo limitado, en esferas en las que carecen de conocimientos técnicos o cuando necesitan temporalmente un personal profesional adicional. Los consultores no solo aportan el tiempo y los conocimientos necesarios y consagran el 100% y su atención al problema de que se trata. Sino que dejarán a la organización una vez que haya quedado completada su tarea.

Servicio Comercial: un profesional que se dedica a la consultoría de empresas como medio de vida tiene que cobrar unos honorarios por todo el trabajo que realiza por cuenta de sus clientes. Las empresas de consultoría venden servicios profesionales y los clientes los compran. Además de ser organizaciones de servicios profesionales, las empresas de consultoría son también simplemente empresas.

Asesoría de Empresas: la asesoría es necesariamente una relación bilateral entre el empresario y el asesor, que conlleva la necesidad de conocer toda la empresa para identificar las causas de la problemática existente.

Asesor eficaz: un Asesor eficaz es por encima de todo una persona que sabe escuchar, no es tan sencillo como parece ser o como podría ser, pero en el asesoramiento es mucho más que escuchar con empatía. Un Asesor es mas un facilitador del proceso que un técnico especialista, y su tarea consiste en ayudar al cliente a reflexionar sobre su situación actual, dificultades, prioridades opciones, ventajas y desventajas de cada una de ellas. El Asesor no solo tiene que proponer soluciones al cliente, sino que podrá participar activamente en el proceso de la identificación del problema.

Asesor: el asesor debe ayudar al cliente a identificar sus propios problemas y las soluciones correspondientes, formulando preguntas, escuchando y prestando

apoyo y estímulo, al mismo tiempo debe ser escrupulosamente neutral con respecto a la decisión final que adopte el cliente para desenvolverse mejor en cada situación, debe ser capaz de desarrollar una visión global de la empresa. La tarea fundamental del Asesor es ayudar a los clientes a “buscar soluciones”, de su propio método de reflexionar acerca de su labor y quizás de su vida en general.

Cultura: conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización.

Emprendedor: es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva.

Emprendimiento: una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

Empresarialidad: despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales.

Formación para el emprendimiento: la formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales,

competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo.

Plan de Negocio: es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos. La educación debe incorporar, en su formación teórica y práctica, lo más avanzado de la ciencia y de la técnica, para que el estudiante esté en capacidad de crear su propia empresa, adaptarse a las nuevas tecnologías y al avance de la ciencia, de igual manera debe actuar como emprendedor desde su puesto de trabajo.

Capacitación: *En el contenido de la ley 909 de 2004, de los decretos con fuerza de ley 760, 770, 785, o de los reglamentarios, no existe definición del concepto “capacitación”, pero, de manera pedagógica, se puede remitir a la definición dada por el artículo 4º del decreto ley 1567 de 1998, que dice:*

“Se entiende por capacitación el conjunto de procesos organizados, relativos tanto a la educación no formal como a la informal de acuerdo con lo establecido por la ley general de educación, dirigidos a prolongar y a complementar la educación inicial mediante la generación de conocimientos, el desarrollo de habilidades y el cambio de actitudes, con el fin de incrementar la capacidad individual y colectiva para contribuir al cumplimiento de la misión institucional, a la mejor prestación de servicios a la comunidad, al eficaz desempeño del cargo y al desarrollo personal integral. Esta definición comprende los procesos de formación, entendidos como aquellos que tienen por objeto específico desarrollar y fortalecer una ética del servicio público basada en los principios que rigen la función administrativa”.

En conclusión es la adquisición de conocimientos técnicos, teóricos y prácticos que van a contribuir al desarrollo de los individuos en el desempeño de una actividad

Acompañamiento: viene de la palabra latina “cum-panis”, que significa compartir tu pan, es decir, “tu experiencia y la mía a la luz del aprendizaje mutuo”.

Proceso intencionado y orientado hacia el mejoramiento de calidad de conocimiento, teniendo como foco primordial el fortalecimiento de las competencias de los individuos.

Fortalecimiento: capacidad para mejorar y desarrollar las habilidades de los individuos y esquemas funcionales y organizacionales, utilizando la investigación e impulsando el aprendizaje que garantice la eficiencia y eficacia.

INTRODUCCIÓN

La creación de una organización para el fomento de cultura emprendedora, es de gran importancia para cualquier entorno en vía de desarrollo, la cual pretende identificar y fortalecer a líderes empresariales para el desarrollo de ideas de carácter productivo, a través de acompañamiento, consultoría, asesoría, talleres empresariales y capacitación, generando un crecimiento económico de la ciudad de Tuluá y sus alrededores, mejorando la calidad de vida de los participantes.

Para esto es necesario centrarnos directamente en aquellas organizaciones con trayectoria y legalmente constituidas que deseen brindar apoyo económico a través de préstamos, maquinaria y equipos, entre otros, a los emprendedores y/o microempresarios nacientes que anhelan mejorar su calidad de vida y el entorno que los rodea, ya que esto genera responsabilidad social y beneficios tributarios a aquellas organizaciones que apadrinen proyectos productivos o nuevos planes de negocios.

Con el desarrollo de este proyecto se pretende vincular entidades públicas y privadas de la ciudad de Tuluá: Centros educativos (colegios, institutos, universidades), Alcaldía, Cámara de comercio, Fenalco, juntas de acción comunal, centros religiosos, Sena, empresarios, otros. Los cuales aportarán capital humano, conocimiento, experiencia y espacios donde se pueda interactuar e intercambiar productos, servicios a través de rueda de negocios y muestras empresariales, etc.

Obteniendo como resultado la unión del conocimiento técnico y la experiencia que en la mayoría de los casos es conocimiento empírico, con la intención de revivir fortalecer y transmitir artes olvidados o que se encuentran a punto de desaparecer; En fin es la forma dinámica de interacción de una comunidad con profesionales y personas en proceso de formación.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ACOMPAÑAMIENTO EN CONSULTORIA Y ASESORIAS DE IDEAS EMPRENDEDORAS O PLANES DE NEGOCIO EN LA CIUDAD DE TULUÁ (VALLE).

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 SITUACION PROBLEMÁTICA

“Tuluá es líder de la Pequeña Empresa con el 85,77%; 92% de los empleos y 84,8% de los activos reportados en la Cámara de Comercio de Tuluá”¹. “El emprendimiento para la generación de empresas en la jurisdicción se redujo del 9,35% a marzo de 2009, al 3,88% a marzo de 2010”².

El número de empresas que se cancelaron en la Jurisdicción en el primer trimestre del año 2010 es de 502, es decir el 97,3% de las creadas en el mismo periodo. El comportamiento promedio de los últimos 6 años se había mantenido alrededor del 50% de empresas canceladas frente a las creadas. Las empresas que se cancelan en su totalidad son microempresas con pocos años de funcionamiento y generalmente creadas como empresas de persona natural, con un pequeño capital.

¹CAMARA DE COMERCIO DE TULUA. Op. Cit., p. 9.

² Ibid.,p.10

“Las Cámaras de Comercio del Valle de Cauca, convencidas que la formalidad y el fortalecimiento empresarial son factores esenciales para la competitividad de la región, iniciaron con el apoyo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo una nueva etapa en sus servicios para lograr que las microempresas mejoren su desempeño. Se trata de La Ruta Micro para la Formalidad que se compone de 4 unidades de desarrollo empresarial para las empresas que se registren ante la Cámara de Comercio de Tuluá y La Ruta Micro para el Fortalecimiento a empresas registradas, que se compone de 6 Unidades de Desarrollo Empresarial diseñadas de acuerdo con las necesidades de los empresarios”³.

“Las MIPYMES impulsan la economía regional y nacional en mayor porcentaje, y se les ha tenido descuidadas, les falta formación, capacitación, asesoría y consultoría, acceso a recursos físicos y financieros, entre otros; lo que impide su crecimiento en forma sostenida, e imposibilita ser competitivas en un mercado global y en constantes cambios; cabe resaltar que las Mipymes representan 94% de los negocios del país y 33% de la población ocupada. Su participación en el empleo industrial asciende a 60% y en el valor agregado de la industria a 48%. En el comercio, representan 95% del empleo y 74% de la producción. La crisis económica de los últimos años ha afectado, de manera notable, a las microempresas, las cuales han sufrido tasas de mortalidad superiores al 50%”⁴.

Es probable que la falta de acompañamiento en asistencia técnica y profesional para apoyar iniciativas de desarrollo empresarial sea una de las causas de cierre de las organizaciones que surgen, el capital financiero de riesgo no disponible para respaldo de proyectos de creación de empresas, la metodología y los largos

³CAMARA DE COMERCIO DE TULUA. Op. Cit., p. 35.

⁴ZÚÑIGA M. Claudia Lorena, ESCOBAR Edwin Alex.trabajo de grado. modelo de consultorio empresarial para la facultad de ciencias de la administración de la universidad del valle.Santiago de Cali. (2007); p. 14 - 15

espacios para dar inicio a los diferentes programas de apoyo empresarial de las entidades encargadas genera el desinterés de las comunidades en la participación de dichos planes de negocio y/o proyectos.

“A pesar de que el crecimiento en cantidad de empresas de la región se redujo de un 9,42% en marzo de 2009 al 3,81% en marzo de 2010, es una cifra cómoda, teniendo en cuenta las dificultades económicas globales del país y los resultados de la Confederación de Cámaras de Comercio CONFECÁMARAS”⁵.

Las circunstancias anteriores plantean la necesidad de generar o crear una organización privada u oficial que apoye esta gestión, que brinde soporte en las diferentes actividades económicas, asumiendo el reto de tomar acciones en el asunto, generando así cultura emprendedora y de competitividad.

En el caso del contexto de la ciudad de Tuluá, la comunidad necesita una guía clara relacionada con el tema de apoyo empresarial y cómo generar ideas emprendedoras o planes de negocio, donde la creatividad e innovación juegan un papel fundamental y diferencial a nivel nacional y mundial que les permita contar con personas acorde al desafío global y apto para desenvolverse en un ambiente de cambio; Esto se logra identificando aquellas personas u organizaciones que requieren el servicio de acompañamiento en consultoría y asesorías, fortaleciendo los conocimientos de sus líderes empresariales.

Por tal motivo, es importante enseñar a identificar y conocer necesidades que les permita generar el potencial creativo e innovador como estrategia de desarrollo a nivel personal y empresarial.

⁵ CAMARA DE COMERCIO DE TULUA comportamiento empresarial a marzo de 2010 segunda edición, Observatorio Socio Económico p. 5.

1.2 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Existe un mercado representativo para una empresa dedicada al acompañamiento consultoría y asesoría sobre ideas emprendedoras o planes de negocio en la ciudad de Tuluá Valle?

¿Cuál es el aspecto administrativo más adecuado para una empresa dedicada al acompañamiento en las diversas actividades empresariales, determinando el estudio técnico y requisitos de tipo legal en consultoría y asesorías sobre ideas emprendedoras o planes de negocio en la ciudad de Tuluá Valle del Cauca?

¿Es conveniente económica y financieramente el acompañamiento las consultorías y asesorías sobre ideas emprendedoras o planes de negocio en la ciudad de Tuluá Valle?

¿Qué aspectos sociales y ambientales impactan en una empresa dedicada al acompañamiento, las consultorías y asesorías sobre ideas emprendedoras o planes de negocio en la ciudad de Tuluá Valle del Cauca?

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál sería la viabilidad para la creación de una Empresa de acompañamiento en consultoría y asesoría sobre ideas emprendedoras o planes de negocio para fortalecer el sector económico de la ciudad de Tuluá (Valle)?

1.4 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

En los últimos tiempos en Colombia se ha tomado conciencia sobre la importancia de los micros y pequeñas empresas en el desarrollo nacional, no solo como fuente de generación de empleo y de producción de bienes y servicios, sino también en espíritu empresarial. En Colombia los primeros ejemplos de emprendimiento se encuentran en 1948 por ende se genera consultoría y asesorías en desarrollo de una actividad donde se dio inicio El SENA, el emprendimiento y la formación.

La importancia de la presencia de la micro empresa en la economía colombiana, radica en su capacidad de generar empleo en todos los sectores de la economía. Hoy en día ese tipo de empresas se encuentran con una gran versatilidad para adaptarse al cambio.

A mediados de los años noventa el gobierno Colombiano, empezó a implementar y a buscar leyes que promuevan el emprendimiento y la creación de organizaciones y programas para que los empresarios pudieran concretar su plan de negocio y apoyo a las micro y pequeñas empresas, con el fin de promover la gestión empresarial, buscando con ello la preparación del capital humano en términos de enfrentar un proceso de competitividad que sea capaz de enfrentarse a las nuevas tendencias y elevar los niveles de productividad. Es así, como a partir del año 2006, el Congreso de la República promulga la Ley 1014 de fomento a la cultura del emprendimiento, la cual compromete al gobierno como actor responsable de la política pública en la materia y cuya gestión es entregada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

La universidad del valle en el programa institucional emprendedores Univalle en el Boletín de emprendimiento no.14 Abril-Mayo 2011 sustenta que.

“Esta política de emprendimiento, que es un compromiso de los sectores público, privado y académico, tiene como objetivos fundamentales promover la articulación institucional, formalizar las condiciones para el emprendimiento, facilitar la dimensión local del mismo, desarrollar nuevos instrumentos de financiación, fortalecer la industria de soporte “No financiero” que provee acompañamiento a los emprendedores y fomentar emprendimientos que incorporen, cada vez más, la ciencia , la tecnología y la innovación. En la actualidad y gracias a la ley de fomento a la cultura del emprendimiento, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, cuenta con el acompañamiento de los ministerios de Educación, Protección Social y de las instituciones como el SENA, Bancóldex, DNP, COLCIENCIAS , además de las Instituciones de educación superior, fundaciones y sector privado. Esta Ley, también ha permitido la creación de 25 redes regionales para el emprendimiento en los departamentos de Arauca, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Caldas, Casanare, Caquetá, Cesar, Córdoba, Chocó, Guajira, Huila, Magdalena, Meta, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Tolima, Putumayo, Valle del Cauca, Vichada y San Andrés. Las anteriores, están conformadas en cada departamento por la Gobernación Departamental, La Dirección regional del Sena, la Cámara de Comercio de la ciudad, un representante de las oficinas departamentales de juventud, Instituciones de Educación Superior, Cajas de Compensación familiar, Asociaciones de Jóvenes Empresarios, La Banca de Desarrollo y Micro crédito, entre otras.”⁶

El gobierno y la empresa privada destinan anualmente fondos de inversión para la promoción de micro y pequeña empresa, es por eso que nace la iniciativa de generar estrategias de fomento empresarial, donde se encuentra los centros de investigación las denominadas incubadoras de empresas y los centros de desarrollo empresarial (CDE).En nuestro país, estos son algunos.

⁶programa institucional emprendedores Univalle. Boletín de emprendimiento no.14 Abril-Mayo 2011

Incubar Colombia. Entidad de nueva tecnología integrada por varias universidades colombianas. Se trata de una incubadora de empresas de innovación y base tecnológica que busca integrar grupos de trabajo que apliquen el conocimiento de manera útil, dentro y fuera de la empresa y así pueden dar resultados a las necesidades del mercado. Las universidades pertenecientes a este proyecto son: Universidad La Gran Colombia de Bogotá, Universidad La Gran Colombia de Armenia y el Politécnico Grancolombiano.

Incubar Manizales. Su proceso de incubación tiene como objetivo promover, a través de un modelo propio, la creación de empresas de base tecnológica basadas en el conocimiento, que respondan a las necesidades de la comunidad y generar nuevas alternativas de desarrollo económico, social, cultural, educativo y medioambiental de la región. Las fases de sus modelos pasan por la sensibilización y la preincubación para desembocar en la incubación.

Incubar Caribe. Fundación sin ánimo de lucro que busca crear y renovar la base empresarial del Caribe colombiano por medio del acompañamiento, la asesoría y la consultoría con el objetivo de impulsar la innovación y la transformación de tecnología a empresarios actuales y potenciales.

Incubadora de agrupamiento agroindustriales del Urabá. Su objetivo es generar y consolidar empresas agroindustriales mediante la aplicación de procesos y tecnología innovadora que apoyen y soporten los clusters regionales.

Servicio Nacional de Aprendizaje “SENA”. El servicio nacional de aprendizaje ofrece los siguientes servicios:

Formación y asesoría a creadores de empresa e incubación empresarial. Estos programas están orientados a identificar y potencializar la mentalidad empresarial de todo tipo de persona y comunidades; para lo cual, el SENA brinda

capacitación y asesoría en el desarrollo de ideas de negocio, en proceso de producción, en formación gerencial y acompañamiento a los emprendedores para la puesta en marcha de sus unidades productivas.

Formación y asesoría a creación de empresas “FACE”. Con este programa del SENA, las personas que tienen una idea de negocio, reciben capacitación y asesoría para poner en marcha su proyecto empresarial. En la capacitación, el emprendedor diseña, construye, evalúa, e implementa técnicas y procedimientos para crear empresas competitivas, que generen empleo productivo, dirigidos a estudiantes, egresados y docentes del SENA y de entidades educativas, funcionarios de OGs y ONGs, y profesionales técnicos desempeñados (preferiblemente inscritos en los centros de información para el empleo).

El Fondo Emprender. Fue creado por el Gobierno Nacional para financiar proyectos empresariales provenientes de aprendices, practicantes universitarios (que se encuentren en el último año de la carrera profesional) o profesionales que no superen dos años de haber recibido su primer título profesional. El objetivo del Fondo es apoyar proyectos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas. El Fondo facilita el acceso a capital al poner a disposición de los beneficiarios los recursos necesarios en la puesta en marcha de las nuevas unidades productivas.

Bogotá Emprendedora. Suman al emprendimiento colombiano en aspectos financieros, convenio entre el SENA y la Secretaría de Hacienda del Distrito, generando a su vez profesionales idóneos en la labor de consultores y asesores para el desarrollo de actividades productivas, abriendo campo en este medio de fortalecer los conocimientos a líderes empresariales.

Fundación Carvajal. La unidad de Desarrollo Empresarial busca contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad, mediante servicios que promuevan el desarrollo de las potencialidades humanas y el desarrollo empresarial sostenible. La Fundación Carvajal de Cali, genera programas de microempresas, que impulsados posteriormente por diferentes gobiernos en alianza público – privada, desencadenó en el Plan Nacional para el Desarrollo de la Microempresa – PNDM entre los años 1984 y 1994.

Fundación Mario Santo Domingo. Creado el 20 de abril de 1960 en barranquilla por Mario Santo Domingo, originalmente fue llamada por su gestor fundación barranquilla. Las actividades de esta organización están orientadas por un concejo de administración integrado por representantes de la familia Santo Domingo y directivos del grupo empresarial Bavaria. La fundación tiene como misión proponer al bien común y propiciar el desarrollo social del país, dando su apoyo a actividades y programas de carácter educativo y cultural, investigaciones científicas y tecnológicas, de salud, beneficencia, generación de ingresos y empleos y todas aquellas que contribuyen a mejorar la calidad de vida de la población sobre todo los menores favorecidos.

Desde el año de 1984 la fundación ha venido implementando proyectos dirigidos a los diferentes sectores de las microempresas, existiendo hoy propuestas especiales dirigidas a mujeres jefes de hogar, jóvenes tenderos, personas jubiladas, pescadores artesanales, recicladores, artesanos y pequeños agricultores, entre otros. La fundación cuenta con servicios financieros tales como: créditos, ahorro, servicios no financieros (asesorías, capacitación, comercialización).

Fundación Centro para el Desarrollo Tecnológico del Comercio, Turismo y Servicios “Fundecomercio”. Fue creada con el apoyo y respaldo institucional del gremio mercantil colombiano, con el fin de ejecutar programas y prestar servicios

especializados a empresas y a su personal en todo el país. Promueve el mejoramiento permanente del talento humano mediante capacitación, investigación y tecnificación de los procesos productivos, la calidad de los productos y servicios de las empresas, más competitivo.

El centro integra una dinámica de participación de empresas, gremios, universidades y demás agentes del cambio tecnológico, con radios de acción en cuanto a sectores estratégicos del comercio (textil, calzado y confecciones, joyería, turismo, alimentos, etc.). Estos proyectos reciben el apoyo de organizaciones como comfenalco, Colciencias, entre otros.

Centros de Desarrollo Empresarial en la Guajira. El departamento de la guajira cuenta con algunas instituciones, que desde hace algún tiempo, se encargaron del fomento de la creación de pequeñas y medianas empresas tal es el caso del SENA, Fundación Cerrejón, Fondo Mixto Empresarial, destacándose el SENA como precursor del fomento empresarial en el departamento, iniciando en 1985 con un programa de capacitación y asesoría para la pequeña empresa.

Jóvenes con Empresa. El programa Jóvenes con Empresa que ejecuta Comfama “Caja de Compensación Familiar de Antioquia” Con el fin de contribuir a la generación de empresas sostenibles y competitivas, la Fundación Corona, conjuntamente con Comfama en Medellín, Comfandi en Cali y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) unieron esfuerzos para crear el programa, que acompaña a emprendedores en la creación de sus empresas. Surgió en 2002 para fortalecer y acompañar procesos de creación de empresas propuestas por jóvenes en Bogotá, Cali y Medellín.

El objetivo general del proyecto fue contribuir al fortalecimiento del tejido empresarial de Bogotá, Medellín y Cali. El objetivo específico fue desarrollar un modelo de creación de empresas sostenibles y competitivas para los jóvenes de

esas tres ciudades. El programa Jóvenes con Empresa, se ha consolidando como una iniciativa que apoya la articulación de los esfuerzos que se están haciendo en torno al emprendimiento y a la Empresarialidad, dando vía libre para que la Red de Emprendedores reciba el acompañamiento de consultores altamente calificados en temas de mercadeo, gestión administrativa, finanzas, entre otros.

Fundación Coomeva En el departamento del Valle del Cauca cuyo objetivo fundamental es promover la creación, fortalecimiento y expansión de las empresas de sus asociados, orientando los esfuerzos hacia la sostenibilidad de unidades productivas e innovadoras, proyectando en tres ejes fundamentales: fomento empresarial, gestión para la financiación e inversión y desarrollo de comunidades, redes y nuevos negocios que integran la oferta de valor del Grupo Coomeva creando el “Ciclo de Vida de la Empresa Asociada”, a través del desarrollo de productos y servicios para la red del empresario colombiano.

Fundación Sarmiento Palau En la ciudad de Tuluá, está destinada a fomentar y patrocinar toda clase de actividades de asistencia social, micro empresarial educativo, deportivo y recreacional en bienestar de la comunidad. Sus objetivos son generar fuentes de empleo, desarrollar pequeñas empresas y contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población; la fundación posee varias sedes de diferentes partes de Colombia: Tuluá, Buga, Cartago y Bugalagrande.

Las Rutas Empresariales es un programa que adoptó la Cámara de Comercio de Tuluá, tras la implementación que a nivel nacional propusiera La Cámara de Comercio de Cali, el cual fue avalado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Este programa está encaminado a fortalecer las diversas microempresas a nivel local y regional, con el fin de contribuir a la Competitividad y Fortalecimiento, ofreciendo a los empresarios herramientas fundamentales para administrar de manera efectiva sus unidades productivas en el tiempo, permitiendo aumentar sus ingresos y disminuir sus costos.

Otro programa que maneja la cámara de comercio de Tuluá es el centro de atención empresarial “CAE” que es un programa de simplificación de trámites suscrito inicialmente entre la Cámara de Comercio y el Municipio de Tuluá con la coordinación nacional de Confecámaras y el apoyo de la Embajada del Reino de los Países Bajos. El objetivo del CAE es facilitar y promover la creación y constitución de empresas en la ciudad, realizando los trámites en un solo lugar y con un mínimo de contactos y requisitos. En él se encuentran los servicios de información, asesoría especializada, módulos de auto consulta y ventanilla única de pagos.

La unidad central del valle (UCEVA) maneja un proyecto llamado Modernización, Historia Empresarial y Liderazgo. Tuluá Siglo XX. Es el nombre del Proyecto de Investigación que emprendió la Facultad de Administración y contabilidad, en cabeza de su Grupo de Investigación en Desarrollo Empresarial GIDE. Este proyecto de investigación se inscribe en la línea de investigación de Historia empresarial. Una mirada histórica a la forma como se ha venido modernizando la población de Tuluá es importante no solo para la ciudadanía, permitirá la reflexión y el análisis de las organizaciones educativas y empresariales y, lo más importante, expresiones de emprendimiento y gestión para la solución de muchos problemas de carácter estructural.

“Teniendo en cuenta estos antecedentes se dio origen a Emprendedores Univalle, el cual es un programa institucional que apoya las iniciativas empresariales, sociales, ambientales, culturales y demás, y que tiene como objetivo la creación de empresas sostenibles y competitivas, partiendo de un conjunto de procesos y sistemas que ayudan a identificar el capital intelectual de la comunidad universitaria, para moldear y potencializar ideas innovadoras. Además, el programa busca tener informada a la comunidad universitaria sobre las múltiples convocatorias y concursos que brinden financiación, capacitación o ambas,

ofreciendo así, inducciones, guías o referencias para ayudar a los emprendedores a desarrollar su proyecto y brindar el apoyo necesario para la participación en las diferentes convocatorias. “Es una Estrategia Académica para activar, incrementar, mejorar y mantener las relaciones de la Universidad con el Sistema Regional de Innovación del Valle, en la búsqueda de la complementariedad mutua para apoyar el emprendimiento en general, la creación y desarrollo de nuevas empresas.”

ANEXO A Entidades e instituciones que brindan apoyo en emprendimiento y fortalecimiento micro-empresarial.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de viabilidad para la creación de una Empresa de acompañamiento en consultoría y asesoría sobre ideas emprendedoras y/o planes de negocio para fortalecer el sector económico de la ciudad de Tuluá y sus alrededores.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar cuál es el mercado representativo para una empresa dedicada al acompañamiento, consultoría y asesoría sobre ideas emprendedoras y/o planes de negocio en la ciudad de Tuluá y sus alrededores.
- Establecer el aspecto administrativo más adecuado para una empresa dedicada al acompañamiento en las diversas actividades empresariales, determinando el estudio técnico y requisitos de tipo legal en consultoría y asesorías sobre ideas emprendedoras y/o planes de negocio en la ciudad de Tuluá y sus alrededores.
- Analizar un estudio para demostrar si es conveniente económica y financieramente el acompañamiento, las consultorías y asesorías sobre ideas emprendedoras y/o planes de negocio en la ciudad de Tuluá y sus alrededores.

- Determinar qué aspectos sociales y ambientales impactan en una empresa dedicada al acompañamiento, las consultorías y asesorías sobre ideas emprendedoras o planes de negocio en la ciudad de Tuluá Valle del Cauca.

3. JUSTIFICACIÓN

3.1 ACADÉMICA

Para lograr el cumplimiento de los objetivos de estudio, el presente anteproyecto estará regido de acuerdo a las normas contempladas en el Acuerdo 009 Capítulo XIV Artículo 90. En dicho documento, se exige, como requisito parcial para la obtención del título profesional, un trabajo de grado. Seguido de esta norma, el estudio de factibilidad cumple con los requerimientos exigidos en el acuerdo ya mencionado y ajustado a requisitos de Fondo emprender SENA, de la misma forma se ajusta a las normas del Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC) para la presentación de trabajos de grado.

3.2 COMERCIAL

El impacto productivo que puede surgir al realizar acompañamiento a ideas emprendedoras y/o planes de negocio en la ciudad de Tuluá y sus alrededores, generaría creatividad e innovación en su desempeño organizacional, ya que las diferentes actividades que nacen, es probable que no perduren en el tiempo por falta de conocimiento técnico, es por esto que el proyecto se desarrollara bajo la estructura del buen nombre con responsabilidad social, creando así fortalecimiento y desarrollo a la economía de la ciudad, disminuyendo a su vez el cierre de empresas e índice de desempleo. Teniendo la oportunidad de participar y ser competitivos con organizaciones de otras regiones.

3.3 PERSONAL

Este estudio permite poner en práctica el conocimiento adquirido durante la formación profesional siendo puntual en: brindar acompañamiento, consultoría y asesorías en creación y reestructuración de empresas, a través de un sistema motivacional para el desarrollo del ser humano en generar confianza y fortalecimiento de las ideas emprendedoras empresariales, planes de negocio e interactuar con las comunidades. Por consiguiente, el proyecto pretende responder a una inquietud que hoy por hoy busca mejorar la economía de la ciudad de Tuluá y sus alrededores, por ende la calidad de vida de las personas que demuestran un valor diferencial en la sociedad.

3.4 SOCIAL - AMBIENTAL

El mejoramiento de la calidad de vida de los Tuluenses y el bienestar duradero de cualquier actividad económica en el entorno, no es sólo cuestión de proyectos emblemáticos, es preciso generar acciones hacia el sector productivo, que propendan por su competitividad, donde el acceso a formación e información de relevancia generen nuevos puestos de trabajo minimizando un poco el impacto de desempleo, Para ello es fundamental el papel de las instituciones de consultoría y asesoría en cuanto ideas emprendedoras y/o planes de negocio, el apoyo de las entidades encargadas a las empresas, es importante para la industria y debe repercutir en el desarrollo económico que produzca bienestar en la organización y su entorno.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1 MARCO CONTEXTUAL

La atención de la investigación se circunscribe a un estudio de Factibilidad para la creación de una Empresa de acompañamiento en consultoría y asesoría sobre ideas emprendedoras y/o planes de negocio para fortalecer el sector económico de la ciudad de Tuluá y sus alrededores.

El presente trabajo se desarrollara en la Ciudad de Tuluá Valle del Cauca-Colombia y sus alrededores.

Se ha tomado este ámbito espacial, temporal y referencial, puesto que representa un problema municipal por la necesidad de disponer de una “Empresa de acompañamiento en consultoría y asesoría empresarial” como una estrategia de conocimiento y prospección del comportamiento empresarial fundamental para la formulación de políticas de empleo en la ciudad. Las características de la zona geográfica de impacto del proyecto son:

a) Ámbito espacial: Municipio de Tuluá – Valle del Cauca – Colombia.

b) Ámbito temporal: Año 2011 – 2012

c) Ámbito normativo:

- Leyes Constitución política Promoción a la creación de empresas. (Artículo 333, establece la libertad económica y toma la empresa como la base para el desarrollo.)

- Ley 590 de 2000 y 905 de 2004. (Ley MIPYME Ley marco que suscribe la política estatal para la promoción de la creación de empresas.)
- Ley 1014 de 2006 Plan Nacional de Desarrollo. (Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país.)
- Ley 1064. Julio 26 de 2006. “por la cual se dictan normas para el apoyo y fortalecimiento de la educación para el trabajo y el desarrollo humano establecida como educación no formal en la ley general de educación”.

d) Ámbito organizacional: El Municipio de Tuluá está ubicado en la zona centro del departamento del Valle del Cauca. Es el centro de servicios financieros y comerciales del suroccidente colombiano. Es una de las ciudades intermedias más pujantes del país, ocupa el 4º puesto en un grupo de 42 por su importancia económica y poblacional en el departamento, siendo superada por Cali, Buenaventura y Palmira. Su influencia económica y administrativa se extiende a 15 municipios del centro y norte del departamento. “Ocupa una extensión territorial total de 910.55 KM2 (91.055 Ha) de los cuales el 98.78% (89.944.13 Ha) equivale al área rural y el 1.22% (1.110.87 Ha) equivale al área urbana”. Su población aproximada es de 200.000 habitantes.

Tuluá es epicentro regional, comercial, industrial, agrícola, turístico y prestador de servicios; el sector del comercio es la actividad que dinamiza la economía de la ciudad.

El desarrollo tecnológico también juega un papel determinante en Tuluá: ubicado en la Unidad Central del Valle del Cauca, está Parquesoft, uno de los proyectos más ambiciosos para generar empleo y prestación de servicios de software a escala internacional. Por su importancia comercial Tuluá es una de las seis ciudades del departamento que posee una Cámara de Comercio.

Según cámara de comercio de la Cuidad de Tuluá en su libro “comportamiento empresarial a marzo de 2010” segunda edición, nos argumenta que las características y la dinámica de la actividad empresarial de la Ciudad de Tuluá en la jurisdicción anualmente se crean en promedio 1.707 empresas predominando en la estructura empresarial las microempresas que son el 97,2%; además como ocurre en las grandes ciudades del mundo, en el Centro del Valle del Cauca funcionan un número indeterminado de empresas en condiciones de informalidad e ilegalidad, que representan perdidas para todos, pues se reducen los impuestos y el mercado de los empresarios legalmente establecidos.

No obstante, también se cancelan en promedio cada año 876 empresas, es decir, el 51,3% de las creadas, en su mayoría microempresas con menos de tres años de funcionamiento y generalmente creadas como empresas de personas naturales, con un pequeño capital.

4.2 MARCO TEÓRICO

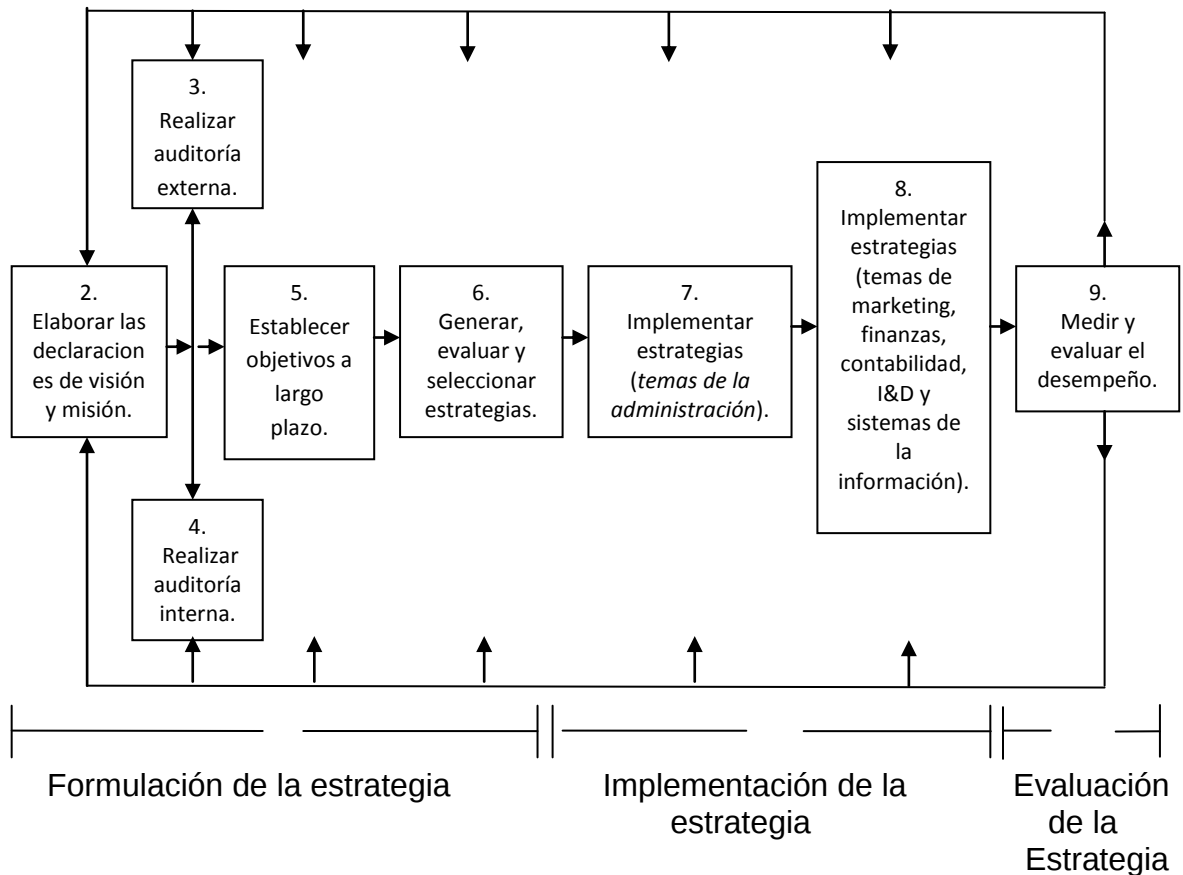
Hoy en día existen muchos autores en cuanto a temas de estudio para creación de empresa, de los cuales se tendrán en cuenta los siguientes: FRED R. David, “Conceptos de administración estratégica”; Philip KOTLER “Dirección de marketing”, Rafael MENDEZ, “Formulación y evaluación de proyectos”; Rodrigo VARELA, “Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresa”, representativos en las distintas perspectivas, metodologías y teorías de creación de empresa.

Fred R. David en su libro “Conceptos de administración estratégica”, nos ofrece un enfoque sistemático efectivo para desarrollar en teoría y práctica de la administración estratégica y poner a disposición de los administradores actuales y

futuros las habilidades y los conceptos necesarios para formular con eficacia e implementar eficientemente un plan estratégico que pueda llevar a una ventaja competitiva sustentable para cualquier tipo de negocio.

El autor maneja un modelo del proceso de administración estratégica para la realización de un plan estratégico adecuado y es la siguiente:

Modelo completo del proceso de la administración estratégica



En cuanto a Philip KOTLER en su libro “Dirección de marketing”, con el cual apoya en el área de mercadeo, donde en su libro se resalta dos aspectos que son especialmente relevantes: la ampliación del concepto de marketing a otro tipo de organizaciones (además de las empresas) y la divulgación y promoción del papel del marketing. Este autor nos lleva a incidir en tomar decisiones, tácticas y estratégicas en el ámbito de la empresa, además se presta especial atención a la importancia de la calidad, servicio y valor para fomentar la satisfacción del cliente.

El libro consta de ocho partes las cuales son las siguientes:

1. parte: La dirección del marketing.
2. parte: Identificación de las oportunidades de mercado.
3. parte: Relación con clientes o consumidores.
4. parte: Creación de marcas fuertes.
5. parte: La definición de las ofertas de mercados.
6. parte: La entrega de valor.
7. parte: La comunicación del valor.
8. parte: La generación de crecimiento rentable a largo plazo.

De acuerdo con Méndez en su libro “Formulación y evaluación de proyectos”, Este texto pretende brindar los elementos básicos necesarios para el planteamiento de proyectos de desarrollo e inversión, su respectiva evaluación, como herramienta fundamental para el control y auditoria de los programas de gestión al interior de las empresas. Por consiguiente, en cualquiera de sus componentes se tomara información veraz como: oferta, demanda, análisis de precios, localización apropiada para el estudio (micro y macro), ficha técnica, manual de funciones, estudio de tiempos y movimientos, estructura organizacional, manual de perfiles y competencias, dinamismo y sociedades legalmente constituidas, análisis de la estructura financiera, modelos de ventas, costos, gastos, márgenes de utilidad, contribución a un impacto social, económico y ambiental que garantice el

desarrollo, bienestar de la sociedad y tomar la mejor decisión para sustentar dicho estudio de factibilidad.

Por lo tanto, desarrollar un estudio de factibilidad determina una serie de variables y componentes que se asemejan a condiciones y/o requisitos existentes que se deben justificar como viables, lo que debe sustentar un buen trabajo, en donde el estudio de estos componentes desarrolla elementos de juicio, para la toma de una buena decisión de inversión. Así mismo, un estudio de factibilidad comprende los siguientes aspectos:

Estudio mercado y comercialización.

Aspectos técnicos del proyecto.

Ingeniería del proyecto.

Aspectos legales y administrativos.

Estudio económico y financiero.

Aspectos y/o estudio ambiental.

Para la realización de estos componentes básicos el autor comenta.

“una de las dificultades más comunes para un empresario o un emprendedor, cuando se inicia el proceso de elaboración de un estudio de factibilidad, es conocer cuáles son sus componentes y cuáles son sus interrelaciones. Ubicar el proyecto en su entorno y en el sector específico al que pertenece es el punto de partida para determinar sus posibilidades en el mercado. Aprender a relacionar el análisis financiero, facilitar la comprensión integral del mismo”.⁷

⁷ Méndez, Rafael. Formulación y Evaluación de Proyectos. Enfoque para emprendedores. Quinta edición. pág. 30.

Estudio mercado y comercialización: un estudio de factibilidad debe determinar y analizar la oferta y la demanda de un producto donde dichos términos constituyen el eje central del estudio, con el fin de satisfacer las necesidades del cliente. También, se determinan variables como el análisis de precios, la demanda potencial y actual, características del sector, análisis del entorno, análisis interno, consumidores, competidores, canales de distribución, fuerza de ventas, comercialización y publicidad, e influencia y dinamismo con los proveedores.

Aspectos técnicos del proyecto: el componente técnico de un estudio de factibilidad requiere básicamente tres elementos: tamaño, la localización y la ingeniería del proyecto o su proceso tecnológico, a continuación se explica brevemente:

- **Tamaño:** tiene que ver con la magnitud del estudio y se expresan en diferentes maneras como función de producción en un periodo determinado, valor de inversión según cantidad de empleos y su cobertura geográfica del mercado, atenuando de esta forma en la determinación del tamaño y los siguientes factores mercado, tecnología, localización y financiamiento.
- **Localización:** hace referencia al lugar donde se ubicara el proyecto. Dirigido a varias alternativas que pueden ser viables para definir la localización del mismo como punto de referencia se parte desde y hacia el mercado de bienes y servicios, fuentes de materias primas e insumos, sitio intermedio entre los antes expuestos, disponibilidad de terrenos facilidad para construir, incentivos fiscales, facilidad de servicios, altos niveles de impacto ambiental, entre otros.

Ingeniería del proyecto. Se relaciona con las acciones técnicas del estudio, por consiguiente, es muy importante en este componente del estudio de factibilidad, contar con la asesoría de personas experimentadas siendo fundamental para el mismo, por lo anterior se establecen técnicas y preguntas básicas como: ¿Qué

proceso utilizar? ¿Qué tecnología se requiere? Y ¿Cómo se desarrolla la calidad del producto y su rendimiento técnico? Mostrando así la evaluación técnica del producto o servicio.

Aspectos legales y administrativos: este componente se refiere a dos elementos importantes para un estudio, donde el primero se relaciona a la constitución desde la perspectiva jurídica, teniendo en cuenta ventajas y desventajas según el tipo de empresa. El segundo aspecto se relaciona a la estructura organizacional que se adoptara en el proceso operativo del estudio donde se incluye organigrama, niveles de decisión, relaciones y funciones entre los cargos.

Estudio económico y financiero: dicho análisis se realizara con el fin de cuantificar en términos económicos la necesidad del estudio de factibilidad; analizando variables básicas como: inversiones fijas y diferidas, capital de trabajo y financiación. Igualmente, de los estudios anteriores como el estudio de mercado y técnico, determinar ingresos, costos y gastos que comprende el periodo operativo del estudio, donde la evaluación sería el último elemento de este componente que determinaría a los interesados del estudio la viabilidad del mismo, clasificándose en financiera o privada, económica, social y ambiental.

Aspectos y/o estudio ambiental: por lo habitual un estudio genera modificaciones en el medio ambiente donde van a trabajar y dichas implicaciones pueden generar impacto positivo o negativo, mostrando un gran análisis sobre su entorno entre la relación estudio y su medio ambiente.

El estudio del impacto ambiental busca la mejora continua de todos los procesos que generen de un modo u otro un impacto sobre toda la cadena de producción, involucrando a los proveedores hasta el distribuidor final el cual a su vez es el que tiene el contacto con el cliente. Ya que trata de efectuar los procesos con la mayor

calidad posible tratando de minimizar los costos producidos por daños al medio ambiente y mejorar el nivel de vida de la sociedad.

Por lo tanto Rodrigo Varela en su libro “Innovación empresarial arte y ciencia en la creación de empresas”, nos enseña los primeros pasos para que las personas que deseen ser empresarios sean capaz de ser competitivos en cualquier escenario posible, también sirve de guía y de consulta a las personas que quieran adoptar la cultura y espíritu emprendedor como fundamento del proceso de creación de empresas.

Este proceso es llamado plan de negocios, que para el común de las personas que no tienen experiencia en la creación de empresa es solo un documento escrito que estudia en detalle todas las facetas de la oportunidad de ejecución de la idea en consideración y busca ante todo reducir el riesgo del plan de negocio.

El plan de negocio busca dar respuestas adecuadas, en un momento específico, a las cinco grandes preguntas que todo empresario, todo inversionista, todo financistas, todo proveedor, todo comprador, etc. desea resolver

- *¿Qué es y en qué consiste el negocio?*
- *¿Quién dirigirá el negocio?*
- *¿Cuáles son las causas y razones de éxito?*
- *¿Cuáles son los mecanismos y las estrategias que se van a utilizar para lograr las metas previstas?*
- *¿Qué recursos se requieren para llevar a cabo el negocio y qué estrategias se va a usar para conseguirlos?*

“En este sentido, el plan de empresa es un proceso que busca darle identidad y vida propia a la entidad. Es un procedimiento para enunciar en forma clara y precisa los propósitos, las ideas, los conceptos, las formas operativas, los

*resultados, y en resumen, la visión del empresario sobre el proyecto. Es un mecanismo para proyectar la empresa en el futuro, prever dificultades e identificar posibles soluciones ante las coyunturas que pudieran presentarse”.*⁸

Para la construcción del Plan de Negocios, el autor menciona unas etapas básicas en el proceso de análisis y son las siguientes:

Análisis del mercado.

Análisis técnico.

Análisis administrativo.

Análisis legal y social.

Análisis económico.

Análisis de valores personales.

Análisis financiero.

Análisis de riesgos e intangibles.

Evaluación integral del proyecto.

Para la realización de estas etapas básicas el autor comenta.

*“El plan de negocio requiere una elaboración muy cuidadosa para lograr un conocimiento profundo de cada una de las facetas del negocio, para conocer el entorno en el cual el negocio opera, y para poder examinar, sin grandes costos, las consecuencias de diferentes estrategias y tácticas que pudiesen utilizarse en el desarrollo del mismo.”*⁹

- **Análisis del mercado.** Es el punto de partida para el desarrollo del proyecto, nos ayuda a identificar la existencia del cliente para los productos, los planes

⁸Varela, Rodrigo. Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas, segunda Edición, pág. 160.

⁹ Ibíd. pág. 163.

estratégicos y las tácticas de mercados, ubicando el tamaño del mercado global, los precios, la promoción, venta y distribución que nos ayudara para poder realizar un análisis de mercado muy bien estructurado.

- **Análisis técnico.** Este análisis determina si es posible obtener una oferta y demanda suficiente con la cantidad, calidad y costo adecuado para el cliente. Teniendo en cuenta la maquinaria y el equipo a utilizar, distribución de planta, sistema de control entre otras para facilitar el proceso.
- **Análisis administrativo.** El objetivo central de este análisis es definir las características necesarias para el grupo empresarial y para el personal de la empresa.
- **Análisis legal y social.** Define la posibilidad legal y social para que el negocio se establezca y opere, teniendo en cuenta los aspectos legales, el análisis ambiental, y social de la empresa.

El autor recomienda en este análisis lo siguiente.

- **Análisis económico.** El objetivo es identificar las características económicas del proyecto, y por ello es necesario analizar los activos fijos de la empresa, el capital, presupuesto entre otros.
- **Análisis de valores personales.** Determina la adecuación de la posición personal del empresario dentro de la empresa con respecto a lo moral, ético, gusto personal y que se relacione con las condiciones operativas del cargo.
- **Análisis financiero.** Identificar los recursos financieros de la empresa, analizando la liquidez, la elaboración de proyecciones financieros logrando así el funcionamiento de la organización.

- **Análisis de riesgos e intangibles.** Este analiza los efectos y cambios potenciales, en las variables básicas del proyecto con el propósito de identificar las dificultades que pueden crear en el futuro del negocio. Teniendo en cuenta los riesgos del mercado, técnicos, financieros y económicos de la empresa.
- **Evaluación integral del proyecto.** Determinar los principales indicadores de factibilidad del proyecto, identificando variables y críticas de la factibilidad, definiendo la visión específica de este.

Teniendo en cuenta la información de estas cuatro corrientes, se toma como plan de inicio las dos últimas metodologías “Rafael Méndez y Rodrigo Varela” las cuales generan un complemento para este proyecto, logrando así un equilibrio para el desarrollo del mismo.

Rafael Méndez enfatiza la existencia perdurable de la competencia y la oportunidad emprendedora para la creación de empresa por proyecto, mientras que Varela se concentra en la naturaleza en el pensamiento enfocado en brindarle a toda persona que desee actuar desde la cultura del espíritu empresarial como el fundamento del proceso en creación de empresas por medio de un plan de negocio.

4.3 MARCO LEGAL

La LEY No. 1014 de 26 enero del 2006 "de fomento a la cultura del emprendimiento" el congreso de Colombia, decreta: capítulo 2 Objeto de la ley. Tiene por objeto:

- a.** Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente Ley.
- b.** Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas.
- c.** Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas.
- d.** Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo.
- e.** Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento.

- f. Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de nuevas empresas.
- g. Propender por el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo.
- h. Promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes, articuladas con las cadenas y clusters productivos reales relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo.
- i. Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial.
- j. Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.

Artículo 3. Principios Generales: Los principios por los cuales se regirá toda actividad de emprendimiento son los siguientes:

- a. Formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad y desarrollo del gusto por la innovación y estímulo a la investigación y aprendizaje permanente.

- b. Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo en torno a proyectos productivos con responsabilidad social.
- c. Reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad.
- d. Apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde la perspectiva social, cultural, ambiental y regional.

Artículo 4. Obligaciones del Estado: Son obligaciones del Estado para garantizar la eficacia y desarrollo de esta ley, las siguientes:

1. Promover en todas las entidades educativas formales y no formales, el vínculo entre el sistema educativo y el sistema productivo para estimular la eficiencia y la calidad de los servicios de capacitación.
2. Buscar la asignación de recursos públicos para el apoyo a redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
3. Buscar la asignación de recursos públicos periódicos para el apoyo y sostenibilidad de las redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
4. Buscar acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de créditos.
5. Establecer acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento

de crédito, con el aval, respaldo y compromiso de seguimiento de cualquiera de los miembros que conforman la Red Nacional para el Emprendimiento.

6. Generar condiciones para que en las regiones surjan fondos de inversionistas ángeles, fondos de capital semilla y fondos de capital de riesgo para el apoyo a las nuevas empresas.

LEY 590. Julio 10 de 2000. “POR LA CUAL SE DICTAN DISPOSICIONES PARA PROMOVER EL DESARROLLO DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS”

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1º. OBJETO DE LA LEY. La presente Ley tiene por objeto:

- a) Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos.
- b) Estimular la formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas,- MIPYMES-.
- c) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas.

- d)** Promover una más favorable dotación de factores para las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital, y equipos, como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales.
- e)** Promover la permanente formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas favorables al desarrollo y a la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- f)** Señalar criterios que orienten la acción del Estado y fortalezcan la coordinación entre sus organismos; así como entre estos y el sector privado, en la promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- g)** Coadyuvar en el desarrollo de las organizaciones empresariales, en la generación de esquemas de asociatividad empresarial y en alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas.
- h)** Apoyar a los micro, pequeños y medianos productores asentados en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de MIPYMES rurales.
- i)** Asegurar la eficacia del derecho a la libre y leal competencia para las MIPYMES.
- j)** Crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas.

CAPÍTULO VI

CREACION DE EMPRESAS

ARTICULO 41. DESTINACION DE LOS RECURSOS DEL ARTÍCULO 51 DE LA LEY 550 DE 1999. Serán beneficiarios de los recursos destinados a la capitalización del Fondo Nacional de Garantías, prevista en el artículo 51 de la Ley 550 de 1999, todas las micro, pequeñas y medianas empresas, sin que para ello sea necesario que se acojan a lo establecido en dicha Ley.

La Ley 905 del 2 de agosto de 2004. Que modifica la Ley 590 del 2000, se crea con el fin de estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, y Comfenalco.

Se creó el Sistema Nacional de Apoyo a las Mipymes que está integrado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Ministerio de Protección Social, Ministerio de Agricultura, Departamento Nacional de Planeación, Sena, Colciencias, Bancoldex, Fondo Nacional de Garantías y Finagro, el cual coordina las actividades y programas que desarrollen las Mipymes.

Este Sistema es coordinado por el Viceministro de Desarrollo Empresarial del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, con el objetivo de asegurar la adopción y ejecución de las políticas públicas de fomento a las micro, pequeñas y medianas empresas con el propósito de generar empleo y crecimiento económico sostenido.

El Sistema Nacional de Apoyo y Promoción de las Mipymes lo conforman:

Actores Públicos Financieros, Actores Privados Financieros, Actores Públicos No Financieros, Actores Privados No Financieros.

Los instrumentos y programas de apoyo.

Las normas y procedimientos.

Los recursos de apoyo: Entidades Privadas Financieras, Bancos Comprometidos (Bancolombia, Megabanco, Caja Social, Popular, Bogotá), ONG's Financieras en todo el país. (Banco de la Mujer, Actuar, Fundaciones) Cooperativas, Cajas de Compensación, Entidades Privadas no Financieras, Gremios:

Acopi, Comfenalco, Gremios Sectoriales, 180 ONGs de apoyo a la microempresa.

Fundación Carvajal, Compartir, Microempresas de Antioquia, Centros de Investigación y ONGs de apoyo a la PYME , Cámaras de Comercio, Centros de Desarrollo Empresarial, Universidades, Entidades del Sector Solidario, Entidades Públicas Financieras, IFI, BANCOLDEX, FINAGRO, Entidades financieras, fiduciarias y de leasing (Fiduifi, Fiducoldex, Finamerica elfileasing), Garantías:

FNG, FAG, Entidades Públicas No Financieras, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Red de Centros de Desarrollo Tecnológico. SENA, Proexport, Colciencias.

***LEY 1328 DE 2009 POR EL CUAL SE DICTAN NORMAS EN MATERIA
FINANCIERA, DE SEGUROS, DEL MERCADO DE VALORES Y OTRAS
DISPOSICIONES.***

Artículo 3. Principios: Se establecen como principios orientadores que rigen las relaciones entre los consumidores financieros y las entidades vigiladas, los siguientes:

f. Educación para el consumidor financiero. Las entidades vigiladas, las asociaciones gremiales, las asociaciones de consumidores, las instituciones públicas que realizan la intervención y supervisión en el sector financiero, así como los organismos de autorregulación, procurarán una adecuada educación de los consumidores financieros respecto de los productos y servicios financieros que ofrecen las entidades vigiladas, de la naturaleza de los mercados en los que actúan, de las instituciones autorizadas para prestarlos, así como de los diferentes mecanismos establecidos para la defensa de sus derechos.

Ley 1064. Julio 26 de 2006. “POR LA CUAL SE DICTAN NORMAS PARA EL APOYO Y FORTALECIMIENTO DE LA EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO Y EL DESARROLLO HUMANO ESTABLECIDA COMO EDUCACIÓN NO FORMAL EN LA LEY GENERAL DE EDUCACIÓN”

EL CONGRESO DE COLOMBIA

DECRETA: Artículo 1°. Reemplácese la denominación de Educación no formal contenida en la Ley General de Educación y en el Decreto Reglamentario 114 de 1996 por Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano.

Artículo 2°. El Estado reconoce la Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano como factor esencial del proceso educativo de la persona y componente dinamizador en la formación de técnicos laborales y expertos en las artes y oficios. En consecuencia las instituciones y programas debidamente acreditados, recibirán apoyo y estímulo del Estado, para lo cual gozarán de la protección que esta ley les otorga.

Parágrafo. Para todos los efectos, la Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano hace parte integral del servicio público educativo y no podrá ser discriminada.

Artículo 3°. El proceso de certificación de calidades de las Instituciones y programas de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano queda comprendido en lo establecido actualmente dentro del Sistema Nacional de Formación para el Trabajo.

El Gobierno Nacional reglamentará los requisitos y procedimientos que deberán cumplir las Instituciones y programas de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano con el fin de obtener la Acreditación.

Parágrafo. A los programas de educación no formal que al momento de entrar en vigencia la presente ley se hallen reconocidos por las autoridades de educación departamentales, se les aplicarán los beneficios que ella establece, mientras el Gobierno expide la reglamentación sobre acreditación de programas de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano de que trata este artículo.

Artículo 4°. Los empleados y trabajadores del sector público o privado podrán solicitar el retiro parcial de sus cesantías de las entidades administradoras de fondos de cesantías para el pago de matrículas en instituciones y programas técnicos conducentes a certificados de aptitud ocupacional, debidamente acreditados, que impartan educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano del empleado, trabajador, su cónyuge, compañera o compañero permanente o sus descendientes, conforme a los procedimientos establecidos en la ley.

Artículo 5°. Los certificados de aptitud ocupacional, expedidos por las instituciones acreditadas como de “Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano”, serán reconocidos como requisitos idóneos de formación para acceder a un empleo público en el nivel técnico que se señala en el Decreto 785 del 3 de marzo de 2005 y las disposiciones que lo modifiquen o adicionen.

Artículo 6°. Incorpórese al texto del artículo 387 literal c) del Estatuto Tributario el siguiente texto “los programas técnicos y de educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano debidamente acreditadas”.

Artículo 7°. Los programas conducentes a certificado de Aptitud Ocupacional impartidos por las instituciones de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano debidamente certificadas, podrán ser objeto de reconocimiento para la formación de ciclos propedéuticos por las Instituciones de Educación Superior y tendrán igual tratamiento que los programas técnicos y tecnológicos.

Artículo 8°. El Instituto Colombiano para la Educación Técnica en el Exterior (Icetex) y demás instituciones del Estado que ofrezcan créditos educativos; y las instituciones del Estado que ofrezcan incentivos para proyectos productivos o creación de empresas, darán igual tratamiento en la asignación de recursos y beneficios a los Estudiantes de las instituciones de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano debidamente acreditadas.

Artículo 9°. La presente ley rige a partir de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

5. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 TIPO DE ESTUDIO

El tipo de investigación que se efectuara en el presente estudio es descriptiva, ya que el propósito primordial es seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio, el cual permitirá identificar las organizaciones que brindan apoyo de asesoría y consultoría técnico profesional, económico-financiero en cuanto a ideas emprendedoras se refiere, con base en esto se analizara de forma detallada los elementos y componentes de dicho estudio de factibilidad.

5.2 METODO DE INVESTIGACION

En este estudio de factibilidad se empleara el método deductivo, ya que manifiesta encontrar información desconocida a partir de lo conocido, de esta forma se empleara apropiación de información mixta para el desarrollo del mismo. Debido a que se propondrán sugerencias en diferentes escenarios como consecuencia de sus deducciones del conjunto de datos empíricos o de principios estadísticos e información secundaria. Es la vía primera de inferencias deductivas para arribar a conclusiones particulares a partir del análisis y que después se puedan comprobar en una descripción del estudio de factibilidad.

5.3 FUENTES Y TECNICAS DE RECOLECCION DE LA INFORMACIÓN

Fuentes primarias. En las fuentes primarias se utilizara la técnica de la encuesta, la cual permitirá aplicar formularios que recolectaran información aplicada a los métodos de observación, análisis de fuentes documentales y de más sistemas de conocimiento. También se aplicara la entrevista a los representantes de las organizaciones encargadas de brindar apoyo a los involucrados en el proyecto.

Fuentes secundarias. Se desarrollara mediante la búsqueda de datos históricos, anuarios estadísticos, diagnósticos, revistas o artículos especializados, trabajos de grados, documentales, competidores, entre otros. Que permitan cumplir con el objetivo general del estudio.

5.4 POBLACION Y MUESTRA

Para la investigación que se llevara a cabo, y teniendo en cuenta que el proyecto se ubicará en la ciudad de Tuluá Valle del Cauca, se tomará la población total de Tuluá y sus municipios aledaños (Andalucía, Bugalagrande, Zarzal, Riofrío, Trujillo y Bolívar). Se realizara un censo para encontrar el tamaño de la población y obtener resultados concretos y precisos.

$$n = \frac{Z_2 \cdot P(1-P)}{E_2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z= Confiabilidad

P= Proporción poblacional

E= Error estándar

ESTIMACION DE TAMAÑO DE MUESTRA	
Proporción poblacional	7
Error estándar	0,1%
Confiabilidad	99.9%

6. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

6.1 ANÁLISIS DE LOS ENTORNOS

Hoy por hoy donde el sector micro empresarial se ha incrementado de una forma exponencial, tanto formal como informalmente, generando crecimiento y desarrollo económico, orientada hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades, en desarrollo de una visión global y de una gestión de un riesgo calculado, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, las empresas y la sociedad.

Donde en la búsqueda de beneficios económicos generan una tendencia y comportamiento de las personas de la Ciudad de Tuluá en la creación de nuevas fuentes de ingresos, poniendo a flote en algunos casos la creatividad e innovación según la necesidad, lo cual permite observar generalmente que la falta de perseverancia convierte esto en un estado solo de momento y temporal.

Es allí donde interviene este proyecto, que pretende crear nuevas e innovadoras soluciones para satisfacer necesidades que probablemente no están cubiertas, identificando tendencias, tales como la desorganización dentro de las empresas, lo cual generan el cierre parcial o total de las mismas, debido a estos resultados se pretende generar consultoría, acompañamiento y asesoría en procesos organizacionales como una de las etapas del proyecto.

6.1.1 Entorno Económico. En Colombia, el factor económico tiene una gran relevancia al momento de tomar decisiones para la creación de empresa, ya que por ser una economía emergente y en proceso de desarrollo presenta altibajos constantes en éste.

Aun así la industria Vallecaucana contribuye en un 13,81% (PIB) del valor agregado nacional, superado únicamente por Bogotá con un 25,39% y Antioquia con un 18,20%, según datos suministrados por el DANE.

Donde la prosperidad empresarial del departamento del Valle se refleja en que 123 de las empresas que allí se ubican están dentro de las 1.000 más grandes de Colombia, y participan con 10,2% de los activos totales del sector real¹⁰.

Teniendo en cuenta la información Nacional y Regional anteriormente mencionada se hablara de la dinámica micro empresarial del municipio de Tuluá y sus alrededores en el cual se pretende desarrollar este proyecto.

Según información suministrada por la Cámara de Comercio de Tuluá, a través de su Observatorio Socioeconómico donde publica la segunda edición del COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL a marzo de 2010 y con el propósito de ampliar la información y el conocimiento de los empresarios comprendidos por los municipios de Tuluá, Andalucía, Bugalagrande, Zarzal, Riofrío, Trujillo y Bolívar.

En esta jurisdicción anualmente se crean en promedio 1.707 empresas predominando en la estructura empresarial las microempresas que son el 97,2%; además como ocurre en las grandes ciudades del mundo, en el Centro del Valle del Cauca funcionan un número indeterminado de empresas en condiciones de informalidad e ilegalidad, que representan perdidas para todos, pues se reducen los impuestos y el mercado de los empresarios cumplidos.

No obstante, también se cancelan en promedio cada año 876 empresas, es decir, el 51,3% de las creadas, en su mayoría microempresas con menos de tres años

¹⁰ Portafolio.com, Julián Domínguez, Presidente Cámara de Comercio de Cali.

de funcionamiento y generalmente creadas como empresas de personas naturales, con un pequeño capital.

A continuación enseñaremos información general del sector formal correspondiente de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tuluá:

Tabla 1. CANTIDAD DE EMPRESAS POR TAMAÑO Y GENERACION DE EMPLEOS

TAMAÑO	CANTIDAD		EMPLEOS		ACTIVOS (en millones)		Promedio de Empleos	Promedio de Activos
GRANDE	22	0,18%	6.870	16,37%	3.019.218	81,73%	277,6	137.237,2
MEDIANA	57	0,46%	4.038	9,62%	382.609	10,36%	25,5	6.712,4
PEQUEÑA	267	2,17%	3.043	7,25%	212.640	5,76%	11,4	796,4
MICRO	11.948	97,19%	28.012	66,75%	79.869	2,16%	1,9	6,7
	12.294		41.963		3.694.335			

Fuente: Cámara de Comercio de Tuluá, Observatorio Socioeconómico. Segunda edición del COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL a marzo de 2010. pág. 5.

Aquí se percibe que las Micro son el 97,19% en cantidad de empresas y reportan el 2,16% de los activos y genera el 66,75% de los empleos de la región.

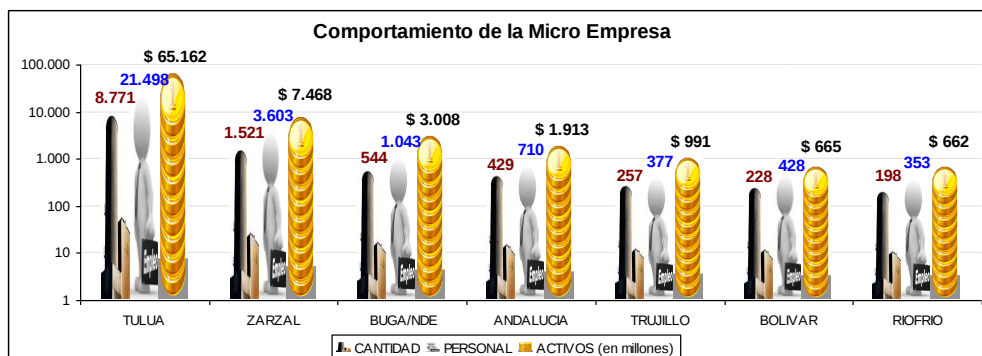
El comportamiento de las empresas micro en el empleo en la región es la siguiente.

Tabla 2. COMPORTAMIENTO DE LA MICRO EMPRESA

	CANTIDAD	% Empresas	PERSONAL	% Empleos	ACTIVOS (en millones de pesos)	% Activos
TULUA	8.771	73,41%	21.498	76,75%	65.162	81,59%
ZARZAL	1.521	12,73%	3.603	12,86%	7.468	9,35%
BUGA/NDE	544	4,55%	1.043	3,72%	3.008	3,77%
ANDALUCIA	429	3,59%	710	2,53%	1.913	2,40%
TRUJILLO	257	2,15%	377	1,35%	991	1,24%
BOLIVAR	228	1,91%	428	1,53%	665	0,83%
RIOFRIO	198	1,66%	353	1,26%	662	0,83%
	11.948		28.012		79.869	

Fuente: Cámara de Comercio de Tuluá, Observatorio Socioeconómico. Segunda edición del COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL a marzo de 2010. pág. 10.

Grafica 1. COMPORTAMIENTO DE LA MICRO EMPRESA



Fuente: Cámara de Comercio de Tuluá, Observatorio Socioeconómico. Segunda edición del COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL a marzo de 2010. pág. 10.

Tuluá líder de la Micro Empresa con más del 73,4%, en cantidad 76,7% de los Empleos y el 81,6% de los activos totales reportados por la Micro Empresa de la región.

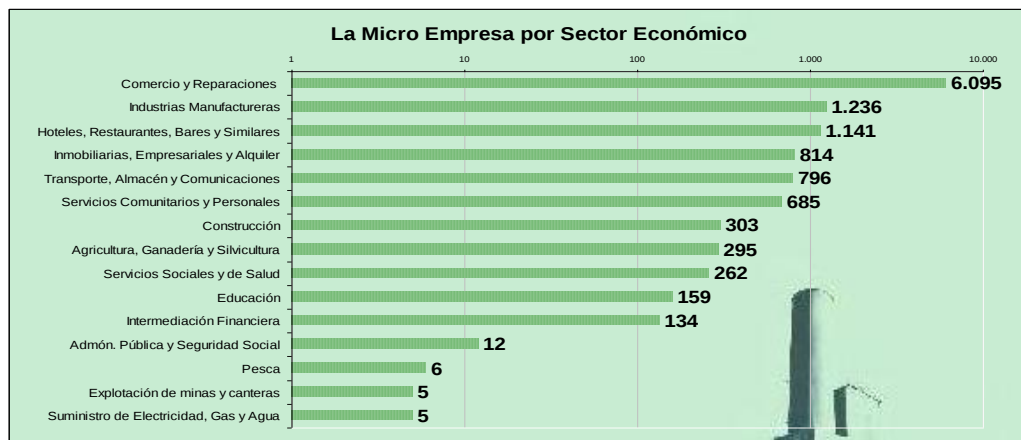
Las regiones miden su fortaleza económica a través del crecimiento de su tejido empresarial y el desarrollo de su capacidad productiva, en donde en la micro empresa se observa lo siguiente.

Tabla 3. MICRO EMPRESAS POR SECTOR ECONOMICO

SECTOR	Cantidad	Participación
Comercio y Reparaciones	6.095	51,01%
Industrias Manufactureras	1.236	10,34%
Hoteles, Restaurantes, Bares y Similares	1.141	9,55%
Inmobiliarias, Empresariales y Alquiler	814	6,81%
Transporte, Almacén y Comunicaciones	796	6,66%
Servicios Comunitarios y Personales	685	5,73%
Construcción	303	2,54%
Agricultura, Ganadería y Silvicultura	295	2,47%
Servicios Sociales y de Salud	262	2,19%
Educación	159	1,33%
Intermediación Financiera	134	1,12%
Admón. Pública y Seguridad Social	12	0,10%
Pesca	6	0,05%
Explotación de minas y canteras	5	0,04%
Suministro de Electricidad, Gas y Agua	5	0,04%
Total MICRO Empresas	11.948	

Fuente: Cámara de Comercio de Tuluá, Observatorio Socioeconómico. Segunda edición del COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL a marzo de 2010. pág. 18.

Grafica 2. MICRO EMPRESA POR SECTOR ECONOMICO

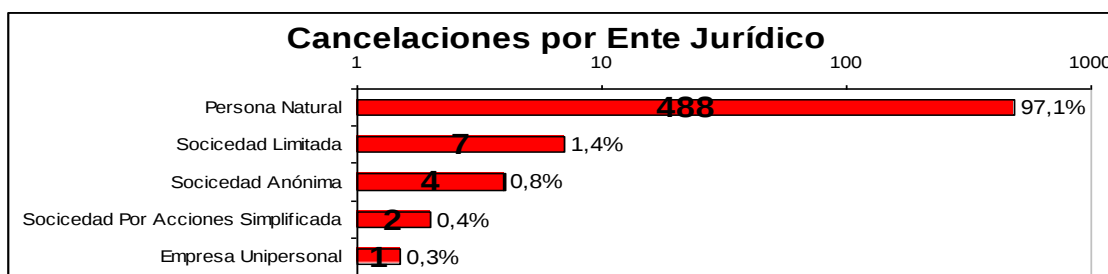


Fuente: Cámara de Comercio de Tuluá, Observatorio Socioeconómico. Segunda edición del COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL a marzo de 2010. pág. 18.

De las 11.948 Micro Empresas, 6.095 son de Comercio y Reparaciones, es decir, el 51,01%, lo que ratifica la gran vocación comercial de nuestra región Centro Valle Cauca; en segundo lugar la Industria Manufacturera con el 10,34% de las Micro Empresas; en tercer lugar el sector de Hoteles, Restaurantes, Bares y Similares con el 9,55% de las micro empresas; en cuarto lugar el sector de Inmobiliarias y Alquiler con el 6,81% de empresas de la Jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tuluá.

En la región la cancelación de las micro-empresas, es probable que se genere por desconocimiento de técnicas y/o procesos organizacionales adecuados para su sostenibilidad en un mercado tan dinámico como el que enfrentamos hoy en día.

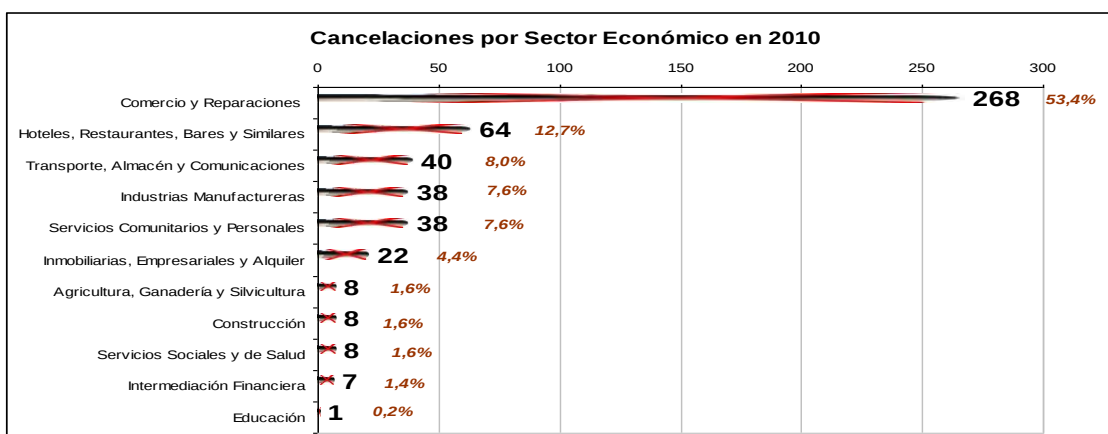
Grafica 3. CANCELACIONES POR ENTE JURIDICO



Fuente: Cámara de Comercio de Tuluá, Observatorio Socioeconómico. Segunda edición del COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL a marzo de 2010. pág. 34.

488 de las 502 Micro Empresas Canceladas, que representan el 97,1%, de las empresas que no tienen éxito en su intento de ser competitivos en el mercado regional son de Persona Natural, con un pequeño capital. Esto indica que las Sociedades y Empresas Unipersonales son más exitosas.

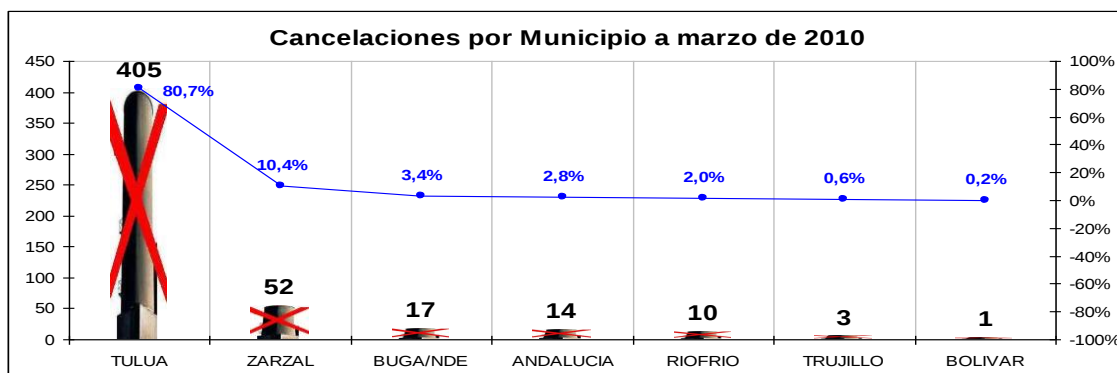
Grafica 4. CANCELACIONES POR SECTOR ECONOMICO EN 2010



Fuente: Cámara de Comercio de Tuluá, Observatorio Socioeconómico. Segunda edición del COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL a marzo de 2010. pág. 34.

El 53,4% de las Micro Empresas Canceladas son Comerciales y de Reparaciones, el 12,7% son del sector de Hoteles, Restaurantes, Bares y Similares, en un 8% son del sector de Transporte y Comunicaciones.

Grafica 5. CANCELACIONES POR MUNICIPIO A MARZO DE 2010



Fuente: Cámara de Comercio de Tuluá, Observatorio Socioeconómico. Segunda edición del COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL a marzo de 2010. pág. 34.

El 80,7% de las Empresas Canceladas en el primer trimestre del 2010 son del municipio de Tuluá, el 10,4% son de Zarzal y en tercer lugar Bugalagrande con el 3,4% de las Empresas Canceladas de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tuluá.

Como conclusión la información suministrada anteriormente indica el estado del sector micro-empresarial en nuestro entorno donde el 50% de las actividades económicas creadas no se sostienen, probablemente por el desconocimiento en los procesos organizacionales que les permita sostenerse en el tiempo, es por eso que pretende crearse una unidad de apoyo a las entidades que actualmente ofrecen ya soporte empresarial y así brindar un poco mas de cobertura en la zona de influencia.

6.1.2 Entorno Político. Teniendo en cuenta que la ciudad de Tuluá es el centro del Valle en proceso de desarrollo con referencia a diversas actividades micro empresariales, por esa razón es apetecida en cuanto a inversionistas visionarios para el desarrollo de sus planes de negocios, generando beneficio a las localidades aledañas de la jurisdicción; por eso las decisiones en el mercado se ven beneficiadas o afectadas por el ambiente político pues este sector es el encargado en la toma de decisiones de esta índole.

La Cámara de Comercio de Tuluá, indica que la formalidad y el fortalecimiento empresarial son factores esenciales para la competitividad de la región, donde con el apoyo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo crean una etapa en sus servicios para lograr que las microempresas mejoren su desempeño.

Se trata de la Ruta Micro para la Formalidad, que se compone de 4 unidades de desarrollo empresarial para las empresas que se registren ante la Cámara de Comercio de Tuluá y la Ruta Micro para el Fortalecimiento a empresas registradas, que se compone de 6 Unidades de Desarrollo Empresarial diseñadas de acuerdo con las necesidades de los empresarios.

Por otro lado el apoyo a la mujer emprendedora es bien avalado, por parte del municipio de Tuluá evidenciando el buen trabajo que a lo largo de estos años viene realizando el estado para incentivar la creación de empresas por parte de mujeres cabeza de hogar. Sin embargo, existe la necesidad de fortalecer y mejorar los servicios sociales para que la condición de ser mujer no signifique una dificultad para la nueva actividad empresarial.

En cuanto las fuentes de financiación para la iniciación de ideas emprendedoras y/o planes de negocio constituyen una de las dimensiones más deficientes dentro del marco de condiciones para la creación de empresas a nivel local, debido a que es probable que por ser dineros de poca recuperación no es algo atractivo en

planes de las entidades correspondientes, claro está que tal vez sea por falta de organizaciones de apoyo con nuevas propuestas innovadoras en creación y fortalecimiento en procesos organizacionales.

Aun así las fuentes de financiación para desarrollo de proyectos en la ciudad de Tuluá encontramos el Sena con el programa Fondo Emprender e Infituluá los cuales brinda el apoyo de financiación y promoción, siempre y cuando se cumpla los esquemas marcados por ellos.

Por esta razón las universidades y caja de compensación entre otras de nuestro entorno se preparan en la creación de centros o unidades de apoyo organizacional donde se impartirá formación en emprendimiento y fortalecimiento empresarial.

Por otro lado la educación en emprendimiento en los niveles de primaria y secundaria es deficiente, dejando ver que en esta etapa del ciclo formativo son pocos los colegios que se dedican a estimular la creatividad, la autosuficiencia, la iniciativa personal, la adquisición de conocimientos en economía y en emprendimiento.

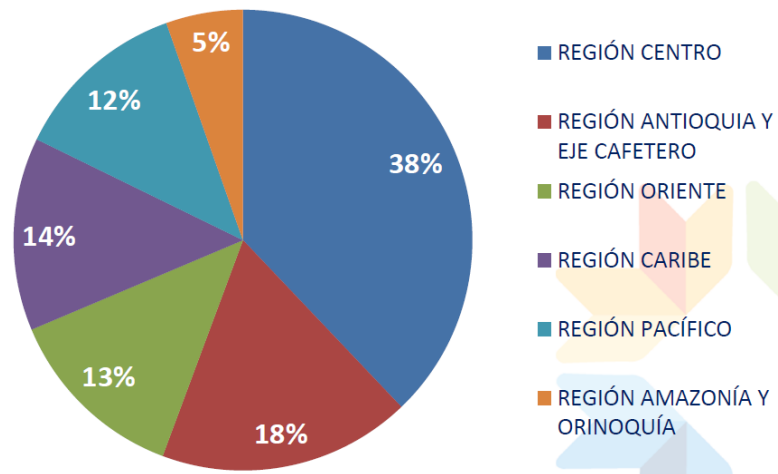
6.1.3 Entorno Demográfico. El entorno demográfico resulta de gran interés porque se refiere al sector o sectores que nos impacta positiva o negativamente nuestro producto y/o servicio.

El primer factor de entorno de interés es el crecimiento empresarial, que es quien constituye los mercados en particular; su distribución y densidad geográfica de la región; tendencia migratoria; el tiempo de funcionamiento; creación de nuevas empresas, alianzas y cancelaciones empresariales.

Según información sobre la Asamblea Nacional 48 Confecamaras Cartagena – Colombia del 22 de septiembre del 2011, comunicó el crecimiento de Nuevas

empresas constituidas nacionalmente por regiones de Enero-Agosto 2011. Es de 173.782 empresas

Grafica 6. CRECIMIENTO DE NUEVAS EMPRESAS



Fuente: Asamblea Nacional 48 Confecamaras Cartagena – Colombia del 22 de septiembre del 2011.

Observando la grafica la de mayor crecimiento de empresas tenemos la región centro que la componen los departamentos de: Bogotá, Cundinamarca, Huila y Tolima.

- Población: 12.311.659 habitantes.
- Participación en el país: 27,1%
- Crecimiento PIB promedio anual 2000-2009: 4,1%. Participación en el PIB de Colombia: 35,2%
- Exportaciones sin café 2010 (FOB): 5.264 millones de USD
- Participación en el país: 19,4%
- Crecimiento promedio anual de las exportaciones sin café 2000-2010: 11,5%.

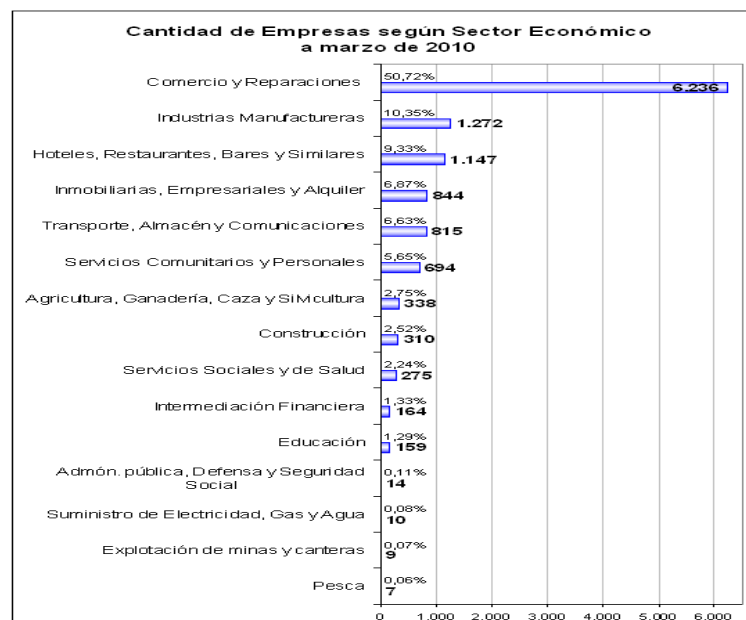
La región donde nos encontramos y la cual nos interesa como medio de estudio es la región del pacífico la cual contiene los Departamentos: Cauca, Chocó, Nariño y Valle del Cauca.

- Población: 7.817.664 habitantes.
- Participación en el país: 17,2%
- Crecimiento PIB promedio anual 2000-2009: 4,0%. Participación en el PIB de Colombia: 13,6%
- Exportaciones sin café 2010 (FOB): 2.322 millones de USD
- Participación en el país: 8,6%
- Crecimiento promedio anual de las exportaciones sin café 2000-2010: 9,4%.

Tomando únicamente el departamento del Valle del Cauca el crecimiento en cantidad de empresas de la región se redujo de un 9,42% en marzo de 2009 al 3,81% en marzo de 2010, es una cifra cómoda, teniendo en cuenta las dificultades económicas globales del país y los resultados de la Confederación de Cámaras de Comercio CONFECÁMARAS.

A pesar de los problemas económicos, desastres naturales, la corrupción política que se ha observado en cada región son cada vez más las personas que desean crear su propia fuente de ingresos, sin importar un conocimiento previo a lo que desean, solo le suman la experiencia es decir el conocimiento empírico que caracteriza a los microempresarios, sin pensar en los beneficios que brinda el estar bien organizados y formalizados, tal vez porque se cree que esto les trae pagos extras, o por lo menos es lo que se percibe en la ciudad de Tuluá donde una gran diversidad de actividades se desarrollan ya sean formales o informales, del cual el sector comercial es el de mayor movimiento, seguido por la industria manufacturera. En la parte de servicios enfocados para la sociedad y la comunidad como servicios comunitarios y personales, se encuentra en los últimos lugares, lo cual no es una actividad muy fuerte en el mercado, logrando así una oportunidad que hay que aprovechar y empezar a fortalecer.

Grafica 7. CANTIDAD DE EMPRESAS SEGÚN SECTOR ECONÓMICO



Fuente: Cámara de Comercio de Tuluá, Observatorio Socioeconómico. Segunda edición del COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL a marzo de 2010. pág. 12.

El sector Comercial por cantidad de empresas ha sido históricamente el líder de la región, a marzo de 2010 con el 50,72% de las empresas; si se analiza por cantidad de activos reportados en la Cámara de Comercio de Tuluá el sector Comercial se ubica en un cuarto lugar con el 6,75% de los activos.

**Tabla 4. DISTRIBUCION Y DENSIDAD GEOGRAFICA
EN LA REGION (TULUA)**

tulua	sector	cantidad	personal	activos	%Empresas	%Empleos	%Activos
G	Comercio y Reparaciones	4.592	13.735	\$225.696	50,68%	45,19%	12,62%
D	Industrias Manufactureras	967	2.768	\$ 214.560	10,67%	9,11%	11,99%
H	Hoteles, Restaurantes, Bares y Similares	836	1.563	\$ 5.566	9,23%	5,14%	0,31%
K	Inmobiliarias, Empresariales y Alquiler	653	4.221	\$62.519	7,21%	13,89%	3,49%
I	Transporte, Almacén y Comunicaciones	583	1.439	\$27.521	6,43%	4,73%	1,54%
O	Servicios Comunitarios y Personales	516	1.235	\$23.841	5,69%	4,06%	1,33%
N	Servicios Sociales y de Salud	205	1.225	\$ 72.076	2,26%	4,03%	4,03%
A	Agricultura, Ganadería, Caza	203	2.311	\$ 532.400	2,24%	7,60%	29,76%
F	Construcción	201	427	\$ 15.349	2,22%	1,40%	0,86%
M	Educación	141	541	\$ 1.715	1,56%	1,78%	0,10%
J	Intermediación Financiera	134	535	\$ 417.791	1,48%	1,76%	23,35%
L	Admón pública, Defensa y Seguridad Soc.	11	121	\$1.133	0,12%	0,40%	0,06%
E	Suministro Electricidad, Gas y Agua	8	209	\$ 184.600	0,09%	0,69%	10,32%
C	Explotación de minas y canteras	7	57	\$ 4.199	0,08%	0,19%	0,23%
B	Pesca	4	6	\$ 12	0,04%	0,02%	0,00%
		9.061	30.393	\$1.788.977			

Fuente: Cámara de Comercio de Tuluá, Observatorio Socioeconómico. Segunda edición del COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL a marzo de 2010. pág. 13.

En Tuluá el sector Comercial tiene el 50,7% de las empresas y genera el 45,2% de los empleos, pero el mayor número de activos lo genera el sector agrícola con el 29,76% de los activos de Tuluá.

**Tabla 5. DISTRIBUCION Y DENSIDAD GEOGRAFICA
EN AL REGION (ZARZAL)**

zarzal	sector	cantidad	personal	activos	%empresas	%empleos	%activos
G	Comercio y Reparaciones	769	1.543	\$ 13.236	49,55%	19,86%	0,79%
H	Hoteles, Restaurantes, Bares y Similares	157	411	\$ 321	10,12%	5,29%	0,02%
D	Industrias Manufactureras	146	3.992	\$ 1.245.871	9,41%	51,38%	74,46%
I	Transporte, Almacén y Comunicaciones	119	181	\$ 2.502	7,67%	2,33%	0,15%
K	Inmobiliarias, Empresariales y Alquiler	106	189	\$ 2.778	6,83%	2,43%	0,17%
O	Servicios Comunitarios y Personales	88	122	\$ 221	5,67%	1,57%	0,01%
A	Agricultura, Ganadería, Caza	59	965	\$ 389.845	3,80%	12,42%	23,30%
N	Servicios Sociales y de Salud	50	218	\$ 188	3,22%	2,81%	0,01%
F	Construcción	35	73	\$ 47	2,26%	0,94%	0,00%
J	Intermediación Financiera	12	38	\$ 15.630	0,77%	0,49%	0,93%
M	Educación	6	14	\$ 24	0,39%	0,18%	0,00%
L	Admón pública, Defensa y Seguridad Soc.	3	12	\$ 230	0,19%	0,15%	0,01%
E	Suministro Electricidad, Gas y Agua	2	12	\$ 2.295	0,13%	0,15%	0,14%
		1.552	7.770	\$ 1.673.188			

Fuente: Cámara de Comercio de Tuluá, Observatorio Socioeconómico. Segunda edición del COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL a marzo de 2010. pág. 14.

En Zarzal el sector Comercial tiene el 49,55% de las empresas y genera el 20% de los empleos, pero el mayor número de activos lo genera el sector Manufacturero con el 74,5% de los activos y genera el 51,4% de los empleos de Zarzal.

**Tabla 6. DISTRIBUCION Y DENSIDAD GEOGRAFICA
EN LA REGION (BUGALAGRANDE)**

buga/nde	sector	cantidad	personal	activos	%empresas	%empleos	%activos
G	Comercio y Reparaciones	245	375	\$ 2.090	44,14%	21,55%	1,15%
D	Industrias Manufactureras	53	745	\$ 162.607	9,55%	42,82%	89,29%
F	Construcción	52	142	\$ 405	9,37%	8,16%	0,22%
H	Hoteles, Restaurantes, Bares y Similares	49	91	\$ 151	8,83%	5,23%	0,08%
K	Inmobiliarias, Empresariales y Alquiler	46	72	\$ 620	8,29%	4,14%	0,34%
I	Transporte, Almacén y Comunicaciones	34	95	\$ 337	6,13%	5,46%	0,19%
O	Servicios Comunitarios y Personales	33	64	\$ 948	5,95%	3,68%	0,52%
A	Agricultura, Ganadería, Caza	22	100	\$ 8.700	3,96%	5,75%	4,78%
J	Intermediación Financiera	9	16	\$ 6.135	1,62%	0,92%	3,37%
N	Servicios Sociales y de Salud	6	24	\$ 73	1,08%	1,38%	0,04%
M	Educación	4	14	\$ 24	0,72%	0,80%	0,01%
B	Pesca	2	2	\$ 13	0,36%	0,11%	0,01%
		555	1.740	\$ 82.102			

Fuente: Cámara de Comercio de Tuluá, Observatorio Socioeconómico. Segunda edición del COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL a marzo de 2010. pág. 14.

En Bugalagrande el Comercio tiene el 44% de las empresas y la Manufactura el 89% de los activos.

**Tabla 7. DISTRIBUCION Y DENSIDAD GEOGRAFICA
EN LA REGION (ANDALUCIA)**

andalucia	sector	cantidad	personal	activos	%empresas	%empleos	%activos
G	Comercio y Reparaciones	247	364	\$ 6.804	56,59%	43,49%	28,85%
D	Industrias Manufactureras	51	185	\$ 15.038	11,68%	22,10%	63,76%
H	Hoteles, Restaurantes, Bares y Similares	39	59	\$ 720	8,93%	7,05%	3,05%
I	Transporte, Almacén y Comunicaciones	26	35	\$ 90	5,96%	4,18%	0,38%
O	Servicios Comunitarios y Personales	22	31	\$ 51	5,04%	3,70%	0,22%
K	Inmobiliarias, Empresariales y Alquiler	14	17	\$ 47	3,21%	2,03%	0,20%
F	Construcción	13	23	\$ 47	2,98%	2,75%	0,20%
A	Agricultura, Ganadería, Caza	11	26	\$ 355	2,52%	3,11%	1,51%
M	Educación	6	47	\$ 13	1,37%	5,62%	0,05%
J	Intermediación Financiera	4	14	\$ 30	0,92%	1,67%	0,13%
N	Servicios Sociales y de Salud	2	6	\$ 34	0,46%	0,72%	0,14%
B	Pesca	1	30	\$ 355	0,34%	3,58%	1,51%
		436	837	\$ 23.584			

Fuente: Cámara de Comercio de Tuluá, Observatorio Socioeconómico. Segunda edición del COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL a marzo de 2010. pág. 15.

En Andalucía el Comercio tiene el 56,6% de las empresas, que generan el 43,49% de los empleos y reporta el 29% de los activos; pero la Industria Manufacturera lidera en activos con el 63,76%, con solo el 11,68% de las empresas de Andalucía y el segundo lugar en empleos con el 22,1%.

**Tabla 8. DISTRIBUCION Y DENSIDAD GEOGRAFICA
EN LA REGION (TRUJILLO)**

trujillo	sector	cantidad	personal	activos	%empresas	%empleos	%activos
G	Construcción	160	209	\$ 681	61,90%	54,86%	11,17%
H	Comercio y Reparaciones	26	42	\$ 31	10,06%	11,02%	0,51%
D	Industrias Manufactureras	19	46	\$ 36	7,35%	12,07%	0,59%
I	Hoteles, Restaurantes, Bares y Similares	18	24	\$ 134	6,96%	6,30%	2,20%
K	Intermediación Financiera	11	13	\$ 60	4,26%	3,41%	0,98%
O	Servicios Comunitarios y Personales	11	26	\$ 18	4,26%	6,82%	0,30%
A	Agricultura, Ganadería, Caza	8	11	\$ 19	3,09%	2,89%	0,32%
N	Servicios Sociales y de Salud	4	6	\$ 11	1,55%	1,57%	0,18%
J	Transporte, Almacén y Comunicaciones	1	4	\$ 5.106	0,58%	1,05%	83,75%
		258	381	\$ 6.097			

Fuente: Cámara de Comercio de Tuluá, Observatorio Socioeconómico. Segunda edición del COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL a marzo de 2010. pág. 15.

En Trujillo es el sector de la Construcción el que más empresa reporta un 61,9% y genera el 54,86% de los empleos, pero el más rentable es el sector del Transporte con el 83,75% de los activos.

**Tabla 9. DISTRIBUCION Y DENSIDAD GEOGRAFICA
EN LA REGION (BOLIVAR)**

bolivar	sector	cantidad	personal	activos	%empresas	%empleos	%activos
G	Comercio y Reparaciones	120	171	\$ 304	51,95%	39,77%	4,01%
D	Industrias Manufactureras	24	66	\$ 59	10,39%	15,35%	0,78%
I	Transporte, Almacén y Comunicaciones	22	28	\$ 61	9,52%	6,51%	0,81%
H	Hoteles, Restaurantes, Bares y Similares	20	32	\$ 25	8,66%	7,44%	0,34%
A	Agricultura, Ganadería, Caza	17	94	\$ 1.594	7,36%	21,86%	20,99%
O	Servicios Comunitarios y Personales	11	14	\$ 125	4,76%	3,26%	1,64%
K	Inmobiliarias, Empresariales y Alquiler	4	4	\$ 14	1,73%	0,93%	0,18%
N	Servicios Sociales y de Salud	4	6	\$ 10	1,73%	1,40%	0,14%
J	Intermediación Financiera	3	3	\$ 5.380	1,30%	0,70%	70,86%
C	Explotación de minas y canteras	2	3	\$ 2	0,87%	0,70%	0,03%
F	Construcción	2	2	\$ 7	0,87%	0,47%	0,09%
M	Educación	2	7	\$ 11	0,87%	1,63%	0,15%
		231	430	\$ 7.593			

Fuente: Cámara de Comercio de Tuluá, Observatorio Socioeconómico. Segunda edición del COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL a marzo de 2010. pág. 16.

En Bolívar el Comercio tiene el 52% de las empresas y genera el 40% de los empleos. El sector que reporta más activos es el de Intermediación Financiera con el 70,86%, estas son 3 empresas que generan 3 empleos, seguido del sector Agrícola que reporta el 21% de los activos y son 17 empresas que generan 94 empleos.

**Tabla 10. DISTRIBUCION Y DENSIDAD GEOGRAFICA
DE LA REGION (RIO FRIO)**

rio frio	sector	cantidad	personal	activos	%empresas	%empleos	%activos
G	Comercio y Reparaciones	103	147	\$ 405	51,12%	35,68%	3,16%
H	Hoteles, Restaurantes, Bares y Similares	20	32	\$ 25	9,93%	7,77%	0,20%
A	Agricultura, Ganadería, Caza	18	92	\$ 7.654	8,93%	22,33%	59,82%
I	Transporte, Almacén y Comunicaciones	13	16	\$ 87	6,45%	3,88%	0,68%
O	Servicios Comunitarios y Personales	13	17	\$ 15	6,45%	4,13%	0,12%
D	Industrias Manufactureras	12	20	\$ 14	5,96%	4,85%	0,11%
K	Inmobiliarias, Empresariales y Alquiler	10	21	\$ 19	4,96%	5,10%	0,14%
F	Construcción	7	48	\$ 1.039	3,47%	11,65%	8,12%
N	Servicios Sociales y de Salud	4	15	\$ 13	1,99%	3,64%	0,10%
J	Intermediación Financiera	1	4	\$ 3.525	0,74%	0,97%	27,55%
		201	412	\$12.794			

Fuente: Cámara de Comercio de Tuluá, Observatorio Socioeconómico. Segunda edición del COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL a marzo de 2010. pág. 15.

En Riofrío el sector Comercio presenta el 51,12% de las empresas y genera el 35,68% de los empleos, pero es el sector Agrícola quien genera el 60% de los activos reportados en Riofrío.

Por otro lado hay una tendencia migratoria que puede ser negativa si no se toma las medidas pertinentes como el riesgo de cambio de ubicación o de partida de la zona, que es una variable que juega un papel importante para el bienestar del empresario, mas cuando existe un posicionamiento del negocio cuya decisión se toma con el corazón y no con la razón que probablemente este tipo de manejo es una de las causas de cierre de las organizaciones.

Otra variable es bajo qué razón se inicio una actividad de negocio pues la motivación puede ser por oportunidad o por necesidad, según información de la cámara de comercio de la ciudad de Tuluá el promedio de funcionamiento de los planes de negocio nacieses son de uno a tres años, donde el porcentaje más alto de cierre es del primer año.

Hoy en día se observa en nuestro entorno que después de que logre iniciar y sostenerse una unidad de negocio se piense en estrategias para mejorar el desempeño de la misma, debido a que es probable que el mercado se encuentre saturado en algunas actividades económicas, el generar alianzas en diversos sectores ya sea servicios con la venta de algún producto, la intención es ofrecer un valor agregado y diferenciarnos de los competidores, esto es un fenómeno que se encuentra en empresas reconocidas y formalizadas como también en el sector informal.

6.1.4 Entorno Jurídico. La empresa como centro de la actividad económica, dentro de la sociedad, requiere que funcione de forma eficiente, para lograr sus objetivos y metas. Pero este funcionamiento depende de los factores externos, ajenos a la empresa y que son relevantes para su funcionamiento.

Por lo que para llevar a cabo los planes y proyectos de la empresa, se deberá tener en cuenta este factor, no sólo en el presente sino también a futuro, permitiendo con esto identificar tanto amenazas como oportunidades.

Es por esto que se analizaran variables jurídicas que genera gran representatividad en el proyecto.

Donde la Constitución Política de Colombia, en el Título XII Del Régimen Económico y de la Hacienda Pública, Artículo 333, La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común.

Es decir nos brinda el permiso de crear cualquier tipo de actividad económica que este permitida y contemplada como legal en nuestro entorno.

Con relación a esto se han ido generando gran cantidad de leyes que soporten y brinden apoyo al desarrollo empresarial como:

Ley 29 de 1990 – Ley de Ciencia y Tecnología. Es el marco que regula las disposiciones para el fomento de la investigación científica, desarrollo tecnológico, y la promoción de empresas basadas en innovación y desarrollo tecnológico, la cual es la ley soporte del establecimiento de incubadoras de empresas y de parques tecnológicos en Colombia.

Es probable que debido al desarrollo que se genero después de esto se plantean nuevas leyes que soporten el crecimiento de estas nuevas organizaciones como lo es la Ley 590. Julio 10 de 2000. Ley MIPYME “Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas” Ley marco que suscribe la política estatal para la promoción de la creación de empresas. Objeto de “Inducir el establecimiento de mejores condiciones del entorno institucional para la creación y operación de micros, pequeñas y medianas empresas”, como un reconocimiento al papel fundamental de las instituciones en el desarrollo empresarial. La ley establece la inclusión de las políticas y programas de promoción de MIPYMES en el Plan Nacional de Desarrollo de cada gobierno.

Es posible que debido al resultado de la ley anterior se haya planteado La Ley 905 del 2 de agosto de 2004. Que modifica la Ley 590 del 2000, se crea con el fin de estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, y Comfenalco.

Teniendo en cuenta los desarrollos económicos generados se crea una de las leyes de mayor soporte y más representativas para este proyecto como lo es la

LEY No. 1014 de 26 enero del 2006 "de fomento a la cultura del emprendimiento" Podemos ver la importancia de esta ley del emprendimiento para todas las personas, por que brinda apoyo a la creación y fortalecimiento a ideas y/o planes de negocio, que básicamente es incentivar a cualquier persona sin importar la edad para generar empresa, la cual es la base de la economía pero con una buena preparación y apoyo.

Donde con base a esta ley se pretende generar acompañamiento consultoría y asesoría y así actualizar conocimientos y aclarar todas las dudas que surgen en el camino para el emprendimiento y la creación de empresas, haciendo que los participantes desarrollen competencias en innovación y creatividad en temas empresariales.

Por otro lado la Ley 1429 de 2010, nos habla de Formalización y Generación de Empleo, la cual es una política clara del gobierno actual, con el apoyo de las Cámaras de Comercio, para generar un ambiente que facilite la formalización y creación de pequeñas empresas a la vez que sienta las bases para la fiscalización de las que pretenden permanecer en la informalidad.

De igual forma existe una normatividad que rige a toda empresa naciente dentro del territorio Colombiano. Esto busca sensibilizar a todas las personas que teniendo una unidad de negocio no han tenido la posibilidad de legalizarse ante la Cámara de Comercio y no conocen la importancia de estar formalizados para lograr un desarrollo en su empresa, con la aclaración que el sólo cumplimiento de obligaciones legales no garantiza los mercados ni la sostenibilidad de las empresas.

6.1.5 Entorno Tecnológico. Busca identificar las tendencias de la innovación tecnológica según el marco del sector en el cual se encuentra, es decir adaptar la

herramienta de acuerdo a su necesidad, ya sea en conocimiento o un producto y/o servicio en beneficio de un proceso de la organización.

En la ciudad de Tuluá y su jurisdicción tenemos a las Alcaldías, Cámara de comercio de Tuluá, Comfenalco, El Sena, entre otros, los cuales presentan diversidad de programas para emprendedores, sectores formales e informales. En cuanto a programas de apoyo empresarial, se asume que en la medida en que se divulguen hechos y ejemplos relacionados con la creación de empresas, los individuos pueden llegar a percibir el ser empresario como viable y deseable.

Hoy por hoy la tendencia en tecnología es muy dinámica y más cuando se trata de minimizar tiempo o reemplazar un individuo pensando siempre en satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de las personas, debido a esta necesidad de ir a la vanguardia de la tecnología en nuestro entorno existe en Tuluá ParqueSoft centro tecnológico legalmente constituido que brinda apoyo en la creación de software, como centro de desarrollo en tecnología.

En cuanto el conocimiento en nuestra ciudad tenemos la universidad del valle con sus programas tecnológicos y profesionales, la unidad central del valle, el colegio industrial entre otros, que de alguna forma donan sus conocimientos en el aprovechamiento de los recursos para el crecimiento y desarrollo de nuestro entorno.

6.1.6 Entorno Ambiental. El compromiso ambiental de una empresa de acompañamiento en consultorías y asesorías de ideas emprendedoras o planes de negocio, alcanza cada vez mayor importancia, no solo desde un enfoque de orden organizacional o marketing, sino desde una perspectiva social, en la que el aspecto medioambiental es simple y llanamente una variable empresarial reconocida y valorada por el entorno donde se ubica el negocio.

En el cual el sistema de gestión de la calidad, contempla la necesidad de que las empresas naciesen o que busque fortalecimiento se comprometa con la gestión ambiental, orientando a las nuevas organizaciones y a las ya existentes en responsabilidad social con el entorno ambiental, generando de esta forma una visión integral y global de la conservación del ambiente.

El cuidado del ambiente es hoy en día un parámetro de competitividad, no todo es precio y calidad de un producto o servicio, la conservación del ambiente a nivel empresarial permitirá establecer diferencias con los competidores.

Toda empresa toma sus recursos de diferentes maneras que a la final provienen del ambiente, por lo tanto debe velar por mantener dicho entorno en las mejores condiciones posibles de sostenibilidad y renovación.

Donde las preocupaciones ambientales que afecten los hábitos de compra del consumidor como, la disminución de los riesgos vinculados a la salud de las personas, la reducción de gastos, el consumo de energía, los gastos de materia prima, y el gasto de eliminación de residuos, afectan en el proyecto.

Un aspecto básico para mejorar la percepción que la sociedad tiene cada vez más de las organizaciones que cumplan estrictamente con la legislación vigente en materia de seguridad o medio ambiente entre otras, pero a la vez toda empresa debe comprometerse con reducir al máximo sus residuos, y favorecer el reciclaje mediante la separación de los distintos tipos de basuras (papel, plástico, vidrio, latas, etc.).

El respeto y la sensibilidad del medio ambiente es una labor que involucra todos los procesos de las organizaciones e individuos que la componen, en la actualidad se habla de los sistemas de calidad y responsabilidad social y su positiva repercusión en las empresas, tanto que no solo se debe entender como

programas que ayudarán a optimizar el desarrollo de la empresa, sino como una filosofía de gestión integral que exige un respeto por el entorno, donde se debe ser consciente de que existen una serie de razones de peso que justifican el porqué se tiene en cuenta un entorno ambiental en la creación y fortalecimiento de las empresas.

6.1.7 Entorno Socio-Cultural. Los factores sociales y culturales, son aquellos que desde la perspectiva de las tendencias, comportamientos y cambios de la sociedad y los individuos que la forman pueden influir en la creación y desarrollo de un entorno en que las empresas surgen de pendiendo de la razón o motivación de cada ser.

Con respecto a la motivación para crear empresa, la identificación de una oportunidad de negocio es la principal: 58,8%, seguida de la necesidad de generar ingresos: 39,6%. Tal y como sugiere la evidencia empírica, los emprendimientos motivados por la oportunidad resultan ser sostenibles en el largo plazo; así, una mayor proporción de estos puede estar asociada con el aumento de la tasa de nuevas empresas en el largo plazo.

Finalmente los empresarios establecidos para 2010 son de 12,2%, inferior en menos de un punto porcentual con respecto al 2009. Esto pone de manifiesto los grandes esfuerzos del Gobierno nacional para generar un clima que propicie condiciones favorables para la durabilidad de los negocios.

Aun así existe una tasa relativamente alta de miedo al fracaso, particularmente, las mujeres tienen una mayor tasa de miedo al fracaso que los hombres, esta actitud revela que las mujeres son menos amantes al riesgo y por ende son menos propensas a la creación de empresas.

Estudios realizados del GEM en Colombia (2006-2010), el mayor número de emprendedores corresponde a individuos entre los 25 y 34 años de edad, excepto en 2009, cuando el rango con mayor participación fue de 35 a 44. En todos los casos, los rangos de mayor y menor edad presentan el menor porcentaje de participación. La teoría económica sugiere que los individuos más jóvenes son menos propensos a la creación de empresas, quizás porque han acumulado un menor capital humano, medido a partir de los años de educación y los años de experiencia laboral.

De acuerdo con esto el mayor porcentaje de emprendedores es independiente (69,4%). En el caso de los empresarios establecidos este porcentaje es mayor (93,5%), lo que demuestra que el tránsito de la TEA (Total de Actividades Empresariales) a empresario establecido lleva a que el emprendedor dedique la totalidad de su tiempo a trabajar en su propia empresa, las cuales las personas más jóvenes emprenden por oportunidad, mientras que los de mayor edad lo hacen por necesidad. Esto puede estar asociado al hecho de que en Colombia las personas de mayor edad son poco atractivas para el mercado laboral, por lo que pueden decidir emprender como alternativa de generación de ingresos.

Esta realidad es un comportamiento general en nuestra ciudad de Tuluá donde encontramos que por ser el centro del valle poseemos diversidad de culturas provenientes de otras partes, pues esta ciudad es reconocida por su gran comercio y su desarrollo empresarial, por esa razón es fundamental generar una unidad de apoyo a las empresas que realizan soporte al sector micro-empresarial

6.2 ANÁLISIS DEL SECTOR (Análisis de la competencia)

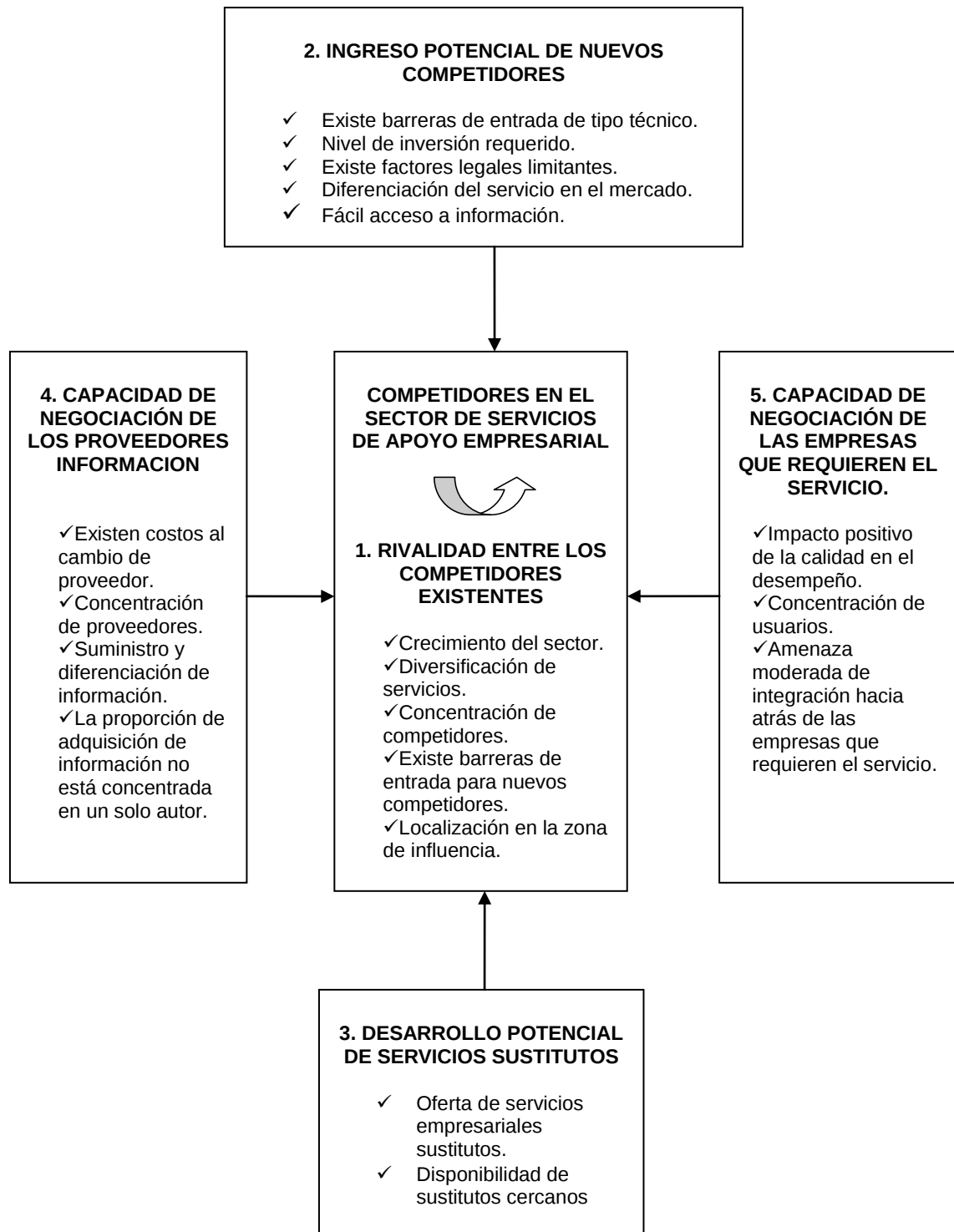
En el análisis del sector es importante realizar un estudio competitivo que guíe a través de un enfoque o serie de variables para comprobar la intensidad de la competencia entre las organizaciones del sector, es por eso que una gran variable de análisis sería el tamaño; en él se desarrolla el efecto colectivo donde se inicia la siguiente exploración sectorial, después se desarrollará el análisis competitivo o modelo de las cinco fuerzas de Porter¹¹, que determinará la competitividad en el sector o el segmento de mercado en el que se va a incursionar.

Partiendo del hecho que en Colombia la mayor parte de las nuevas actividades económicas nacientes se desarrollan por necesidad, se puede deducir que la caracterización del emprendimiento por oportunidad es menor y complementariamente el número de empresarios establecidos es relativamente bajo, no poseen la capacidad de aprovechar las oportunidades del mercado para mantener sus empresas. Adicionalmente, el entorno empresarial colombiano es inestable por las influencias provenientes de los factores culturales, demográficos, económicos, sociales, jurídicos, políticos, tecnológicos, ambientales y geográficos. Estos cambios afectan directamente e influyen en el desarrollo de las empresas.

Esto se demostró en el año 2007 donde la TEA (Total de Actividades Empresariales) para Colombia fue 22,72% (el tercer lugar a nivel mundial), contribuyendo con el crecimiento del PIB que según el DANE y el Departamento Nacional de Planeación fue de 7,52%, soportado en los empresarios nuevos y establecidos; adicionalmente, la Ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento soporta de alguna manera la política del gobierno al respecto.

¹¹David Fred R., *Conceptos de administración estratégica*, décima primera edición, "Capt. 3 La evaluación externa", Pág. 100-104.

Análisis competitivo: el modelo de las cinco fuerzas de Porter



6.2.1 Análisis del diamante competitivo de las cinco fuerzas de Porter

6.2.1.1 Rivalidad entre los competidores existentes. Crecimiento del sector.

El crecimiento de este sector ha sido poco en cuanto organismos de apoyo empresarial, el número de herramientas en acompañamiento, asesoría y consultoría que se han implantado en los últimos años probablemente son bajos en la ciudad de Tuluá y municipios aledaños. Lo anterior indica que la competencia a la que se verá enfrentada la empresa no es muy intensa.

Diversificación de Servicios. En la actualidad existen diferentes necesidades empresariales por lo tanto la Diversificación de servicios es alta, lo cual se pretende satisfacer gran parte de estas, logrando que esto genere la diferenciación de las organizaciones existentes, esto mitiga los efectos negativos de la competencia en caso de que esta se intensifique.

Concentración de competidores. La demanda actual en la zona de influencia del proyecto es baja ya que alguno de los pocos competidores no están legalmente establecidos, solo se encuentran las organizaciones públicas y privadas reconocidas del municipio encargadas del desarrollo de estos programas, en los que se percibe la falta de apoyo de un ente en esta gestión de servicios de acompañamiento empresarial.

Existen barreras de entrada para nuevos competidores. Las barreras de entrada son bajas, puesto que uno de los requisitos es la actitud y la aptitud de transmitir el conocimiento y voluntad de buen servicio, ya que esta poco satisfecha, teniendo en cuenta que la demanda actual de apoyo a las ideas de negocio es de gran responsabilidad y compromiso.

Localización en la Zona de Influencia. La localización se hace cada vez más propensa en la ciudad de Tuluá y municipios aledaños, generando la creación de

unidades de apoyo para las diversas actividades empresariales como: las fundaciones y las oficinas de algunos profesionales independientes que apoyen el direccionamiento de ideas emprendedoras y fortalecimiento para las ya existentes.

6.2.1.2 Ingreso potencial de nuevos competidores. Existen barreras de entrada de tipo técnico. Las barreras de tipo técnico es alta debido a que se requiere conocimiento de técnicas de procesos empresariales acompañado del don de liderazgo, actitud del buen servicio, principios, valores y ética profesional.

Nivel de inversión requerido. Es alto debido a que el montaje de una organización de apoyo empresarial con los profesionales idóneos, generan la imagen y a la vez la confianza y credibilidad de dicha organización, aun así esto es algo de compromiso y libre manejo, puesto que una estrategia de las ideas del plan de negocio es brindar calidad, confort y comodidad a todos los usuarios del servicio. De igual manera este factor no constituye un limitante para nuevos competidores.

Existen factores legales limitantes. No hay factores legales que limiten la creación de de este tipo de organización debido a que su enfoque es colaborar en brindar un servicio de apoyo empresarial y fortalecer los negocios ya existentes; sin embargo debe cumplir a cabalidad todos los derechos, deberes y obligaciones que se confieren a la hora de crear empresa, como lo rige el estado colombiano.

Diferenciación del servicio. Es baja debido a que es probable que la atención que recibe el usuario tal vez no sea la que él desea, pues el desplazamiento, las filas, el uso del tiempo y el manejo de los temas a tratar no se transmitan de una forma dinámica, aun así la prestación del servicio posee gente amable y profesionales altamente calificados.

Fácil acceso a la información. La información y materiales son asequibles debido a que hoy en día son temas con relación a las mejoras que se realizan a las organizaciones, lo cual transmiten conocimientos y experiencias de casos de éxito y fallidos de lo que se debe y no se debe hacer.

6.2.1.3 Desarrollo potencial de servicios sustitutos. Oferta de servicios empresariales sustitutos. Es amplia la oferta de servicios que cumplen funciones de apoyo empresarial como las oficinas de los profesionales independientes, instituciones educativas, los bancos entre otros sin embargo se generan estrategias para persuadir a los clientes que identifiquen el buen nombre y conozcan ampliamente las ventajas y beneficios que tienen al utilizar los servicios de empresas reconocidas en consultorías y asesorías empresariales respecto a otras empresas de servicios similares.

Disponibilidad de sustitutos cercanos. Es alta debido que hoy en día encontramos profesionales independientes e inclusive de otras aéreas otorgando asesoría en procesos empresariales.

6.2.1.4 Capacidad de negociación de los proveedores de información. Existen costos al cambio de proveedor. Si, existe costo que puede ser en dinero o mucho peor de perder clientes en este caso por información no confiable, por lo tanto se deben buscar fuentes reconocidas a la hora de solicitar información.

Concentración de Proveedores. La Ciudad de Tuluá posee grandes accesos a proveedores para el proyecto, debido a su alta concentración de actividades que ofrece la región como: El Sena, Alcaldía Municipal, Las Universidades del sector, entre otros.

Suministro y diferenciación de información. La información es amplia y adquirida por diversos medios, sectores y/o proveedores, según la necesidad de la idea de negocio de un usuario en particular, pues hoy en día una de las herramientas rápidas es el internet el cual es una vía de intercambio de información ya sea por medio de suscripciones a entidades reconocidas, editoriales, etc.

La proporción de adquisición de información no está concentrada en un solo autor. Los estudios en diversas actividades ofrecen diversos autores tanto nacional como internacional, es decir que debemos siempre tener en cuenta los antecedentes e historia de lo que estamos realizando pero también estar a la vanguardia y actualizaciones de los nuevos autores y estudios realizados.

6.2.1.5 Capacidad de negociación de las empresas que requieren el servicio.

Impacto positivo de la calidad en el desempeño. La presente idea de negocio debe ajustarse a estándares de calidad que garantice a sus posibles usuarios un buen servicio y la mejora continua en los procesos de acompañamiento, consultoría y asesoría donde debe de ir de la mano con la innovación y creatividad de los diferentes sectores.

Concentración de usuarios. Las empresas de apoyo empresarial generan una perspectiva alta de servicio a posibles interesados debido a que es probable que pueda satisfacer una necesidad insatisfecha donde el buen servicio al cliente será la clave al crecimiento esperado.

Amenaza moderada de integración hacia atrás de las empresas que requieren el servicio. Resulta poco probable que las organizaciones encargadas de recibir apoyo empresarial estén interesadas en implantar áreas para servicios periódicos, en otras palabras los costos podrían incrementarse y entrarían en otro tipo de procesos administrativos, lo cual requiere de tiempo y dedicación.

6.2.2 Conclusiones Matriz de Porter Según el análisis realizado de las cinco fuerzas de Porter encontramos que el mercado resulta ser muy atractivo para el sector empresarial, debido a que posee barreras de entrada penetrables permitiendo el acceso para nuevos participantes, que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una pequeña porción del mercado.

Es probable que el sector empresarial presente una demanda insatisfecha ya que gran parte crece mediante la necesidad de generar ingresos adicionales, lo que es posible que por no darle importancia a su negocio no apliquen adecuadamente las herramientas y técnicas en procesos empresariales.

A la vez que el mercado resulta ser muy competitivo, debido a que existen competidores potenciales directos y sustitutos reconocidos que cuentan con recursos económicos altos. Con base en esto se pretende generar una labor con valor diferenciado en calidad y servicio, teniendo en cuenta que a mayor organización de los clientes, mayores serán sus exigencias en materia de calidad y buen servicio.

6.3 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El estudio del segmento de mercado se realizó bajo el siguiente grupo de variables que pueden utilizarse para identificar la necesidad de apoyar y fortalecer las ideas empresariales y/o planes de negocio a través de capacitaciones y/o talleres en procesos empresariales, donde se tendrá en cuenta las características del sector a dirigirnos; como *lo son el factor geográfico, demográfico, psicográfico, y de*

conocimiento¹², ya que estas 4 variables nos sirve para identificar nuestro segmento para este proyecto por lo cual se pretende dar respuesta a continuación:

6.3.1 Segmentación geográfica: el proyecto se llevara a cabo en la ciudad de Tuluá Valle del Cauca y sus Municipios aledaños (Andalucía, Bugalagrande, Zarzal, Riofrío, Trujillo y Bolívar). El cual se efectuará teniendo en cuenta las siguientes entidades: Alcaldía Municipal de Tuluá, Cámara de Comercio de Tuluá, Comfenalco Tuluá y las entidades financieras de Micro-crédito de la misma ciudad (Banco wwB, Bancolombia, finamerica, Bancamia, entre otros.) Por medios de ellas identificaremos las necesidades y preferencias del emprendedor, generación de empleo y mejora de la calidad de vida con responsabilidad social.

A continuación se describe desde el ámbito local el segmento del proyecto:

El ámbito local del proyecto, según estimación de variables geográficas, el estudio socioeconómico está enfocado en la Ciudad de Tuluá y se extiende en las localidades vecinas al norte del valle como lo es Andalucía, Bugalagrande, Zarzal, Riofrío, Trujillo y Bolívar, cuya población total asciende a 600.000 habitantes según cifras del DANE. El municipio de Tuluá ocupa una extensión territorial total de 910.55 KM² (91.055 Ha) de los cuales el 98.78% (89.944.13 Ha) equivalen al área rural y el 1.22% (1.110.87 Ha) equivale al área urbana.¹³

En esta jurisdicción anualmente se crean en promedio 1.707 empresas predominando en la estructura empresarial las microempresas que son el 97,2%.

El sector Comercial por cantidad de empresas ha sido históricamente el líder de la región, a marzo de 2010 con el 50,72% de las empresas; si se analiza por

¹²Kotler Philip y otros, *Dirección de marketing*, Edición del Milenio, "Capítulo Identificación de segmentos y selección del público objetivo", págs. 296-305.

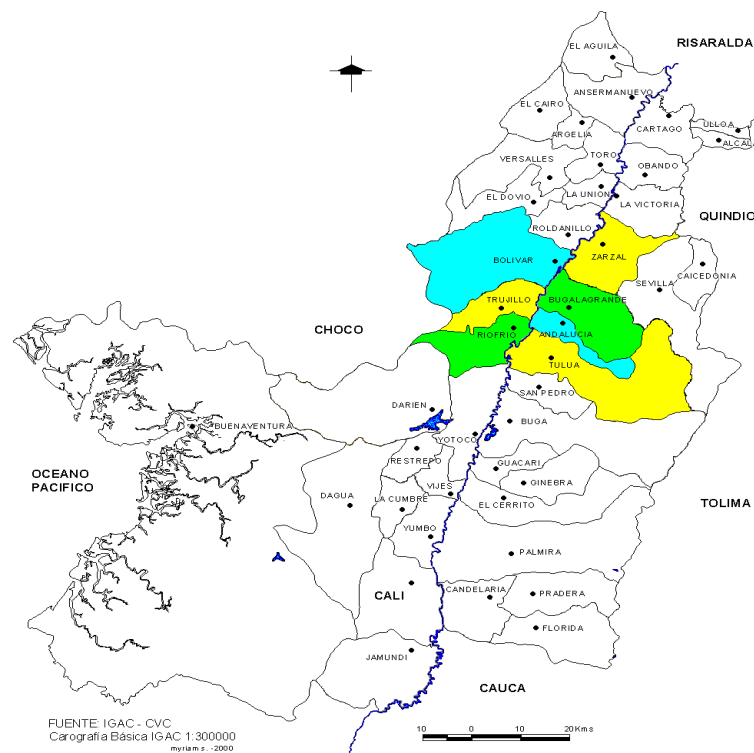
¹³Municipio de Tuluá. Palau, Salazar. Rafael Eduardo Alcalde 2008-2011. Anuario Estadístico Tuluá 2008. pg. 17

cantidad de activos reportados en la Cámara de Comercio de Tuluá el sector Comercial se ubica en un cuarto lugar con el 6,75% de los activos.

En Tuluá el sector Comercial tiene el 50,7% de las empresas y genera el 45,2% de los empleos, pero el mayor número de activos lo genera el sector agrícola con el 29,76% de los activos de Tuluá.

A continuación se muestra el mapa del departamento del Valle del Cauca, la ciudad de Tuluá y sus municipios aledaños.

Grafica 8. DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA.



Fuente: Cámara de Comercio de Tuluá, Observatorio Socioeconómico. Segunda edición del COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL a marzo de 2010. pág. 3.

6.3.2 Segmentación demográfica: El segmento demográfico resulta de gran interés porque se refiere al sector o sectores donde va dirigido nuestro producto y/o servicio.

En este caso nuestro servicio de acompañamiento en ideas emprendedoras y/o planes de negocio con asesoría y consultoría empresarial, se ofrece como soporte a las organizaciones de la ciudad de Tuluá que de alguna manera apoya al sector micro-empresarial; como lo son:

Alcaldía Municipal de Tuluá, Cámara de Comercio de Tuluá, Comfenalco Tuluá y las entidades financieras de Micro-crédito de la misma ciudad.

Donde el desarrollo del proyecto se enfocara inicialmente en estrato uno, dos y tres, los cuales se encuentran en seis de las nueve comunas de la ciudad de Tuluá, depurando por a hora los estratos más altos que solo se encuentra en las comunas 3 y 6, es decir se tomara 18 barrios de 21 en la comuna 3 y 15 barrios de 16 en la comuna 6.

Esto es según información suministrada por el anuario estadístico 2008 de la Ciudad de Tuluá.

Tabla 11. COMUNA 3

BARRIOS	POBLACIÓN	HOMBRES	MUJERES	ESTRATO
1. Asoagrin Santa Cruz	1530	737	793	1
2. Casa Huertas	130	63	67	3
3. El Bosque	1914	923	991	2 y 3
4. El Cóndor	350	169	181	4
5. El Dorado	400	193	207	4
6. Estambul	500	241	259	2
7. La Inmaculada	1500	723	777	1
8. La Villa	2100	1012	1088	3
9. Las Brisas	1010	487	523	2
10. Las Palmas	110	53	57	2
11. Morales	320	154	166	2 y 3
12. Nuevo Morales	380	183	197	1 y 3
13. Popular	2650	1277	1373	3
14. San Antonio	2530	1229	1321	2
15. Santa Rita del Río	1910	935	1005	2
16. Peñaranda	320	191	206	2
17. Villa Nueva	1800	872	938	2 y 3
18. El Cóndor II	30	24	26	4
19. Morality	20	9	11	2
20. Los Pinos	680	327	353	1
21. Brisas de Morales				2
22. TOTAL	20341	9802	10539	

Fuente: Municipio de Tuluá. Palau, Salazar. Rafael Eduardo Alcalde 2008-2011. Anuario Estadístico Tuluá 2008. pág. 27

Tabla 12. COMUNA 4

BARRIOS	POBLACIÓN	HOMBRES	MUJERES	ESTRATO
1. El Centro	310	149	161	3 Y 4
2. Escobar	731	352	379	3
3. Las Olas	350	169	181	3
4. Palominito	1450	699	751	3
5. Tomás Uribe	2960	1427	1533	2 Y 3
TOTAL	5.801	2796	3005	

Fuente: Municipio de Tuluá. Palau, Salazar. Rafael Eduardo Alcalde 2008-2011. Anuario Estadístico Tuluá 2008. pág. 27

Tabla 13. COMUNA 6

BARRIOS	POBLACIÓN	HOMBRES	MUJERES	ESTRATO
1. 350 Años	250	122	128	3
2. Asoagrín Farfán	2029	978	1051	1 y 2
3. Bolívar	2370	1142	1228	2 y 3
4. El Pinar	150	72	78	4
5. La Ceiba	710	342	368	3
6. La Esperanza	4650	2241	2409	3
7. Las Delicias	2060	993	1067	3
8. Los Comuneros Corazón del Valle	140	67	73	2
9. Marandúa	500	241	259	3
10. Playas	520	251	269	3
11. Primero de Mayo	160	77	83	2
12. Progresar	1300	627	673	2
13. Pueblo Nuevo	1950	940	1010	2 y 3
14. San Pedro Claver	5250	2530	2720	2
15. La Herradura	50	24	26	3
16. Buenos Aires	50	24	26	2
TOTAL	22139	10671	11468	

Fuente: Municipio de Tuluá. Palau, Salazar. Rafael Eduardo Alcalde 2008-2011. Anuario Estadístico Tuluá 2008. pág. 28

Tabla 14. COMUNA 7.

BARRIOS	POBLACIÓN	HOMBRES	MUJERES	ESTRATO
1. Departamental	1200	578	622	2 y 3
2. Diablos Rojos	940	453	487	2 y 3
3. El Descanso	567	277	294	2
4. El Porvenir	2130	1027	1103	2 y 3
5. Farfán	1820	877	943	2 y 3
6. Guayacanes	920	443	477	2
7. José Antonio Galán	500	241	259	2 y 3
8. Juan de Lemus y Aguirre	480	231	249	2 y 3
9. La Campiña	1350	651	699	3
10. La Quinta	1450	699	751	2 y 3
11. Las Américas	2090	1007	1083	2 y 3
12. Las Nieves	980	472	508	2
13. Las Veraneras	1010	487	523	2
14. Laureles I y II	1650	795	855	2
15. Los Tolues	250	120	130	2
16. Nuevo Farfán	2070	998	1072	2
17. Los Olmos	730	352	378	3
18. Prados del Norte	1280	617	663	3
19. Rojas	3390	1634	1756	2 y 3
20. Rubén Cruz Vélez	3040	1489	1601	2 y 3
21. Villa del Sur	680	328	352	2
TOTAL	28230	13772	14805	

Fuente: Municipio de Tuluá. Palau, Salazar. Rafael Eduardo Alcalde 2008-2011. Anuario Estadístico Tuluá 2008. pág. 28

Tabla 15. COMUNA 8.

BARRIOS	POBLACIÓN	HOMBRES	MUJERES	ESTRATO
1. Bosques de Maracaibo	8.900	4290	4610	2 Y 3
2. Chiminangos	1940	935	1005	2 Y 3
3. Diablos Rojos II	900	434	466	2 Y 3
4. El Refugio	420	202	218	2
5. El Horizonte	1.450	699	751	2 Y 3
6. El Limonar	500	241	259	2
7. Flor de la Campana	180	87	93	2
8. Horizonte Santa Isabel	1.270	612	658	2 Y 3
9. Jorge Eliécer Gaitan	1.650	795	855	2 Y 3
10. La Independencia	1100	530	570	2
11. Municipal	1.800	868	933	2
12. San Luis	920	443	477	2
13. Santa Ines	210	105	109	2
14. Tercer Milenio	240	116	124	2
15. Urbanización San Luis	610	294	316	2
16. Villa Liliana	987	476	511	2
17. Santa Ines Comfamiliar	80	39	42	2
18. Sintra Sancarlos	80	38	41	2
TOTAL	23237	11200	12037	

Fuente: Municipio de Tuluá. Palau, Salazar. Rafael Eduardo Alcalde 2008-2011. Anuario Estadístico Tuluá 2008. pág. 29

Tabla 16. COMUNA 9

BARRIOS	POBLACIÓN	HOMBRES	MUJERES	ESTRATO
1. Alameda I	1130	544	586	2
2. Alameda II	670	323	347	2
3. El Bosquesito	240	116	124	2
4. El jardín	2900	1398	1502	3
5. El Palmar	950	458	492	2
6. Internacional	1200	578	622	2
7. Juan XXIII	500	241	259	2
8. La Graciela	2450	1181	1269	3
9. La Trinidad	950	458	492	1 Y 2
10. Aracaibo	2580	1243	1337	3
11. Portales del Río	2130	1027	1103	2
12. Riopaila	470	227	243	3
13. Samán del Norte	1390	670	720	2
14. Siete de Agosto	1110	535	575	2 Y 3
15. Villa Colombia	1518	732	786	2
TOTAL	20.188	9731	10457	

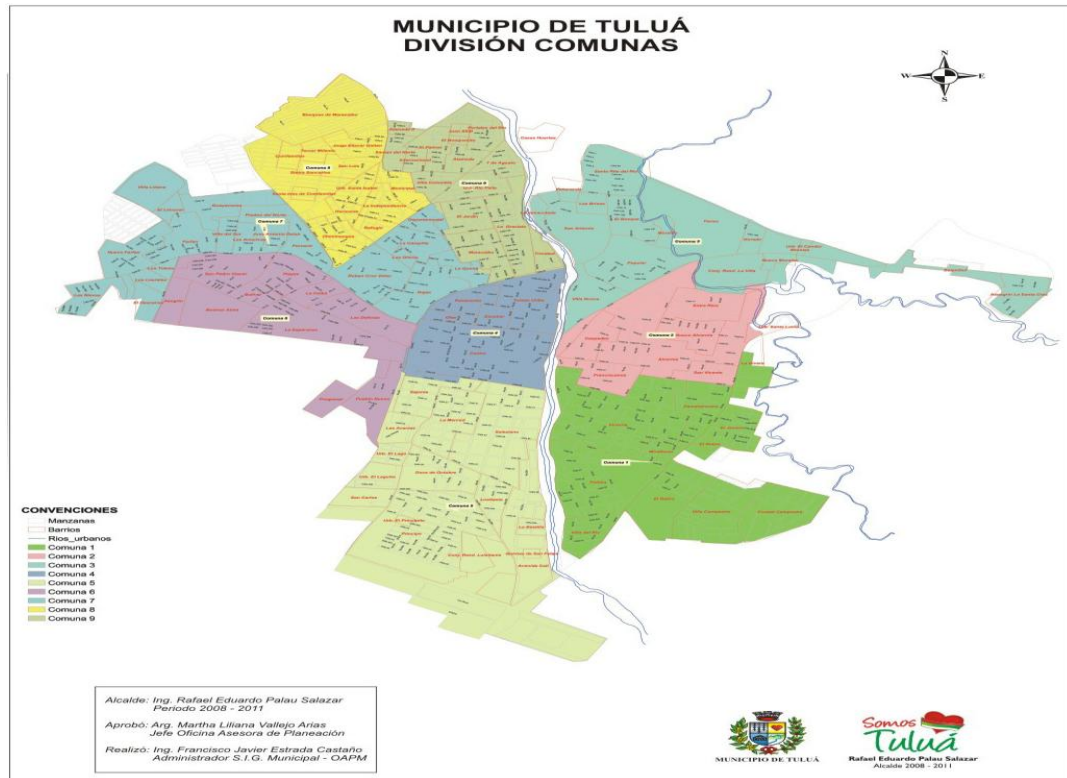
Fuente: Municipio de Tuluá. Palau, Salazar. Rafael Eduardo Alcalde 2008-2011. Anuario Estadístico Tuluá 2008. pág. 29

En general de las 6 comunas elegidas tenemos 6 barrios de estrato 1, 65 barrios de estrato 2 y 21 barrios de estrato 3, en total son 92 barrios seleccionados, en los cuales sus habitantes serian los usuarios y/o consumidores finales donde se desarrollará los servicios de este proyecto.

Teniendo en cuenta el sector micro-empresarial que se encuentra ubicado en estos barrios y estratos seleccionados, ya sea negocios de desarrollo familiar, empresas unipersonales entre otras, donde es probable que desarrollen sus funciones de forma informal y en algunos casos ilegales, tal vez por desconocimiento o mala información obtenida de otras fuentes.

Es allí donde se pretende en unión con las entidades anteriormente nombradas orientar y guiar aquellas ideas emprendedoras y planes de negocio al fortalecimiento, formalización y los beneficios del mismo a través de acompañamiento, capacitaciones, asesorías y consultorías

Grafica 9. DIVISION TERRITORIO ZONA URBANA, COMUNAS Y BARRIOS



Fuente: Municipio de Tulúa. Palau, Salazar. Rafael Eduardo Alcalde 2008-2011. Anuario Estadístico Tulúa 2008. pág. 30.

6.3.3 Segmentación psicográfica: divide a nuestros clientes y/o usuarios en: los que se les brinda el servicio de apoyo y soporte en programas de procesos empresariales las cuales son entidades públicas y privadas y a los que reciben el conocimiento de estos programas para el desarrollo de sus negocios, los que por ende pertenecen a diferentes grupos con base a su estrato social, estilo de vida, personalidad, esto debido a que las personas y las empresas pueden manejar dentro de un mismo grupo diferentes perfiles psicográficos.

Estrato Social. La clase social presenta fuerte influencia sobre las preferencias del mismo grupo, tanto en hábitos y tipos de comercio etc. donde estos tipos de

conducta hace en ocasiones la tarea un poco fácil de las numerosas empresas que diseñan productos y servicios para estratos sociales específicos, en este caso para este proyecto se tomará los estratos 1,2 y 3 de la ciudad de Tuluá y sus alrededores inicialmente, donde se identificaran las debilidades organizacionales de sus negocios para realizar su respectiva orientación.

Estilo de Vida. El gusto de las personas por los productos y/o servicios se ven influenciados por sus estilos de vida, de hecho los varios productos, servicios y marcas que consumen hacen que se segmenten cada vez más, con base en esto se generan estrategias de las organizaciones proveedoras para que mantengan este tipo de hábitos.

En el caso de este proyecto, en nuestro segmento se identifico un comportamiento general que es el de generar ingresos adicionales de alguna manera, en este caso los estratos 1,2 y 3 son la población más notable dentro de nuestro entorno.

Personalidad. Hoy en día esta variable es la que genera mayor interés para el diseño de estrategias de mercadeo para la adquisición de productos y/o servicios, pues cada individuo presenta poder de decisión alguna más que otra. En nuestro segmento de mercado de micro-empresarios de la ciudad de Tuluá y municipios aledaños encontramos tipos de personalidades como: dependientes, creativos, impulsivos, alertas al cambio, conformes, inconformes, influenciables, dedicados, visionarios, emprendedores, etc. Lo que reflejan el comportamiento y a la vez sus resultados como empresarios pues este comportamiento es lo que genera el camino al éxito o al fracaso.

6.3.4 De comportamiento: La segmentación con base al comportamiento, se divide a los compradores en grupos relativos a su conocimiento, actitud, uso o respuesta a un producto.

Se cree que las variables de comportamiento son el mejor punto de partida para construir segmentos de mercado.

Momento de Uso y nivel de uso. Permite diferenciar a los clientes y frecuencia de uso de acuerdo con el momento de desarrollo de la necesidad de compra, uso del producto y/o servicio.

Es decir que se puede percibir a las empresas que requieran los servicios de soporte y apoyo empresarial tanto públicos o privados en los periodos del año en gestión ejemplo: la Alcaldía municipal requiere capacitar a las madres cabeza de hogar en emprendimiento, solo en el mes de las madres.

Cámara de Comercio Tuluá requiere de acompañamiento los primeros 6 meses a los nuevos empresarios que acaban de formalizarse.

Categoría de Usuarios. Muchos mercados se podrán segmentar entre nuevos usuarios, ex usuarios, usuarios potenciales, y usuarios regulares de un producto y/o servicio.

Las empresas que buscan una alta participación en el mercado se interesan especialmente por convertir a los usuarios potenciales en usuarios actuales, mientras que las empresas pequeñas tratan de atraer a los usuarios de marcas competidoras hacia la suya. Usuarios potenciales y regulares requieren estrategias diferentes.

Las instituciones públicas prestan mucha atención al status de usuario. En los sectores vulnerables por ejemplo, se patrocinan charlas de emprendimiento con los deseos de animar y estimular a las personas jóvenes a salir de los esquemas y ayudar a los suyos.

Nivel de Inclinación al servicio. Las empresas se encuentran en diferentes niveles de inclinación a la razón de ser de su organización con base en los programas que ellas realizan en distintos momentos del tiempo. Algunas empresas no conocen la existencia de esta clase de servicio; otras sí la conocen; otras están informadas; algunas se sienten interesadas; otras se encuentran deseosas de tomar el servicio y algunas incluso lo hacen. A la hora de definir un programa de apoyo empresarial es importante conocer el número relativo de empresas que se encuentran en cada nivel.

Supongamos que la Cámara de Comercio de Tuluá requiere que las micro-empresas del sector informal de los estratos 1,2 y 3 de la ciudad de Tuluá y sus alrededores conozcan el apoyo y los beneficios que ofrece esta entidad al estar legalizados. La mayor parte del micro-empresario no conocen los beneficios, tal vez porque suponen que son de alto costo. El esfuerzo de este servicio debe dirigirse a crear reputación utilizando un mensaje publicitario sencillo. Si el mensaje tiene éxito, la publicidad posterior debe resaltar los beneficios de este apoyo y los riesgos de no hacerlo, para retroalimentar al sector micro-empresarial.

En este estado debe tenerse preparados los equipos para llevar a cabo los programas requeridos por las micro-empresarios dispuestos. En general, el programa de apoyo empresarial debe ajustarse al cambiante número de empresas situadas en cada nivel de inclinación al servicio.

6.4 MERCADO POTENCIAL

Tabla 17 PERSONAS CAPACITADAS ANUALMENTE

Entidad	Personas	% Participación
Comfenalco	108	3,10%
Cámara de comercio	360	10,32%
Comfandi	300	8,60%
Alcaldía	180	5,16%
Univalle	60	1,72%
Fundación Sarmiento Palau	80	2,29%
Sena	2400	68,81%
Total	3488	100,00%

Fuente: Información suministrada según encuestas realizadas.

Teniendo en cuenta la población actual de Tuluá y sus alrededores se prosigue a identificar el posible segmento al cual se dirigen los servicios, donde el 75% de la población es considerada económicamente activa, según información estadística del DANE información regional proyección de población 2005-2020 total municipal por área, con base a esta información se determina un porcentaje mínimo (5%) para gestionar en el desarrollo de este proyecto, pues es la base del punto de equilibrio del primer año.

Tabla 18 DATOS DE POBLACION TOTAL Y ACTIVAS DE TULUA Y SUS ALREDEDORES

Población Tuluá 2012	199.244
Población Activa 2012	149.433

Fuente: Municipio de Tuluá. Palau, Salazar. Rafael Eduardo Alcalde 2008-2011. Anuario Estadístico Tuluá 2008 y DANE

6. 5 DEFINICIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

Una vez identificado el segmento de mercado del proyecto se decide a cuantos y cuales dirigirse, es por esto que a lo largo de la definición del mercado objetivo se analizan factores como el atractivo estructural del segmento y el sentido de la competencia del presente estudio, con el fin de justificar el porqué de la elección que genere la satisfacción a la necesidad de los posibles usuarios.

6.5.1 Justificación. La elección del mercado objetivo radica luego de haber valorado el segmento de mercado según sus exigencias geográficas y demográficas, psicográficos y de comportamiento, dando lugar a realizar el reconocimiento del público objetivo a partir desde el principal segmento atractivo que radica en una demanda que probablemente está insatisfecha.

En la ciudad de Tuluá y municipios aledaños existen diversas culturas organizacionales debido a que el ser jefe para la mayoría de empresarios es solo una labor de mando sin pensar en rangos de edad y el buen servicio a los clientes internos de la organización e ignorando las técnicas existentes organizacionales. El proyecto establecerá como objetivo básico un alto impacto a través de la imagen, y excelente calidad de servicio al cliente, por consiguiente, valorado el segmento de mercado, el proyecto destaca la especialización en servicio¹⁴, con base en satisfacer necesidades que es la de acompañamiento y apoyo empresarial ya sea en fortalecer ideas emprendedoras y/o planes de negocio ya existentes.

Por último, resaltar el compromiso social que se adquiere con la población al ofrecer un servicio de apoyo empresarial que contribuya a la calidad de vida de las

¹⁴ **Kotler** Philip y otros, *Dirección de marketing*, Edición del Milenio, "Capítulo Identificación de segmentos y selección del público objetivo", págs. 310-314.

personas y el crecimiento económico del sector donde se tiene influencia, se abordara como un proceso continuo la creatividad e innovación con especial énfasis en las ideas emprendedoras nacientes.

6.5.2 Perfil del consumidor. Tienen oportunidad de participar todas las entidades o personas naturales con capacidad de brindar apoyo empresarial y fortalecer los conocimientos en crear bienes y servicios de forma creativa e innovadora, metódica, ética, responsable y efectiva, dispuesta a generar desarrollo y cambios positivos en su entorno y a nivel personal.

A continuación se presentan dos clases de cliente y/o usuario. Nuestros clientes directos son las entidades tanto públicas como privadas encargadas de brindar soporte y apoyo en procesos empresariales. Lo que se pretende con este proyecto es convertirnos en una extensión más de la entidad que brinda este servicio y tal vez en las zonas que no se tiene presencia, logrando así ampliación de su rango de cobertura, cautivando nuevos mercados y posicionamiento. Es decir:

Alcaldía Municipal. En su área de programas y gestión de proyectos, donde surgen muchos de los proyectos para beneficio de la comunidad, pero nosotros nos centramos solo en beneficio del sector micro-empresarial, con capacitaciones en emprendimiento para sectores de personas vulnerables, madres comunitarias, etc. donde se ofrece programas de fortalecimiento a micro-empresarios en procesos empresariales, organización en muestras empresariales, entre otros. Donde los usuarios finales son las personas de estrato 1, 2 y 3 inicialmente para este proyecto de la ciudad de Tuluá y sus alrededores, con rangos de edad entre los 14 a 75 años sin importar sexo y etnia.

Cámara de Comercio Tuluá. Encargada de brindar soporte empresarial al los diferentes sectores económicos del municipio y sus alrededores, con sus programas de rutas empresariales de formalidad y fortalecimiento

Usuarios finales son las personas de estrato 1, 2 y 3 inicialmente para este proyecto de la ciudad de Tuluá y sus alrededores, con rangos de edad entre los 18 a 75 años sin importar sexo y etnia.

Comfenalco. Apoya al sector micro-empresarial y el desarrollo económico del entorno donde tiene presencia.

Usuarios finales son las personas de estrato 1, 2 y 3 inicialmente para este proyecto de la ciudad de Tuluá y sus alrededores, con rangos de edad entre los 18 a 75 años sin importar sexo y etnia.

Sector financiero específicamente las entidades de micro-finanzas. Este tipo de entidad encargado de fortalecer al sector micro-empresarial a través de financiamiento económico para el desarrollo de su negocio, debe generar a su vez acompañamiento y educación financiera para fortalecimiento del mismo, garantizando así el buen manejo del dinero en el sector.

Los tipos de clientes del sector de micro-finanzas son empresarios del medio formal e informal, independiente de la actividad económica y clase social siempre y cuando sea permitida por la ley colombiana, con rango de edad de 18 a 74 años sin importar sexo y etnia.

6.6 DISEÑO DE LA ENCUESTA

Para el diseño de la encuesta se hace necesario conocer los diferentes tipos de clientes directos e indirectos que van a tener beneficios por los servicios ofrecidos, los cuales fueron determinados por necesidades identificadas y percibidas en el entorno. Los tipos de clientes son: Empresas que apoyan el

emprendimiento y el fortalecimiento de actividades productivas lícitas y los microempresarios del sector formal e informal donde se tiene influencia.

Después de conocer los tipos de clientes, a cada uno se le plantearán preguntas minuciosamente escogidas que ayudaran a conocer la situación actual del entorno social y empresarial de la ciudad de Tuluá y sus alrededores,

Para dar claridad a lo que se va a realizar, se presenta a continuación la ficha técnica de la encuesta.

6.6.1 Ficha técnica de la encuesta

Tabla 19. FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA

Diseño y realización de la encuesta	Este proceso fue elaborado por él estudiante José Jesús Romero Rodríguez, con respectiva asesoría del docente Jean Fabián Taborda.
Universo	Empresas que apoyan el emprendimiento y el fortalecimiento de actividades productivas lícitas, y los microempresarios del sector formal e informal donde se tiene influencia.
Unidad de muestreo	Empresas públicas y privadas y microempresarios formales e informales.
Fecha	Febrero 23 a Marzo 9 de 2012
Tipo de muestreo	Censo
Nivel de confiabilidad	99.9%
Técnica de recolección de datos	Se ha realizado entrevista directa
Tamaño de la muestra	7 empresas formadoras
Error estándar	0. 1%
Objetivo de la encuesta	• Identificar empresas que desean apoyar el sector micro empresarial tanto en emprendimiento como en fortalecimiento. • Identificar las fortalezas y necesidades del sector micro empresarial formal e informal.
Número de preguntas formuladas	11

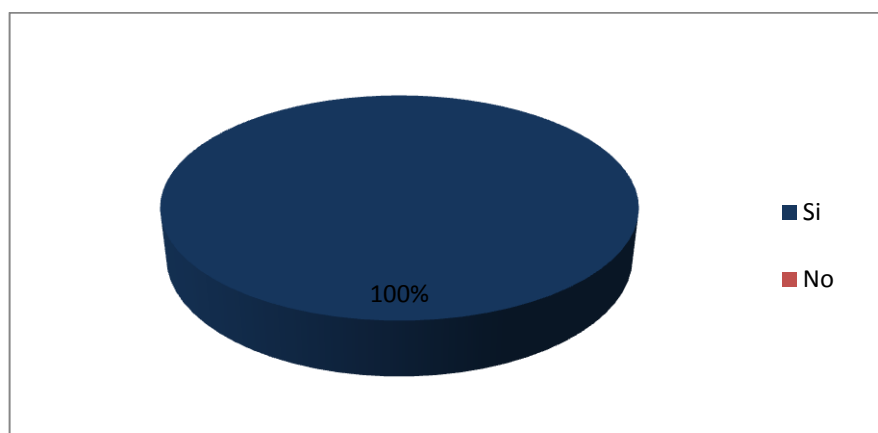
Fuente: elaboración propia.

Anexo B encuesta.

6.6.2 Tabulación y análisis de la información Después de haber aplicado la encuesta a las empresas, se procederá a realizar el análisis de la información recolectada, obteniendo datos precisos de los clientes, y en donde se pueden hacer las siguientes observaciones:

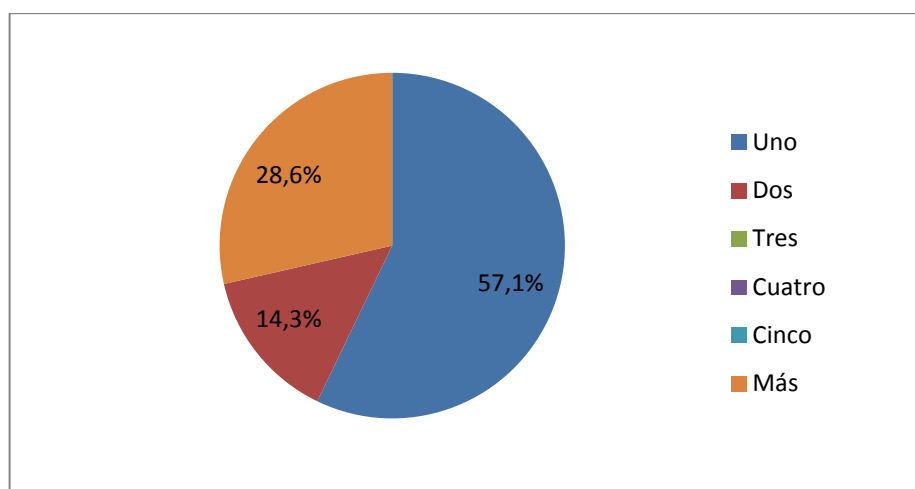
Análisis de Encuesta No 1

- 1. ¿Realiza programas para emprendimiento y/o fortalecimiento micro empresarial?**



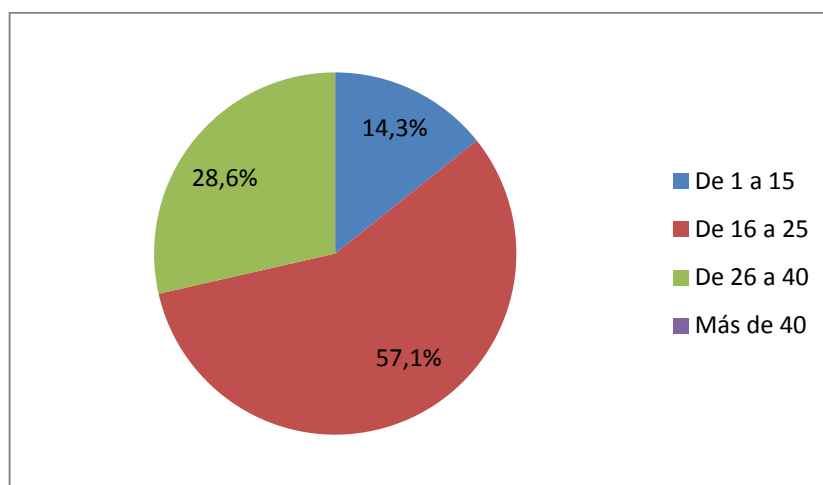
Una vez tomada la muestra de 7 grandes empresas reconocidas en el sector se determina que el 100% realizan programas para emprendimiento y/o fortalecimiento micro-empresarial.

2. Frecuencia de capacitación mensual



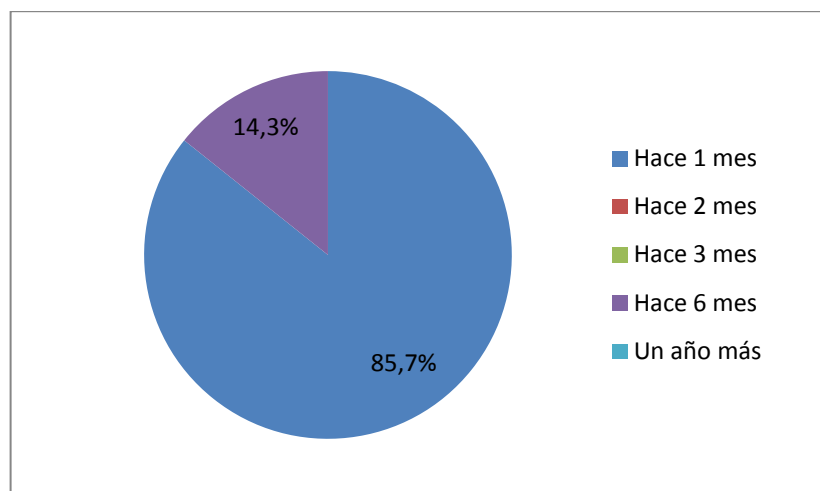
De las 7 empresas encuestadas 4 realiza mensualmente las capacitaciones, 2 empresas cada 6 meses y 1 empresa cada 2 meses en el año.

3. Cuantas personas en promedio realizan cada capacitación



De Las 7 empresas encuestadas 4 realizan en cada capacitación entre 16 a 25 personas, 2 empresas entre 26 a 40 personas y 1 empresa realiza en cada capacitación entre 1 a 15 personas.

4. ¿Cuándo fue la última vez que brindo el servicio?



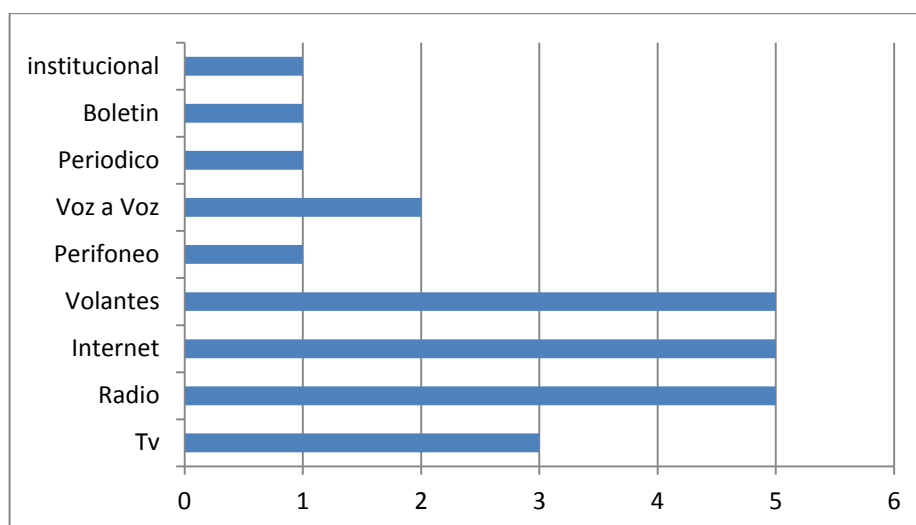
De las empresas encuestadas 6 empresas brindo por última vez el servicio hace un mes y 1 empresa hace 6 meses.

5. ¿Cuánto dura en promedio una capacitación?

Comfenalco	320 horas
Cámara de comercio	100 horas
Comfandi	8 horas
Alcaldía	60 horas
Univalle	54 horas
Fundación Sarmiento Palau	60 horas
SENA	160 horas

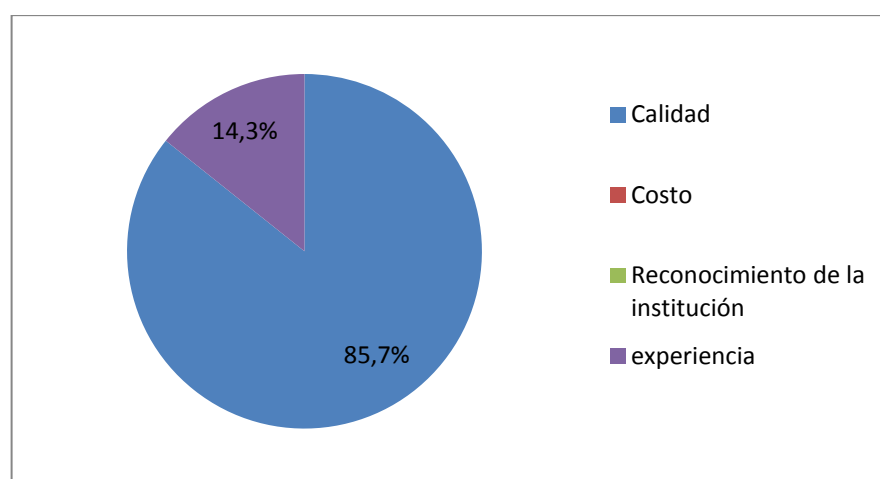
De las 7 empresas encuestadas en promedio en Comfenalco una capacitación dura 320 horas, el SENA 160 horas, Cámara de Comercio 100 horas, Alcaldía y Fundación Sarmiento Palau en 60 horas, Univalle en 54 horas y por ultimo Comfandi dura en promedio 8 horas.

6. ¿Qué medios de información utiliza para ofrecer el servicio?



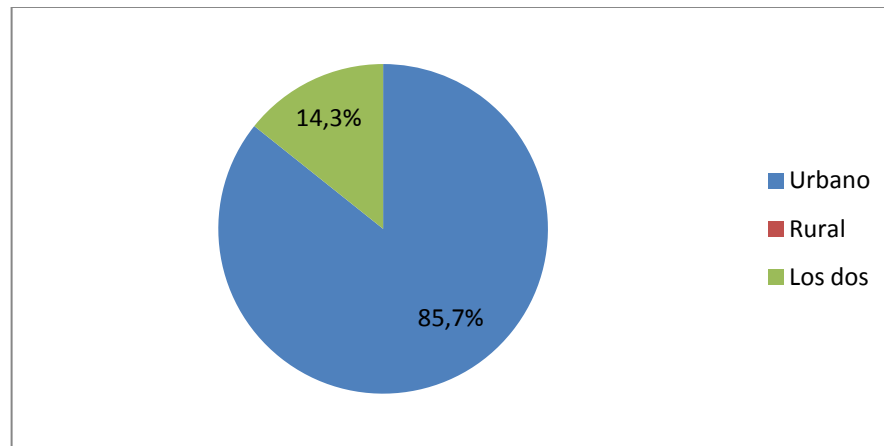
De las empresas encuestadas 5 empresas utilizan como medio de información los volantes, el internet y la radio, 3 empresas utilizan el tv, 2 empresas utilizan voz a voz.

7. ¿En el momento de solicitar un servicio de apoyo a su organización, el alto nivel de interés está en?



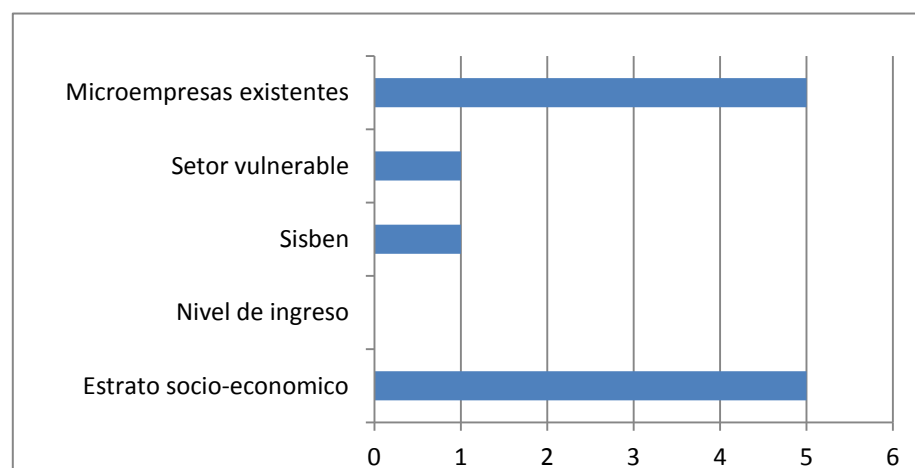
Para las empresas que fueron encuestadas, el mayor nivel de interés a la hora de contratar servicios de apoyo, 6 empresas se enfocan en la calidad del servicio y 1 empresa en la experiencia.

8. ¿En qué sectores ofrece su servicio?



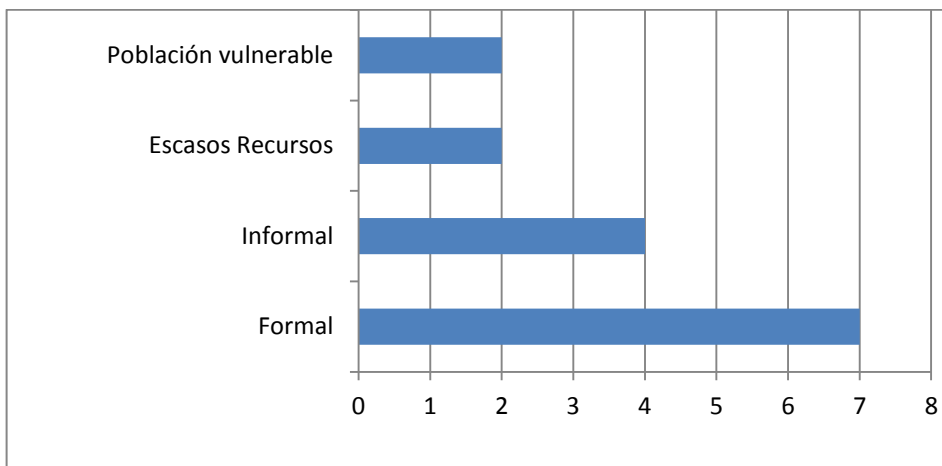
De las empresas encuestadas 6 ofrecen sus servicios en el sector urbano y 1 empresa en los dos sectores.

9. ¿Cómo clasifica los usuarios de sus programas?



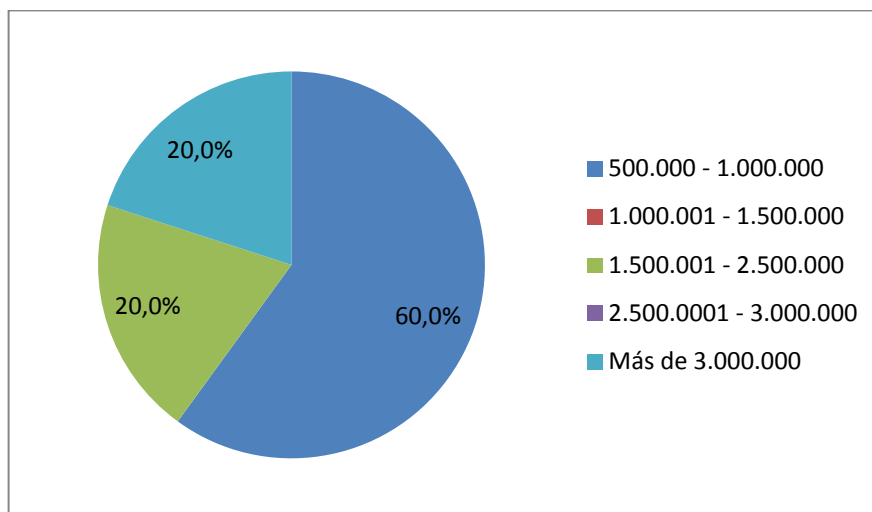
De las empresas encuestadas 5 clasifican los usuarios de sus programas como micro-empresarios y estrato socio-económicos 1 empresa en sector vulnerable y la otra en sisben.

10. ¿A qué segmento de Mercado está dirigido su servicio?



De las empresas encuestadas, el segmento de mercado al cual están dirigidos sus servicios las 7 se dirigen a lo formal, 4 al segmento informal y 2 empresa a los de escasos recursos y población vulnerable.

11. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por servicios de capacitación para emprendedores y/o micro empresarios?



De las empresas encuestadas 3 están dispuestos a pagar por servicios de capacitación para emprendimiento y fortalecimiento empresarial entre \$500.000 a \$1.000.000, 1 empresa entre \$1.500.001 a \$2.500.000 y otra empresa más de \$3.000.000. Dos de las empresas encuestadas no están dispuestos a pagar.

ANALISIS DE LA ENCUESTA

Una vez tomada la muestra de 7 grandes organizaciones que prestan servicios en apoyo de procesos empresariales en la Ciudad de Tuluá (Cámara de Comercio, Alcaldía Municipal, Fundación Sarmiento Palau, Comfandi, SENA – CLEM Tuluá, Univalle y Comfenalco “sede principal Buga”) reconocidas en el sector, se identifica que todas estas empresas realizan programas para emprendimiento y/o fortalecimiento micro-empresarial, donde cuatro de estas empresas ofrecen capacitaciones mensuales, dos cada 6 meses y una empresa cada 2 meses en el año, de las cuales cuatro de estas empresas capacitan mensualmente en promedio de 16 a 25 personas, dos de 26 a 40 y una empresa de 1 a 15 personas.

En el que los medios de información más utilizados de estas organizaciones para dar a conocer sus servicios son los volantes, el internet y la radio, manejada por cinco empresas de las anteriormente nombradas, dos organizaciones utilizan voz a voz y tres de las cinco informan sus servicios adicionalmente por medio del tv.

Analizando el tiempo promedio que brindan las organizaciones en sus programas encontramos que Comfenalco ofrece en capacitación 320 horas, el SENA 160 horas, Cámara de Comercio 100 horas, Alcaldía y Fundación Sarmiento Palau 60 horas, Univalle 54 horas y por ultimo Comfandi dura en promedio 8 horas, también se observa que seis empresas brindaron por última vez el servicio hace un mes y una empresa hace 6 meses, donde seis ofrecen sus servicios en el sector urbano y una empresa en los dos sectores, urbano y rural. En cuanto al segmento de mercado al cual están dirigidos sus servicios las siete empresas se dirigen al segmento formal, sin embargo cuatro de estas ofrecen programas en el segmento informal y dos empresas a los de escasos recursos y población vulnerable, las cuales 5 clasifican los usuarios de sus programas en micro-empresarios y estrato socio-económicos, una empresa en sector vulnerable y la otra en sisben.

De estas 7 organizaciones el mayor nivel de interés a la hora de contratar servicios de apoyo, 6 se enfocan en la calidad del servicio y 1 en la experiencia, donde 3 están dispuestos a pagar por servicios de capacitación para emprendimiento y fortalecimiento empresarial entre \$500.000 a \$1.000.000, una empresa entre \$1.500.000 a \$2.500.000 y otra empresa más de \$3.000.000, dejando como resultado de las empresas encuestadas dos que no están dispuestos a pagar por prestación de estos servicios.

En conclusión se identificaron algunas organizaciones que hacen parte del mejoramiento en construcción de ciudad (Tuluá y sus alrededores) encargadas de brindar apoyo a través de conocimientos en procesos empresariales a todas aquellas personas con la intención de crear y fortalecer cualquier tipo de actividad

económica lícita a precios exequibles según su estrato social, por lo tanto la Fundación SEGA ofrece sus servicios en brindar apoyo a estas organizaciones y/o en áreas donde no haya cobertura.

6.7 MEZCLA DE MERCADO.

Hoy en día para que un proyecto de acompañamiento en ideas emprendedoras y/o planes de negocio con asesoría y consultoría empresarial a través de capacitaciones y/o talleres en procesos empresariales , satisfaga gran cantidad y variedad de necesidades de los clientes y/o usuarios, se deberá identificar en primer paso lo que realmente requieren y así aportar soluciones en los diferentes escenarios para resultados positivos, lo cual esto genera confiabilidad y permanencia en el tiempo y así lograr que los clientes y/o usuarios se sientan a gusto; todo esto se consigue a través de lo que se denomina mezcla de mercadeo, donde nos enfocaremos en generar buen servicio al cliente y valor agregado a nuestros servicios, cuidando la imagen corporativa, la calidad del servicio y la satisfacción de nuestros clientes y/o usuarios.

6.7.1 Estrategia del servicio. A continuación se dan a conocer las características del servicio que se va a ofrecer a los clientes y/o usuarios, desarrollando el diseño del servicio que el cliente potencial percibirá para satisfacer una de sus necesidades de proceso empresarial.

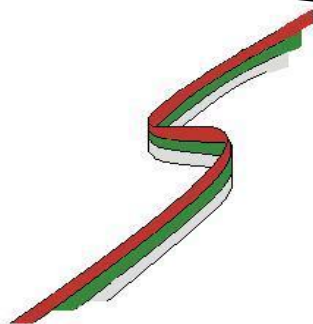
6.7.1.1 Definición del producto/servicio. El proyecto pretende ofrecer un producto intangible, donde los clientes y/o usuarios no podrán experimentar con los sentidos antes de su compra. Solo lo podrán percibir en el transcurso y al final del ejercicio, lo cual en muchas ocasiones esto genera incertidumbre a los clientes, por ende se pretende crear y adecuar un espacio físico acogedor,

personal calificado, equipos debidamente adecuados para el desarrollo de las funciones correspondientes, publicidad clara y concisa, precios asequibles etc, logrando así disminuir la incertidumbre y fortaleciendo la confianza y credibilidad en los servicios.

6.7.1.2 Tipo de servicio. El tipo de servicio del presente proyecto es generar un crecimiento y desarrollo económico orientado a la creación de riqueza en actividades micro-empresariales, En este caso nuestro servicio de acompañamiento en ideas emprendedoras y/o planes de negocio con asesoría y consultoría empresarial a través de capacitaciones y/o talleres en procesos empresariales, genera como resultado beneficiar a los emprendedores, a las empresas y a la sociedad, en plan de ayuda para fortalecer las nuevas fuentes de ingreso y madurar las nuevas ideas de negocios para los participantes.

6.7.1.2.1 Portafolio de servicios.

Fundación Para el Emprendimiento y Desarrollo Empresarial



Fundación

SEGA

¡UNIDOS GENERAMOS DESARROLLO!

portafolio de servicios



Fundación SEGA Para emprendimiento y desarrollo empresarial, es una organización que brinda acompañamiento a ideas emprendedoras y/o planes de negocio con consultoría y asesoría a través de capacitaciones y/o talleres en procesos empresariales.

Nos caracterizamos por impulsar el desarrollo en Gestión Humana, reconociendo los grandes esfuerzos y resultados que se generan en los diferentes procesos empresariales, su actuación se basa sobre todo, en la atención de ideas emprendedoras dentro del ámbito social y fortalecimiento empresarial, cubriendo todos los aspectos que se puedan presentar en dichos campos, brindando la mejor solución según las posibilidades planteadas por los participantes.

Fundación SEGA, Para el emprendimiento y desarrollo Empresarial, como organización transmite un modelo de cultura emprendedora, identificando y fortaleciendo líderes empresariales en la ciudad de Tuluá y sus alrededores, a través de capacitaciones, talleres, consultoría y asesoría con el apoyo de las diferentes entidades públicas y privadas de nuestro municipio. Desarrollando una labor dentro del sistema actual que cubre las necesidades que se demandan hoy en día.

Misión

Somos una organización que fomenta cultura emprendedora e identifica líderes empresariales, presta diversificación de servicios en creación y restructuración de empresas, proyectos de alto impacto social y empresarial, contamos con personal calificado, para contribuir a la calidad y mejoramiento continuo de las comunidades, empresas formales e informales de Tuluá y sus alrededores, con el apoyo de entidades del estado y privadas, a través de alianzas estratégicas con instituciones educativas de formación técnica y superior, generando responsabilidad social y cultura ambiental.

Visión

Ser reconocidos y consolidarnos en el departamento del valle del cauca en el año 2015 como organización que fomenta el emprendimiento, desarrollo humano y empresarial, con capacidad de crear cultura centrada en la construcción de ciudad, generando creatividad e innovación en procesos empresariales y mejores condiciones de vida de los participantes, a través de servicios diversos e intervención de proyectos de alto impacto y mejoramiento del entorno, fortaleciendo los conocimientos de nuestros colaboradores para la satisfacción de necesidades, con el apoyo de entidades públicas y privadas, creando responsabilidad social y cultura ambiental.



Para construir las soluciones que necesita la empresa con las personas que la componen, desarrollamos procesos de acompañamiento, asesoría, consultoría a través de capacitaciones y/o talleres en procesos empresariales en los siguientes temas:

- Emprendimiento Empresarial
- Fortalecimiento Empresarial

Ofrecemos lo mejor de nuestro saber, nuestra experiencia, y el ser de cada uno de nuestro equipo de colaboradores, para impulsar en nuestros clientes una gestión que rinda resultados superiores, trascendentes y perdurables. Es decir, buscamos que nuestra intervención sea una inversión que beneficie a los clientes en resultados favorables acordes con lo que ellos esperan del acompañamiento, asesoría y consultoría.

Emprendimiento Empresarial

Lo que se pretende en este espacio es fomentar la cultura emprendedora y el fortalecimiento de iniciativas empresariales de alto impacto generando creatividad y valor agregado, que dinamicen la economía de la ciudad y sus alrededores, esto se logra en Conjunto de actividades de sensibilización, capacitación y formación que contribuyen al desarrollo de competencias emprendedoras en el ser, el saber y el hacer.

SER EMPRESARIO, UN PROYECTO DE VIDA

- ✓ *¿Qué es emprendimiento?*
- ✓ *Cualidades de un emprendedor*
- ✓ *Competencias del empresario*
- ✓ *Errores de un emprendedor*
- ✓ *Recursos*
- ✓ *Ideas de negocios*
 - *Oportunidades*
 - *Tendencias*



PLAN DE NEGOCIO “mapa de ruta”

- ✓ *¿Qué es planificar?*
- ✓ *Por qué se debe escribir lo que se planea*
- ✓ *Fases de un plan de negocios*
 - *Factibilidad económica*
 - *Factibilidad financiera*
 - *Fase operativa “inicio de la empresa”*
 - *Factibilidad de mercados*
- ✓ *Estructura del plan de negocio*
- ✓ *Recomendación para la presentación de un plan de negocio “escrita y oral”*

Uno de nuestros principales objetivos de esta organización es apoyar la materialización de proyectos empresariales y la consolidación de nuevas empresas, que tengan gran potencial de crecimiento y de alto impacto.

Fortalecimiento Empresarial

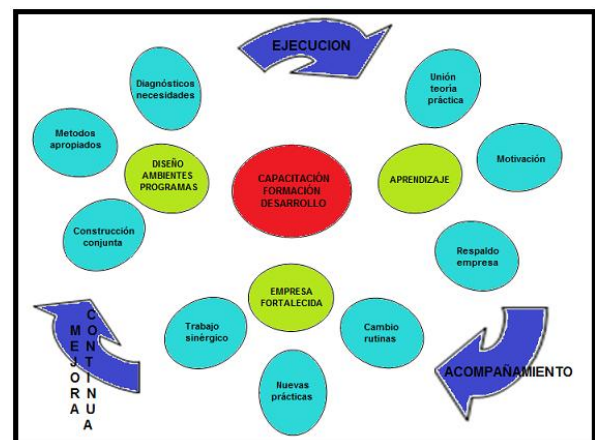
Desarrollamos y diseñamos procesos de formación dirigidos a las personas de cualquier área, para el fortalecimiento de sus competencias en los distintos temas de los procesos organizacionales.

Inicialmente se identifican necesidades y realiza un diagnóstico de la organización.

Esto permite el diseño de puestos de trabajo, procesos y programas de formación a la medida de cada colaborador, y la selección de las metodologías apropiadas para su puesta en marcha.

El modelo del diseño resultante es único y exclusivo para la empresa.

Entre las metodologías que utilizamos se destaca el constructivismo y el aprendizaje activo, que combinan actividades de la experiencia. Con la presentación de estudios, casos y elementos conceptuales, para complementar el aprendizaje de los participantes.



Lo anterior facilita estabilizar comportamientos eficaces y adecuados para la organización.

Presentamos, a manera ilustrativa, programas que comprenden pero no agotan los temas en las gestiones operativa, humana y comercial, que existen para diversos participantes.

Programa 1: Objetivo

Lograr que el microempresario identifique y defina la estructura de su actividad económica

Identidad del negocio

- ✓ Definición del negocio
- ✓ Análisis de los entornos
- ✓ Competitividad

Diseño organizacional

- ✓ Estructura funcional del negocio
- ✓ estrategia empresarial
- ✓ Seguimiento y control de la estrategia

Dirección empresarial

- ✓ Estilos de liderazgo
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Delegación y empoderamiento



Programa 2: Objetivo

Lograr que los microempresarios que participen recurran a diversos tipos de herramientas de comercialización orientadas a mejorar su desempeño comercial a nivel local, nacional e internacional

Gestión Comercial y mercadeo

- ✓ Segmentación

- ✓ Estimación de la demanda
- ✓ Definición del mercado meta

Proceso de negociación

- ✓ Aspectos generales de la negociación
- ✓ Modelos de negociación
- ✓ Tácticas para negociar

Mezcla de mercadeo y ventas

- ✓ Pronóstico de ventas
- ✓ Ventas
- ✓ aplicación de las nuevas tecnologías
- ✓ Plan de marketing

Registro Mercantil herramienta comercial

- ✓ importancia de tener la marca registradas

Programa 3: Objetivo

Lograr que los microempresarios que participan obtengan conocimiento de la importancia de los procesos orientados a implantar sistemas de Gestión de la Calidad.

La Importancia de la calidad y sus beneficios

- ✓ Enfoque estratégico de la Calidad.
- ✓ NTC 6001
- ✓ Metodología Planear, Hacer, Verificar y Actuar (PHVA)

Identificación, y descripción de procesos

- ✓ Enfoque por procesos.
- ✓ Identificación de los procesos.
- ✓ Construcción del mapa de procesos.
- ✓ Descripción de procesos.
- ✓ Plan de Calidad.

Herramientas para el control de los procesos

- ✓ Sistema de medición de productos y procesos
- ✓ Hoja de tormenta de ideas
- ✓ Diagrama de Flujo
- ✓ Diagrama de Pareto

Programa 4: Objetivo

Lograr que los microempresarios que participen identifiquen sus costos y apliquen herramientas financieras, que le permitan un manejo eficiente de los recursos

Costeo y fijación de precios

- ✓ Identificación y clasificación de los costos y los gastos de la empresa.
- ✓ Calcular margen de contribución.
- ✓ Calcular el punto de equilibrio.
- ✓ Determinación del precio de venta.

Flujo de Caja

- ✓ Administración de la cartera.
- ✓ Administración de las deudas.
- ✓ Elaboración del flujo de caja

Administración de documentos y control del registro contable

- ✓ Importancia de los soportes contables (facturas, recibos, comprobante egreso, remisiones).
- ✓ Estructura y lectura de los Estados Financieros:
- ✓ Balance General
- ✓ Estado de Ganancias y Pérdidas
- ✓ Indicadores
- ✓ Liquidez, Rentabilidad, Endeudamiento.

Objetivo 5: Objetivo

Lograr que los microempresarios participantes tomen conciencia de la importancia de cumplir con las obligaciones tributarias.

Impuestos Nacionales

- ✓ Retención en la fuente
- ✓ IVA
- ✓ Renta y complementarios

Impuestos territoriales

- ✓ Industria y comercio
- ✓ Avisos y tableros

Contratos laborales y sus aspectos tributarios

- ✓ Clases de contratos
- ✓ Clases de salarios
- ✓ Prestaciones sociales

Impuestos Aduaneros

- ✓ Importaciones
- ✓ Exportaciones

El equipo de trabajo, pretende fortalecer las competencias personales y laborales de los participantes para su funcionamiento eficaz y desarrollo. En tanto a nivel de la empresa se trabaja en el ajuste de los modelos de selección, inducción y capacitación.

Nuestra Metodología de Trabajo

Fundación SEGA para el emprendimiento y desarrollo empresarial ofrece sus servicios bajo diferentes métodos de intervención en acompañamiento en ideas emprendedoras y/o planes de negocio con asesoría y consultoría través de

capacitaciones y/o talleres en procesos empresariales, con disciplina y motivación a la hora de transmitir el conocimiento.

Nuestra promesa de servicio se sustenta en procesos definidos, en cuanto a creación de empresas, con una completa red de consultores en diferentes áreas de especialidad y experiencia, alianzas estratégicas a nivel local por el momento.

Hacemos equipo con nuestros clientes y/o usuarios; esto se logra con la participación, según el caso, de directivos, líderes, presidentes de junta de acción comunal entre otros, para generar un proceso de cambio efectivo y, finalmente, para impulsar el aprendizaje interno; es decir, para que la organización quede en capacidad de aplicar sola nuevos procesos de mejoramiento, formación, etc.

Nuestros Consultores

Nuestro equipo de colaboradores y facilitadores, se caracteriza por su gran conocimiento y experiencia comprobada en las diversas áreas del saber administrativo. Ello nos permite brindar a los clientes una comprensión amplia de la gestión y procesos organizacionales, que se traduce en resultados medibles, sostenibles y replicables.

Presentamos algunos de nuestros consultores con sus principales áreas de especialidad y de experiencia:

José Jesús Romero Rodríguez

Consultor, Administrador de
Empresas. Mercadeo, ventas,
Analista de crédito y cartera.

Para mayor información sobre nuestros servicios, comuníquese con nosotros:

Teléfonos:

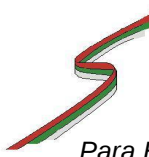
José Jesús Romero Rodríguez (300) 204 5672 - (310) 390 6272

Johanna Andrea Narváez Giraldo (320) 787 8355

Correo electrónico: FUNDACIONSEGA@HOTMAIL.COM

6.7.1.2 .2 FICHA TECNICA DEL SERVICIO

A continuación, se ilustrara los servicios que se brindaran en dicho proyecto.

 Fundación SEGA <i>Para Emprendimiento y desarrollo empresarial</i>	FICHA TECNICA DE SERVICIO EN EMPRENDIMIENTO
---	--

TEMAS	ACTIVIDADES	DURACION HORAS
SER EMPRESARIO, UN PROYECTO DE VIDA ✓ <i>¿Qué es emprendimiento?</i> ✓ <i>Cualidades de un emprendedor</i> ✓ <i>Competencias del empresario</i> ✓ <i>Errores de un emprendedor</i> ✓ <i>Recursos</i> ✓ <i>Ideas de negocios</i> ➤ <i>Oportunidades</i> ➤ <i>Tendencias</i>	Conferencia Taller Asesoría	5 horas
PLAN DE NEGOCIO “mapa de ruta” ✓ <i>¿Qué es planificar?</i> ✓ <i>Por qué se debe escribir lo que se planea</i> ✓ <i>Fases de un plan de negocios</i>	Conferencia	

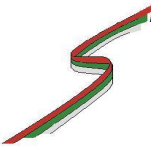
➤ <i>Factibilidad económica</i> ➤ <i>Factibilidad financiera</i> ➤ <i>Fase operativa “inicio de la empresa”</i> ➤ <i>Factibilidad de mercados</i> ✓ <i>Estructura del plan de negocio</i> ✓ <i>Recomendación para la presentación de un plan de negocio “escrita y oral”</i>	Taller <
---	---

COMPETENCIAS MINIMAS	proyectos. ✓ Trabajar en equipo. ✓ Establecer procesos comunicativos asertivos. ✓ Manejar herramientas informáticas asociadas al área objeto de la formación.
ESTRATEGIA METODOLOGICA	1. Identificar las fases del proceso de emprendimiento y los factores a considerar para el éxito del mismo 2. Aplicar un método para identificar y evaluar iniciativas empresariales y sociales 3. Analizar las características y motivaciones que distinguen a un emprendedor 4. Descubrir competencias emprendedoras que poseen los participantes y las que necesitan desarrollar para emprender en forma exitosa. 5. Valorar la importancia del

	trabajo en equipo, la negociación, el manejo y comprensión del cambio, y los valores éticos para el proceso emprendedor 6. Analizar la importancia de la creación de empresas sustentables a corto y largo plazo para el desarrollo económico y social del entorno.
CONOCIMIENTOS DE PROCESO	
✓ Aplicar normas administrativas en camino a la formalización. ✓ Realizar actualización de herramientas e implementos ✓ Realizar control y seguimiento a las labores encomendadas. ✓ Causar sinergia entre los participantes del proyecto y/o planes de negocio. ✓ Participar con equipos de trabajo para realizar las labores pendientes. ✓ Valorar e incentivar a los participantes	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
✓ Clasificar, incentivar e interpretar las ideas creativas para proceso de emprendimiento. ✓ Conocimientos en procesos empresariales ✓ Fomentar creatividad para la generación de emprendimiento empresarial ✓ Generar proceso de fortalecimiento y acompañamiento a través de	

consultoría y asesoría, según procedimientos establecidos y normas vigentes, ✓ creación y apoyo en actividades económicas nacientes ✓ Asesorar sobre apalancamiento financiero en alguna de las entidades financieras existentes
JUSTIFICACION
El programa de acompañamiento en ideas emprendedoras y/o planes de negocio con asesoría y consultoría, pretende brindar capacitaciones y talleres en procesos empresariales lo cual permitirá un mejor desempeño y desarrollo en cualquier actividad económica.

VALOR DE TUTORIA POR HORA	\$ 35.000		
VALOR DE PROGRAMA PERSONALIZADO	\$ 360.000		
VALOR DE PROGRAMA GRUPAL MINIMO (15 PERSONAS) MAXIMO (20 PERSONAS), VALOR POR PERSONA	\$ 50.000		

 Fundación SEGA <i>Para Emprendimiento y desarrollo empresarial</i>	FICHA TECNICA DE SERVICIO DE FORTALECIMIENTO
---	--

PROGRAMAS DE FORTALECIMIENTO	ACTIVIDADES	DURACION HORAS
Diagnostico Empresarial	Asesoría consultoría	
Programa 1: Objetivo Lograr que el microempresario identifique y defina la estructura de su actividad económica.		
Identidad del negocio ✓ Definición del negocio ✓ Análisis de los entornos ✓ Competitividad Diseño organizacional ✓ Estructura funcional del negocio ✓ estrategia empresarial ✓ Seguimiento y control de la estrategia Dirección empresarial ✓ Estilos de liderazgo ✓ Trabajo en equipo ✓ Delegación y empoderamiento	Conferencia Taller Asesoría	12
VALOR DE TUTORIA POR HORA	\$ 35.000	

VALOR DE PROGRAMA PERSONALIZADO	\$360.000	
VALOR DE PROGRAMA GRUPAL MINIMO (15 PERSONAS) MAXIMO (20 PERSONAS), VALOR POR PERSONA.	\$ 50.000	
Programa 2: Objetivo Lograr que los microempresarios que participen recurran a diversos tipos de herramientas de comercialización orientadas a mejorar su desempeño comercial a nivel local, nacional e internacional		
Gestión Comercial y mercadeo ✓ Segmentación ✓ Estimación de la demanda ✓ Definición del mercado meta Proceso de negociación ✓ Aspectos generales de la negociación ✓ Modelos de negociación ✓ Tácticas para negociar Mezcla de mercadeo y ventas ✓ Pronóstico de ventas ✓ Ventas ✓ aplicación de las nuevas tecnologías ✓ Plan de marketing Registro Mercantil herramienta comercial ✓ importancia de tener la marca registradas	Conferencia Taller Asesoría	16
VALOR DE TUTORIA POR HORA	\$ 35.000	

[illegible]

✓ Balance General ✓ Estado de Ganancias y Pérdidas ✓ Indicadores ✓ Liquidez, Rentabilidad, Endeudamiento.		
VALOR DE TUTORIA POR HORA	\$ 35.000	
VALOR DE PROGRAMA PERSONALIZADO	\$720.000	
VALOR DE PROGRAMA GRUPAL MINIMO (15 PERSONAS) MAXIMO (20 PERSONAS), VALOR POR PERSONA.	\$ 50.000	
Objetivo 5: Objetivo Lograr que los microempresarios participantes tomen conciencia de la importancia de cumplir con las obligaciones tributarias.		
Impuestos Nacionales ✓ Retención en la fuente ✓ IVA ✓ Renta y complementarios Impuestos territoriales ✓ Industria y comercio ✓ Avisos y tableros Contratos laborales y sus aspectos tributarios ✓ Clases de contratos ✓ Clases de salarios ✓ Prestaciones sociales Impuestos Aduaneros ✓ Importaciones ✓ Exportaciones ✓	Conferencia Taller Asesoría	12
VALOR DE TUTORIA POR HORA	\$ 35.000	

VALOR DE PROGRAMA PERSONALIZADO	\$360.000	
VALOR DE PROGRAMA GRUPAL MINIMO (15 PERSONAS) MAXIMO (20 PERSONAS), VALOR POR PERSONA.	\$ 50.000	
Plan de acción	Asesoría consultoría	
DURACION ESTIMADA DEL APRENDIZAJE	90 HORAS	
VALOR DE PROGRAMA PERSONALIZADO	\$2.250.000	
VALOR DE PROGRAMA GRUPAL MINIMO (20 PERSONAS) MAXIMO (25 PERSONAS), VALOR POR PERSONA.	\$ 50.000	
PERFIL DEL DOCENTE		
REQUISITOS ACADEMICOS MINIMOS	El programa requiere de un equipo de instructores profesionales con carreras administrativas.	
EXPERIENCIA LABORAL Y/O ESPECIALIZACION EN...	Mínimo 1 año de experiencia en el área de su profesión Conocimientos en emprendimiento y organización en planes de negocio, Administración de empresas, mercadeo, derecho laboral, afines.	
COMPETENCIAS MINIMAS	✓ Formular, ejecutar y evaluar proyectos. ✓ Trabajar en equipo. ✓ Establecer procesos comunicativos asertivos. ✓ Manejar herramientas	

	informáticas asociadas al área objeto de la formación. ✓
	1. Identificar las fases del proceso de emprendimiento y los factores a considerar para el éxito del mismo 2. Aplicar un método para identificar y evaluar iniciativas empresariales y sociales 3. Analizar las características y motivaciones que distinguen a un emprendedor 4 .Descubrir competencias emprendedoras que poseen los participantes y las que necesitan desarrollar para emprender en forma exitosa. 5. Valorar la importancia del trabajo en equipo, la negociación, el manejo y comprensión del cambio, y los valores éticos para el proceso emprendedor 6. Analizar la importancia de la creación de empresas

	sustentables a corto y largo plazo para el desarrollo económico y social del entorno.
CONOCIMIENTOS DE PROCESO	
✓ Aplicar normas administrativas en camino a la formalización. ✓ Realizar actualización de herramientas e implementos ✓ Realizar control y seguimiento a las labores encomendadas. ✓ Causar sinergia entre los participantes del proyecto y/o planes de negocio. ✓ Participar con equipos de trabajo para realizar las labores pendientes. ✓ Valorar e incentivar a los participantes	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
✓ Clasificar, incentivar e interpretar las ideas creativas para proceso de emprendimiento. ✓ Conocimientos en procesos empresariales ✓ Fomentar creatividad para la generación de emprendimiento empresarial ✓ Generar proceso de fortalecimiento y acompañamiento a través de consultoría y asesoría, según procedimientos establecidos y normas vigentes, ✓ creación y apoyo en actividades económicas nacientes ✓ Asesorar sobre apalancamiento financiero en alguna de las entidades financieras existentes	
JUSTIFICACION	
El programa de acompañamiento en ideas emprendedoras y/o planes de negocio con asesoría y consultoría, pretende brindar capacitaciones y talleres en procesos empresariales lo cual permitirá un mejor desempeño y desarrollo en cualquier actividad económica	

6.7.1.3 Servicios sustitutos. En función de este proyecto se encuentra una amplia oferta de servicios que cumplen oficios de apoyo empresarial como las oficinas de los profesionales independientes, instituciones educativas, los bancos entre otros. Donde ellos brindan una parte del servicio lo cual es probable que no tengan claridad y el compromiso que se requiere.

Sin embargo se generan estrategias para persuadir a los clientes que identifiquen el buen nombre y conozcan ampliamente las ventajas y beneficios que tienen al utilizar los servicios de empresas reconocidas en consultorías y asesorías empresariales respecto a otras empresas de servicios similares.

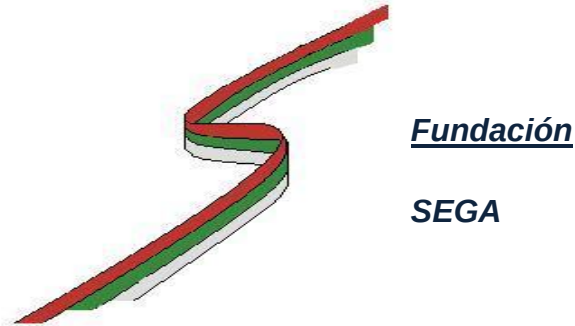
6.7.1.4 Servicios complementarios. El servicio que ofrece este proyecto se relaciona de forma complementaria con capacitaciones en: motivación y desarrollo personal, proyecto de vida, acompañado de acciones de recreación y cultura, deporte entre otros.

6.7.1.5 Marca y Logo. La marca del proyecto es Fundación SEGA para el emprendimiento y desarrollo empresarial. Representa una organización sin ánimo de lucro, el logo es la letra “S” de su nombre con los colores rojo, verde y blanco representativos de la bandera del municipio de Tuluá, lugar donde estará ubicado y enfocado este proyecto, el color azul de las letras del nombre demuestra que expresa armonía, amistad, fidelidad, serenidad, verdad, dignidad, confianza, sensualidad y comodidad. Este proyecto brinda acompañamiento a ideas emprendedoras y/o planes de negocio con asesoría y consultoría en procesos empresariales.

El slogan de este proyecto es “UNIDOS GENERAMOS DESARROLLO”. El significado de ese slogan está enfocado en generar sinergia a todos los empresarios y emprendedores del municipio de Tuluá y sus alrededores, para que

hagan parte del crecimiento y desarrollo económico de nuestra ciudad, generando calidad de vida, responsabilidad social, buena atención a los clientes y/o usuarios.

LOGO



Para el emprendimiento y desarrollo empresarial

SLOGAN: ***¡UNIDOS GENERAMOS DESARROLLO!***

6.7.2 Estrategia de Precio. El proyecto apropió el costo del servicio y determinó el valor este para los clientes y/o usuarios potenciales, el cual sea igual o menor al de la competencia en general, ya que se pretende competir desde un precio más bajo al actual competencia, donde incluye factores como precios por temas a exponer. Debido al fuerte promedio de los competidores potenciales del mercado en la ciudad de Tuluá, se analizan variables tales como:

6.7.2.1 Análisis del punto de equilibrio. En la siguiente tabla se ilustra el punto de equilibrio, la tabla muestra la cantidad de unidades requeridas en cada uno de los años.

Tabla 20. PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO		1	2	3	4	5
Personas a Capacitar		7.705	3.849	2.636	2.044	1.695
TOTAL		7705	3849	2636	2044	1695

Fuente: Elaboración propia.

6.7.2.2 Tipo de mercado y su incidencia en el precio. El servicio que se va a brindar es intangible, especialmente satisface necesidades socioeconómicas a la región, ofreciendo un mejoramiento de la calidad de vida en la comunidad, donde la competencia incide en el precio pero dependiendo de qué tan competitivo sea este en las ventas, en la atención al cliente y en el desarrollo económico y social.

6.7.2.3 Cálculo y sustentación del precio. La determinación de los precios del servicio es un factor importante pues servirá de base para el cálculo de los ingresos probables del proyecto en el futuro, también para la comparación entre el precio comercial del servicio de este estudio, tomando en cuenta algunos de los más representativos competidores que intervienen en el mercado.

Teniendo como base la respuesta de la encuesta en la tabla de valores a pagar por una capacitación por persona de modo grupal, se determina un precio promedio por valor de \$50.000 relacionando dicho precio con el perfil del consumidor desarrollado en la encuesta es viable para el presente estudio, no siendo este muy distante a la situación del proyecto.

6.7.2.4 Proyección de ventas Según encuestas realizadas a organizaciones que desempeñan sus labores en beneficio de las personas emprendedoras y comerciantes de la Ciudad de Tuluá en servicios de creación de empresas y

fortalecimiento empresarial como Comfenalco, Cámara de Comercio, Comfandi, Alcaldía Municipal, Univalle, Fundación Sarmiento Palau y SENA CLEM Tuluá, presentamos la información suministrada por estas organizaciones en número de personas capacitadas al año y porcentaje de participación.

Tabla 21. TOTAL PERSONAS CAPACITADAS ANUALMENTE

Entidad	Personas	% Participación
Comfenalco	108	3,10%
Cámara de comercio	360	10,32%
Comfandi	300	8,60%
Alcaldía	180	5,16%
Univalle	60	1,72%
Fundación Sarmiento Palau	80	2,29%
Sena	2400	68,81%
Total	3488	100,00%

Fuente: Elaboración propia.

Según información estadística del DANE proyección de población 2005-2020 total municipal por área, presenta una proyección e incremento anual de (1.02%) en la población de la ciudad de Tuluá y sus alrededores, el cual se aplicó sobre el resultado total de las encuestas realizadas de las personas capacitadas anualmente.

Tabla 22. PROYECCION DE POBLACION EN CAPACITACION EMPRESARIAL

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
3.488	3.524	3.560	3.596	3.632	3.669

Fuente: Elaboración propia.

Con base en esto se tomaron cuatro organizaciones: Cámara de Comercio, Alcaldía Municipal, Univalle, Fundación Sarmiento Palau para conocer el porcentaje probable de participación de la fundación SEGA (19,50%) donde este se multiplica por el número total de personas capacitadas del primer año de las organizaciones encuestadas, dando como resultado el número anual de personas que se deben capacitar con la fundación, este a su vez se multiplica por seis que es la cifra de módulos ofrecidos por la misma, proporcionando el número de capacitaciones requeridas en general tanto de emprendimiento y fortalecimiento como se ilustra en la tabla 21.

Tabla 23. PROYECCION DE VENTAS DEL SERVICIO

Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nivel de Participación	19,50%	19,50%	19,50%	19,50%	19,50%
Personas Capacitadas	687	694	701	708	715
Capacitaciones requeridas	4.122	4.164	4.206	4.249	4.292
Precio por capacitación	50.000	55.000	60.000	65.000	70.000
Ventas	206.080.800	229.001.107	252.367.547	276.159.497	300.406.301

Fuente: Elaboración propia.

6.7.3 Estrategia de Distribución. La estrategia de distribución apropiada para la prestación de servicios (acompañamiento, asesorías y consultorías en procesos empresariales) es la venta directa y un excelente servicio al cliente tanto interno como externo, la cual se llevara a cabo en la zona de influencia, generando resultados visibles y satisfactorios con diferentes estrategias de publicidad, con el fin de crear marca en el mercado de la ciudad de Tuluá y sus alrededores.

6.7.3.1 Canales de Distribución. El canal de distribución apropiado es el cara a cara, donde se expresa un canal de distribución directo entre el productor y el consumidor, debido a que el servicio se refleja de forma inmediata ya sea positiva o negativamente en la atención y disposición hacia el cliente, por lo tanto se pretende manejar la vía más corta, simple y rápida.

6.7.3.2 Proveedores. En el caso de esta empresa de servicios en emprendimiento, consultoría y asesoría en procesos empresariales, se presentan cantidad de medios de información ya sean de medio virtual o editoriales, donde se tomara en cuenta la actualización de información real que brindan para la transmisión de la misma.

6.7.4 Estrategia de Promoción. La estrategia de promoción a efectuar está sujeta a las preferencias del mercado, teniendo en cuenta las necesidades en procesos empresariales, mediante a estas acciones se anexa la publicidad visual (creación de marca) a partir de logros de marketing como lo son un excelente servicio al cliente interno y externo, calidad del servicio y compromiso, y contara con diferentes herramientas audio visuales como lo son: las vallas publicitarias, internet, tv local, radio, prensa, etc. Con el fin de posicionar marca, logotipo “Fundación SEGA” para lograr recordación e impacto del mismo, y por ultimo obtener la atención de los posibles clientes y/o usuarios potenciales del presente proyecto.

6.7.4.1 Venta Personal. Este proyecto está enfocado en el acompañamiento de ideas emprendedoras y/o planes de negocio con asesoría y consultoría empresarial, donde el encargado en la venta personal son las empresas que apoyan el sector micro-empresarial y los mismos profesionales especializados en consultoría y asesoría empresarial.

6.7.4.2 Publicidad Directa e Indirecta. El éxito de una estrategia promocional se basa en la eficacia del plan de los medios de comunicación. No importa qué tan grande o pequeño sea un espacio físico, éste necesita publicidad. Y con esto nos referiremos a la experiencia, a la especialización empresarial, a una excelente calidad del servicio, al placer de crecimiento de conocimiento, entre otras, las opciones son las siguientes:

- Vallas: Las cuales se ubicaran en espacios abiertos y transcurridos.
- Radio: Se pautara en las emisoras locales y horarios más escuchados.
- Prensa: Se promocionará en las revistas y periódicos locales más leídos y vistos.
- Punto de servicio: Se realizara convenios con las juntas de acción comunal y sus presidentes para ocupación de los espacios en el momento de prestación de los servicios.

6.7.4.3 Merchandising. Se debe crear marca para así generar identidad y recordación de los clientes hacia el servicio que se va a brindar. Por lo que cada vez se hace más importante utilizar mejores estrategias para posicionarse y convertirse en la primera opción para los empresarios y emprendedores al adquirir un servicio de esta categoría. Una de las técnicas de merchandising a utilizar después de haber generado marca, sería brindar un excelente servicio al cliente y también puede extender las líneas de servicios de acompañamiento, asesoría y consultoría empresarial, reafirmando su posicionamiento y marca.

Es muy importante destacar a los profesionales especializados en lo empresarial (consultores y asesores), ya que son la identidad de este servicio, sin ellos no se generaría una gran diferencia en el mercado, para que sus servicios tengan un valor empresarial y sean solicitados por su trabajo y conocimiento.

6.7.4.4 Tele-mercadeo. La comunicación vía telefónica y medio virtual hoy en día a facilitado al mundo informarse de todo lo que suceda a su alrededor. Este tipo de comunicación promocional genera la facilidad para manejar un flujo de información a través de internet, permite expandir el mercado empresarial donde el comercio electrónico juega un papel importante, también se planea la publicación y promoción del proyecto por medio de redes sociales como Facebook y Twitter para ofrecer los servicios y dar a conocer la página web del mismo.

6.7.4.5 RR.PP. La idea es de generar un vínculo entre las organizaciones, medios de comunicación y público relacionado con el fin de convencer e integrar de manera positiva sin grandes presupuestos, donde resulta esencial que el proyecto se convierta en una organización conocida en su comunidad. Por consiguiente estás serían algunas actividades a efectuar en la puesta en marcha del proyecto, donde busca compartir con la comunidad y crear espacios o eventos para presentar el servicio.

Con fines de responsabilidad social:

- Brindar capacitación a madres cabezas de hogar en motivación de ideas emprendedoras, con el fin de generar sensibilización y lograr beneficios a mediano plazo.
- Intermediación y apoyo para los líderes de las juntas de acción comunal.
- Creación y fortalecimiento en proyectos de reciclaje en la comunidad.

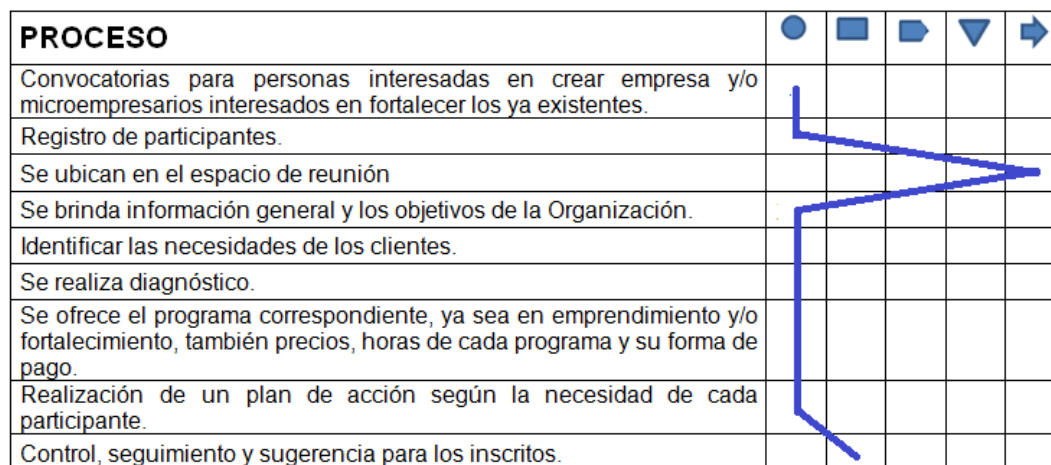
Con fines Lucrativos:

- La comunicación de boca en boca tiene mayor poder de persuasión que casi cualquier forma de comunicación impresa o electrónica.
- Realizar eventos culturales y deportivos para lograr publicidad.
- Organizar exposiciones empresariales para los participantes del proyecto hacia la comunidad.
- Intermediación entre la comunidad y grupos Universitarios para el apoyo de sus organizaciones.

7. OPERACIÓN

7.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Grafica 10. DESCRIPCION DEL PROCESO



Fuente: Elaboración propia.

7.2 PLAN DE COMPRAS.

Compra de Equipos. Para la elaboración del plan de servicio se requiere de Equipos de oficina adecuados para su funcionamiento y que vaya en proporción a las necesidades del proyecto; a continuación se ilustra en la siguiente tabla el tipo de equipo y sus características.

Tabla 24. COMPRA DE EQUIPOS

EQUIPO	CANT	CARACTERISTICAS	COSTO	IMAGEN
Portátil Toshiba L655 Core i3-380M 4GB DDR3 640GB 15.6" HDMI Intl 3-380M TURBO Boost 2da generación HD 720P puerto HDMI	1	Procesador Multi núcleo, Intel Core 17 con 4 procesadores a 64 bits con Turbo boosttechnology hasta 2.93Ghz de velocidad, con tecnologíaIntelHyper – Threading, Intel FDI, Intel Clear Video Technology, Intel Clear Video HD Technology, lo que resulta en mayor velocidad, procesamiento y rendimiento. Batería de 6 Celdas de larga duración de Lithium-Ion. Disco Duro de 320 GB. Memoria RAM de 8 GB tipo DDR3.	\$1.549.900	
Proyector Video Beam Hd Epson Ex71-w10+w12+ Hdmi Digital Usb	1	mágenes en pantalla panorámica, conexión digital HDMI, conexión digital en USB, emisión de luz de 2500 lumens, tecnología 3LCD	\$1.690.000	
Impresora Multifuncional Epson Stylus Tx135 Sistema Continuo	1	Tecnología de impresión. EPSON micropieza punto variable, impresión a 4 colores (CMYK), resolución: hasta 5760 x 1440 dpi. Velocidad de impresión: max. 28 ppm en texto negro y 15 ppm. En texto a color, normal 3,0 ISO ppm en negro y 1,6 ISO ppm a color. Tamaño de la gota: 4 picolitros.	\$250.000	
Pantalla Trípode	1	Alta resolución, tamaño 200 x 200, uso en la interperie, fabricada con una lona llamada blackout.	\$180.000	

Silla de escritorio	1	Ergonómica, elegante, altura y espaldar ajustables, no caliente y silenciosa.	\$162.000	
Escritorio	1	Superficie de trabajo en aglomerado de alto espesor con remate en formaborde protector, pata metálica o aglomerado de alto espesor, dimensiones aproximadas: 140 x 90 cm con 80 cm de altura, mueble complementario con dos gavetas y puesto de archivo en aglomerado enchapado, dimensiones aproximadas: 80 x 50 cm con 50 cm de profundidad	\$296.000	
vehículo	1	✓ Año: 2012 ✓ Cant. de puertas: 5 ✓ Color: Negro ✓ Combustible: Gasolina ✓ Dirección: Hidráulica ✓ Kilómetros: 12500 ✓ Marca: Chevrolet ✓ Modelo: Spark ✓ Transmisión: Mecánica ✓ Versión: 18.500.000 ✓ Único dueño: Sí	\$15.000.000	

Fuente: Elaboración propia.

EQUIPO	COSTO
Portátil	\$1.549.900
Video Beam	\$1.690.000
Impresora	\$250.000
Pantalla trípode	\$180.000
Silla de escritorio	\$162.000
Escritorio	\$296.000
Vehículo	\$15.000.000
TOTAL	\$19.127.900

Fuente: Elaboración propia.

Compra de Insumos: la compra de insumos hace parte en la elaboración de formatos, planillas, publicidad interna, circulares de acuerdo al servicio ofrecido y a la información a transmitir. A continuación se ilustra la siguiente tabla:

Tabla 25. COMPRA DE INSUMOS

Insumos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Papelería	360.000	374.400	389.376	404.951	421.149
Marcadores y lapiceros	40.000	41.600	43.264	44.995	46.794
Ganchos (cosedoras y otros)	40.000	41.600	43.264	44.995	46.794
Tintas	40.000	41.600	43.264	44.995	46.794
Total	480.000	499.200	519.168	539.935	561.532

Fuente: Elaboración propia.

7.3 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Considerando los mismos equipos de oficina mencionados anteriormente se requerirán otros equipos de oficina para tenerlos en cuenta más adelante en el desarrollo del proyecto y son las siguientes:

Tabla 26. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

EQUIPO	CANT	CARACTERISTICAS	COSTO	IMAGEN
Computador de escritorio	1	Sistema operativo Windows 7 home original 64 bit, procesador Intel core i3-2120 de segunda generación 3,3 GHz, memoria DDR3 de 4 GB expandible a 8 GB, unidades internas SATA de 1 TB (7200 rpm), unidad grabadora de DVD SuperMulti con tecnología Lightscribe, factor de forma All In One, tarjeta de graficos Intel HD (hasta 785 MB), comunicaciones 802.11b/g tipo 10/100/1000, puertos externos lector de tarjeta 6 en 1 6 USB 2, pantalla HD LED de 20 con tecnologia Brightview cámara web y micrófono integrados, mouse y teclado HP USB, peso 6,08kg, dimensiones: 50,5 x 10 x 39,5 cm.	\$1.500.000	
Impresora multifuncional	1	Impresora HP LaserJet Pro M1132 MFP Laser - 3 en 1 - Impresión, copia y escaneado, velocidad de impresión en negro (normal, A4) hasta de 18 ppm, la velocidad exacta variará dependiendo de la configuración del sistema, el programa de software y la complejidad	\$340.000	

		del documento, ciclo de trabajo (mensual A4) hasta 8000 páginas, volumen de páginas mensuales recomendado 250 a 2000, tecnología de impresión Láser, calidad de impresión en negro (óptimo) hasta de 1200 dpl)		
--	--	--	--	--

Escritorios de oficina	2	Superficie de trabajo en aglomerado de alto espesor con remate en canto rígido al calor, patas tipo pedestal tipo faldero en lámina metálica, cajón metálico gavetero, dimensiones aproximadas: 100 x 50 cm con 80 cm de altura.	\$166.000 unid. \$332.000	
Silla de escritorio	2	Ergonómica, elegante, altura y espaldar ajustables, no calienta y silenciosa.	\$162.000 unid. \$486.000	
Silla de junta	40	Estructura metálica, sentadera y espaldar estructural en madera, paño tapizado Escorial en el tono de su preferencia, dimensiones: Altura total 80 cm, ancho sentadera 49 cm, altura sentadera 42 cm.	\$79.000 unid. \$3.160.000	
Mesa de junta	4	Mesa de juntas para 8 a 10 puestos, fabricada en aglomerado de 35 mm enchapada en fórmica, remate en formaborde anti-impacto, bases de apoyo metálicas, dimensiones	\$458.000 unid. \$1.832.000	

		aproximadas: 220 x 110 x 80 cm de altura.		
Archivador	1	Archivador de 4 puestos, metálico, dimensiones: 136 x 47 x 60 cm (profundidad)	\$480.000	
Tablero borrable	1	Pizarra, tableros portátiles, fácil transporte, practica, material de aluminio, lamina pizarrón, caucho, el trípode tiene un sistema graduable por giro, el pizarrón se dobla por la mitad.	\$180.000	

Fuente: Elaboración propia.

EQUIPO	COSTO
Computador de escritorio	1.500.000
Impresora multifuncional	340.000
Escritorio de oficina (2)	332.000
Silla de escritorio (2)	486.000
Silla de junta (40)	3.160.000
Mesa de junta (4)	1.830.000
Archivador	480.000
Tablero borrable	180.000
TOTAL	8.308.000

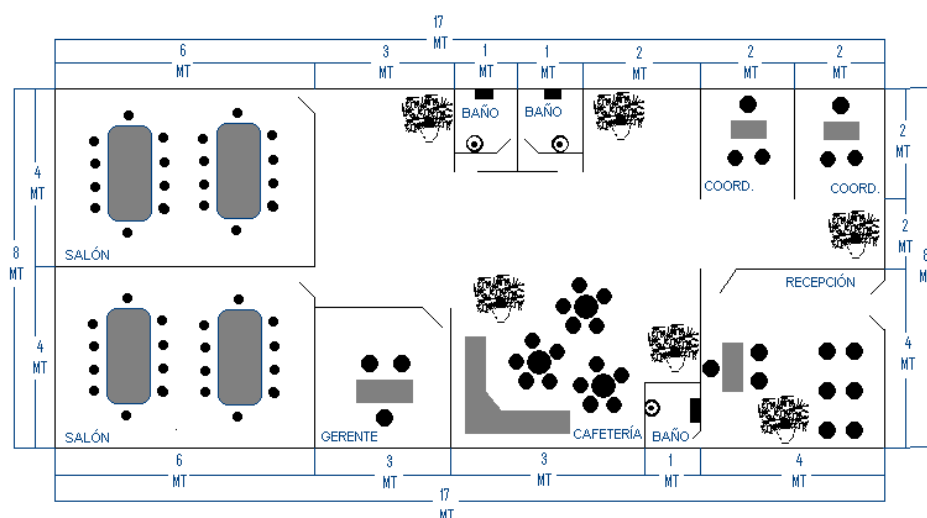
Fuente: Elaboración propia.

7.4 INFRAESTRUCTURA

La Fundación SEGA para el emprendimiento y desarrollo empresarial contará con un área de 136 metros cuadrados, tiene 17 metros de fondo por 8 metros de frente. Ubicada en una zona estratégica de la microlocalización.

Ya en el interior de la organización el área de los salones donde se realizarán nuestros servicios se encontrarán ubicadas al fondo, una oficina para el gerente general de la organización, tres baños, cafetería, oficinas para los coordinadores de emprendimiento y fortalecimiento y al frente de la organización una recepción para recibir y atender a los clientes. Se ilustra de la siguiente manera:

Grafica 11. INFRAESTRUCTURA



Fuente: Elaboración propia.

7.5 PLAN OPERATIVO

El plan operativo del presente plan de negocio comprende las actividades que van desde la elaboración del anteproyecto hasta la inauguración del y son las siguientes:

Grafica 12. PLAN OPERATIVO

2012																
ACTIVIDADES		Febrero		Marzo		Abril		Mayo		Junio						
ESTUDIO DE MERCADEO Y COMERCIALIZACION	Análisis del entorno															
	Análisis del sector															
	Identificación del mercado															
	Plan de marketing															
ASPECTOS TECNICOS DEL PROYECTO	Estudio del tamaño															
	Micro - macro															
	Localización															
	Ingeniería del proyecto															
ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL	Definición de estructura															
	Manual por áreas de perfiles y competencias															
	Organización jurídica, requisitos legales y manejo de contratos															
ESTUDIO AMBIENTAL	Políticas ambientales															
ESTUDIO FINANCIERO	Inversión															
	Presupuestos, ingresos, costos y gastos															
	Estados financieros															

servicios financieros y comerciales del sur occidente colombiano. En la actualidad Tuluá constituye la ciudad intermedia más importante del sur occidente de Colombia y está dentro de las 30 ciudades más importantes del país. Su población aproximada es de 200.000 habitantes.

Geografía. Desde el punto de vista de las coordenadas geográficas, Tuluá se encuentra a 4° 05" de latitud norte y 76° 12" de longitud occidental. El Municipio de Tuluá está ubicado en la zona Centro del Departamento Del Valle del Cauca a 102 km. De Cali, a 172 km. de Buenaventura y a 24 km. de Buga. Es atravesado de sur a norte por el río Tuluá. Su influencia socioeconómica se extiende sobre las localidades vecinas de Andalucía, Bugalagrande, Bolívar, Riofrío, Roldanillo, Trujillo, Zarzal, Sevilla, Buga, San Pedro y otras cuya población total asciende a 600.000 habitantes según el DANE, (Proyección ajustada al censo de 2005).

La estructura vial y de transporte generada por la vía panamericana en la doble calzada Buga- Tuluá – La Paila, al igual que la Troncal del Pacífico o vía Panorama, han permitido que esta ciudad tenga Acceso desde los municipios que la circundan.

El Municipio de Tuluá ocupa una extensión territorial total de 910.55 km² (91.055 Ha) de los cuales el 98.78% (89.944.13 Ha) equivale al área rural y el 1.22% (1.110.87 Ha) equivale al área urbana; a Una altura promedio de 973 metros sobre el nivel del mar y temperatura media de 24°C en la zona Urbana.

Grafica 13. MUNICIPIO DE TULUÁ



Fuente: <http://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=30>

Economía. Ubicada en el corazón del Valle, Tuluá es un centro ganadero, comercial, industrial y agrícola de primer orden. Así como de servicios bancarios y especializados. Como centro ganadero es uno de los mejores del occidente colombiano por el número de cabezas y la variedad de sus razas. La ciudadela agropecuaria y el palacio de exposiciones y ferias son considerados de los mejores en el país, además goza de excelentes condiciones climáticas que van desde cálidas a frío de páramo. Otro renglón económico importante es su comercio bien organizado que provee a todos los municipio vecinos. En su territorio se encuentran además, minerales como oro, plata, yeso y caolín. El agro se destaca por ser de intensidad y de excelente rendimiento y una industria desarrollada en diversos renglones económicos, en esta ciudad se concentran todos los sectores económicos. Con respecto a lo empresarial El sector Comercial por cantidad de empresas ha sido históricamente el líder de la región, a marzo de 2010 con el 50,72% de las empresas. Fortalecen su actividad su parque industrial y las terminales aéreas y terrestres.

Demografía. Según, Planeación Nacional en su Departamento de Estudios Socio económicos, con datos procesados del Censo 2005 proyectados 2010 Tuluá tiene 200.726 habitantes con distribución de población 86% urbana y 14% rural, el 53%

de sus habitantes son de sexo femenino y 47% del sexo masculino Observando la composición por grupo de edad se observa que el 30% de la población es menor de 15 Años, mientras que los mayores de 60 representan el 5%. El 75% es población económicamente activa. El 28% es menor de 25 años y 7,4% mayor de 65 años. El 84% de la población es menor de 50 años. El 65% de la población esta en edad de ser considerada económicamente activa.

Zarzal. El Municipio de Zarzal está ubicado aproximadamente 140 kilómetros al noroeste de Cali, la capital del Valle del Cauca. Altitud 916 msnm, Temperatura 26°C Fundado en el año 1.809 con el nombre de Libraida e instituido en 1.909 como Municipio con el nombre actual. Actualmente cuenta con una población de 50.000 habitantes, se caracteriza por concentrar 71,8% de la población en su cabecera

Geografía. El Municipio tienen un área de 355,14 Km², conformada principalmente por terreno plano y colinas (262 Km², con clima cálido) perteneciente al valle geográfico del Río Cauca; al Norte y al Oriente se observan algunos accidentes orográficos de poca elevación que hacen parte del piedemonte (93 Km², clima medio) de la vertiente occidental de la Cordillera Central. Entre estas elevaciones se desatacan el cerro de Pan de Azúcar, los altos de La Aurora y Montenegro, la sierra del Salado y la sierra de Zarzal, el cerro de Care perro y la loma de la cruz. Desde el punto de vista hidrográfico, el río Cauca marca el límite occidental del Municipio. A él confluyen las aguas del Río La Paila, de las quebradas Las Cañas y La Honda, de los zanjones Murillo, Las Lajas y Limones y el río La Vieja . La Cabecera Municipal se encuentra situada en los 4°23'34" de latitud norte y 76°04'28" de longitud oeste. Los límites del municipio de zarzal son; al **Norte**, Municipio de la Victoria, **Sur** Municipio de Bugalagrande, **Occidente** Municipio Roldanillo – Bolívar y **Oriente** Municipio de Sevilla.

GRAFICA 14. MUNICIPIO DE ZARZAL



Fuente: <http://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=18>

Económico. El desarrollo de la economía gira alrededor de las actividades agrícolas. Las áreas cultivadas tienen tendencia a mantener cultivos transitorios y frutales. Su economía se basa primordialmente en el cultivo extensivo de la caña de azúcar, a pequeñas y medianas empresas en el sector metalúrgico y de distribuciones, también es de gran importancia su gran empuje comercial, ya que existen en el municipio gran cantidad de almacenes de ventas de productos de primera necesidad. Existe también una plaza de mercado, la cual sirve de referencia para varios municipios de sus alrededores.

Con respecto a lo empresarial zarzal en el sector Comercial tiene el 49,55% de las empresas y genera el 20% de los empleos. En lo financiero existen 6 Instituciones, cuenta con acueducto, alcantarillado, energía, gas natural y telefonía tanto en la parte Urbana como en la rural. Existen 1302 establecimientos comerciales, distribuidos en las diferentes actividades económicas. Entre las empresas inscritas se observa que el sector Agropecuario es el mayor generador de empleo del municipio, con un total de 1.821. Le sigue en su orden, la industria que participa con un total de 1.783 personas empleadas, de los cuales el 90% corresponden a la empresa Colombina y Ingenio Rio paila S.A. la más representativa con relación

al número de empresas por actividad, el sector más representativo es el comercio, con un 60.2% del total, seguido del sector servicios, que representa el 17.5%, y genera 293 empleos directos.

Demografía. Según el censo de 2010 había 14.314 personas residiendo en Zarzal. La densidad de población era de 508,81 hab/km². De los 14.314 habitantes, Zarzal estaba compuesto por el 62.71% blancos, el 21.31% eran afroamericanos, el 0.64% eran amerindios, el 0.24% eran asiáticos, el 0% eran isleños del Pacífico, el 11.82% eran de otras razas y el 3.28% pertenecían a dos o más razas. Del total de la población el 98.79% eran hispanos o latinos de cualquier raza.

Por consiguiente, Para realizar la macrolocalización, que es la ciudad en donde se ubicará nuestra Proyecto se llevara a cabo un tipo de análisis cualitativo, y se llevo a cabo mediante una matriz de selección donde se ponderaron cada uno de las condiciones y características que prevalecen en cada ciudad con los cuales se puede calificar y aproximarse más a las necesidades y requerimientos del proyecto para una implantación adecuada.

Nota: las calificaciones se postularon según el siguiente orden, Calificaciones:

1. Muy bueno 2. Bueno 3. Regular 4. Malo 5. Muy malo

**Tabla 27. MACROLOCALIZACION DEL PROYECTO
(ANALISIS CUALITATIVA)**

VARIABLE	PONDERACION	MUNICIPIO DE TULUA		MUNICIPIO DE ZARZAL	
		CALIFICACION	P*C	CALIFICACION	P*C
SERVICIOS PUBLICOS	10	1	10	2	20
VIAS DE COMUNICACIÓN	10	2	20	2	20
MANO DE OBRA CALIFICADA	25	1	25	2	50
CRECIMIENTO DEL SECTOR	20	1	20	1	20
TAMAÑO DE LA POBLACION OBJETIVO	20	1	20	2	40
PODER ADQUISITIVO	15	1	15	2	30
TOTAL	100		110		180

Fuente: Elaboración propio

Justificación de la macro-localización. Para la ubicación del proyecto es importante tomar en cuenta ciertos factores que pueden ser determinantes. Los dos municipios que se consideraron para la posible localización de la planta fueron Tuluá y Zarzal, las dos presentaban ventajas y desventajas, sin embargo, de acuerdo a la matriz de selección el municipio de Tuluá presenta una mayor puntuación generada por las ventajas que ofrece Zarzal, por lo que se decidió instalar la empresa en Tuluá, dado que está más propenso al mercado objeto.

Conclusión. Al finalizar el análisis cualitativo se puede observar que la ciudad donde se localizará el proyecto es en Tuluá, debido a que es el municipio que

cuenta con las mejores condiciones para su instalación, por lo que se consideró el mejor municipio en cuanto a ponderación cualitativa, donde es probable que el lugar de macrolocalización de la empresa de acompañamiento en ideas emprendedoras y/o planes de negocio con asesoría y consultoría empresarial se localice allí mismo, ya que cuenta con las características necesarias y condiciones suficientes para así ser considerado.

7.6.2 Microlocalización. Una vez definido el municipio en el que se ubicara el proyecto de acompañamiento de ideas emprendedoras y/o planes de negocio con asesoría y consultoría empresarial, se prosigue con una microlocalización del lugar, que se basara en las características, condiciones y ventajas que ofrecen los diferentes sectores de Tuluá la instalación de este.

Esto se hace mediante una matriz cualitativa y ponderada. La microlocalización se llevo a cabo tomando en cuenta la concentración de demanda, la competencia y el crecimiento del sector. Instalar el proyecto de acompañamiento de ideas emprendedoras y/o planes de negocio con asesoría y consultoría empresarial en cercanía de entidades públicas y privadas, implica analizar diferentes tipos de variables que se ilustran en la Tabla de Microlocalización del proyecto (análisis Cualitativo). Y debido a esto se presentaran a continuación en la ciudad de Tuluá dos sitios los cuales son los más representativos y cuentan con la segmentación de estratos estipulados en el mercado los cuales son:

Barrio Victoria: Barrio ubicado en un sector de estrato 3 y es un punto estratégico ya que esta cerca de colegios, universidad del valle y la unidad central del valle. Además es un sector propenso a expansión comercial.

Zona centro: Ubicada en la parte centro de la ciudad de Tuluá, en ella se encuentra todo tipo de empresas comerciales públicas y privadas.

Nota: las calificaciones se postularon según el siguiente orden, Calificaciones:

1. Muy Bueno 2. Bueno 3. Regular 4. Malo 5. Muy Malo

**Tabla 28. MICROLOCALIZACION DEL PROYECTO
(ANALISIS CUALITATIVA)**

VARIABLE	PONDERACION	BARRIO VICTORIA		ZONA CENTRO	
		CALIFICACION	P*C	CALIFICACION	P*C
SERVICIOS PUBLICOS	10	2	20	2	20
VIAS DE COMUNICACIÓN	10	1	10	2	20
MANO DE OBRA CALIFICADA	25	1	25	1	25
CRECIMIENTO DEL SECTOR	20	2	40	1	20
TAMAÑO DE LA POBLACION OBJETIVO	20	2	40	1	20
PODER ADQUISITIVO	15	1	15	1	15
TOTAL	100		150		120

Fuente: Elaboración propio

Conclusión. Al realizar el análisis cualitativo mediante la matriz de ponderación a los dos sitios de la ciudad que fueron elegidos como los mejores lugares para la instalación del proyecto, concluimos que el mejor sitio para este propósito es la zona centro, ya que las variables planteadas en la Tabla Microlocalización del proyecto (análisis Cualitativo). Indican que es mejor sitio para su instalación.

8. ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

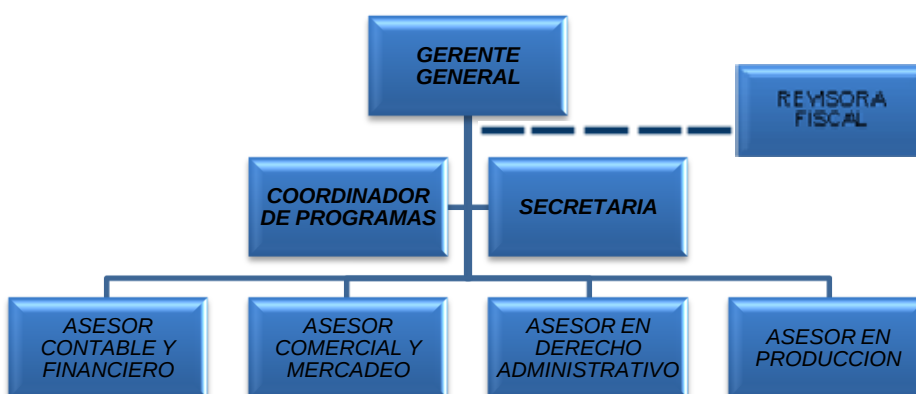
8.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Para este proyecto, la estructura organizacional es la estructura lineal. Es la estructura más simple y la primera que se utilizó. En esta estructura, cada departamento de cada nivel es una unidad completa e independiente.

La denominación "lineal" se debe al hecho de que entre el superior existen líneas directas y únicas de autoridad y responsabilidad. Es una organización simple y de conformación piramidal, donde cada jefe recibe y transmite lo que pasa en su área.

Se caracteriza porque la autoridad baja en línea directa desde el primer directivo hasta el empleado del nivel más operativo.

Grafica15. ESTRUCTURA LINEAL DE LA ORGANIZACIÓN



Fuente: Elaboración propia

La descripción de las unidades de la organización con la estructura lineal es la siguiente:

El Gerente General es la unidad de dirección de carácter ejecutivo que tiene como función principal administrar y liderar las actividades de la organización.

El Gerente General tiene a su cargo a la secretaria, el coordinador de los programas de emprendimiento y fortalecimiento empresarial, a su vez a los diferentes asesores que en el momento estén prestando el servicio en la organización.

La secretaria es la encargada de brindar al Gerente General apoyo incondicional con las tareas establecidas, además en acompañar en la vigilancia de los procesos a seguir con la organización.

El coordinador es la unidad operativa de carácter técnico, que tiene como responsabilidad el diseño, la programación y el desarrollo de las distintas investigaciones y programas que asume la organización, elaborando metodologías, pautas y criterios ajustados a las diferentes necesidades, manteniendo activo un flujo de información y comunicación en conjunto con la sociedad, los microempresarios, y las entidades, etc.

Los asesores y consultores son los encargados de transmitir los temas programados y relacionados en el área que corresponda, ya sea administrativo, financiero, contable, comercial, mercadeo y procesos de producción entre otros; para la creación de planes de negocios o proyectos de gran impacto social. Estos son contratados de acuerdo al tipo y número de programas abiertos.

Su funcionamiento es el siguiente:

El Gerente General es el encargado de liderar y supervisar los procesos de los programas ofrecidos, delega autoridad al Coordinador sobre los grupos que tengan a cargo (colaboradores). El Gerente fortalece las relaciones externas con las diferentes Organizaciones del municipio, promocionando la organización.

La secretaria es la encargada de brindar al Gerente General apoyo incondicional con las tareas establecidas, además en acompañar en la vigilancia de los procesos a seguir con la organización. Ella estará a cargo de difundir comunicación clara, real y constante dentro y fuera de la organización, generando así sinergia, agilidad en los procesos y trabajo en equipo.

El Coordinador es el encargado de liderar, administrar y supervisar a los grupos que tengan a cargo para brindarles los programas correspondientes, realiza relaciones externas con las diferentes organizaciones del municipio, promocionando la organización. Depende directamente de la gerencia. El coordinador debe pasarle constantemente reportes al Gerente.

Los asesores y consultores transmitirán el conocimiento del área encargada, a través de talleres, conferencias y capacitaciones, a su vez brindarán apoyo identificando ideas de negocio productivas y aquellas personas que estén dispuestas a formarse profesionalmente para ofrecerles posibilidad de un conocimiento técnico.

El uso de las TIC (tecnologías de la información y la comunicación) facilita las operaciones y favorece la posibilidad de establecer una comunicación digital entre las diferentes unidades de la organización, se requiere de ordenadores, conexión a internet, correo electrónico, página web propia y sistemas de intercambio electrónico con el personal, las organizaciones y la comunidad.

8.2 MISIÓN Y VISIÓN

Misión

Somos una organización que fomenta cultura emprendedora e identifica líderes empresariales, presta diversificación de servicios en creación y restructuración de empresas, proyectos de alto impacto social y empresarial, contamos con personal calificado, para contribuir a la calidad y mejoramiento continuo de las comunidades, empresas formales e informales de Tuluá y sus alrededores, con el apoyo de entidades del estado y privadas, a través de alianzas estratégicas con instituciones educativas de formación técnica y superior, generando responsabilidad social y cultura ambiental.

Visión

Ser reconocidos y consolidarnos en el departamento del valle del cauca en el año 2015 como organización que fomenta el emprendimiento, desarrollo humano y empresarial, con capacidad de crear cultura centrada en la construcción de ciudad, generando creatividad e innovación en procesos empresariales y mejores condiciones de vida de los participantes, a través de servicios diversos e intervención de proyectos de alto impacto y mejoramiento del entorno, fortaleciendo los conocimientos de nuestros colaboradores para la satisfacción de necesidades, con el apoyo de entidades públicas y privadas, creando responsabilidad social y cultura ambiental.

“Nuestros Valores Empresariales son la suma de nuestros principios morales”

Transparencia: Resaltando la ética profesional y principios morales de nuestros colaboradores, bajo las reglas y normas legales que rige el estado colombiano, nos presentamos como una organización justa, y consecuente con los servicios prestados.

Confianza: El comportamiento transparente, tranquilidad, cumplimiento, seguridad y los resultados positivos que transmitimos, es suficiente y necesario para que nuestra organización sea acogida con credibilidad.

Compromiso: trabajamos con cumplimiento, honestidad y responsabilidad en la labor confiada, para que nuestros resultados respondan al objetivo de cada una de nuestras empresas vinculadas, en procura del bienestar, crecimiento, y calidad de vida de los directivos y colaboradores.

Trabajo en equipo: la sinergia de esfuerzos, habilidades y conocimientos hacen el complemento ideal para obtener las mayores distinciones y beneficios por nuestra labor, respondiendo al compromiso con los directivos de las organizaciones vinculadas.

Confidencialidad: El respeto que ofrecemos a nuestros usuarios nos lleva a proteger y reservar su privacidad, garantizando el prudente manejo de la información valorando la confianza y credibilidad depositada en nuestra organización “Soluciones S.E.G.A”.

Creatividad e Innovación: La creatividad e innovación en la prestación de servicios de nuestra empresa “soluciones S.E.G.A”, es uno de nuestros objetivos que marcara la diferencia en cada una de nuestras organizaciones vinculadas,

cada empresa exitosa tiene su propia llave innovadora, sin embargo, la innovación debe ser constante, ese es el eterno desafío, dando como resultado la competitividad.

Vocación de servicio: Es la suma de los valores anteriormente mencionados, somos profesionales con pasión por nuestra labor, donde atendemos los requerimientos en forma oportuna, adecuada y diligente de todos nuestros usuarios; Rompiendo los esquemas tradicionales administrativos. Nuestro enfoque es el factor humano “servicio al cliente” tanto interno como externo, generando la competitividad en el sector empresarial.

Responsabilidad Social y Ambiental: somos generadores en desarrollo y mejora del entorno en el que tenemos presencia.

8.3 ANÁLISIS DOFA.

	FORTALEZAS (F) ✓ Oficina móvil. ✓ Integridad de los servicios prestados. ✓ Apoyo de entidades públicas y privadas reconocidas del municipio de Tuluá y sus alrededores. ✓ Acompañamiento en las ideas emprendedoras. ✓ Citas inmediatas. ✓ Personal calificado. ✓ Excelente comunicación por medio del internet. ✓ Excelente trabajo en equipo. ✓ Rápidas respuestas y apoyo a las solicitudes de emprendimiento. ✓ Gerencia disponible ✓ Asesoría y consultoría integral. ✓ Horarios extendidos.	DEBILIDADES (D) ✓ No hay publicidad. ✓ No hay participación en eventos sociales, empresariales, culturales, y deportivos. ✓ Falta de convenios con diferentes entidades y municipios aledaños. ✓ No hay reconocimiento en el mercado. ✓ No hay recursos económicos propios para creación de actividades económicas.
OPORTUNIDADES (O) ✓ Clientes insatisfechos en otras organizaciones de consultoría. ✓ Crecimiento en el sector productivo.	ESTRATEGIAS (FO) ✓ Desarrollar un programa de direccionamiento para la consecución de créditos en fortalecimiento en	ESTRATEGIAS (DO) ✓ Realizar convenios con diferentes entidades financieras y/o organizaciones que deseen brindar apoyo económico o

✓ Nivel de desempleo. ✓ Planes de negocio en desarrollo. ✓ Estudiantes de diferentes centros de educación con proyecciones empresariales. ✓ Agremiaciones empresariales. ✓ Entidades financieras que apoyan el sector micro empresarial.	actividades económicas. ✓ Anunciar y enseñar testimonios (estadísticas) de las actividades nacientes por apoyo de las diferentes organizaciones.	donaciones de maquinaria y equipos para el nacimiento o fortalecimiento de diferentes actividades económicas.
AMENAZAS (A) ✓ Competencia. ✓ Variación en los decretos. ✓ Falta de cultura emprendedora y temor al cambio. ✓ Inseguridad (delincuencia). ✓ Corrupción. ✓ Lavado de activos.	ESTRATEGIAS (FA) Promulgar los derechos y deberes de las personas u organizaciones que pretenden generar un impacto social.	ESTRATEGIAS (DA) Generar un espacio de participación y promoción de las actividades económicas mediadas.

8.4 MANUAL DE FUNCIONES

FUNDACION SEGA para el Emprendimiento y Desarrollo Empresarial 	
Fecha de elaboración: Enero 31 del 2012	
I. IDENTIFICACION DEL CARGO	
Denominación:	Director General
Localización:	Tuluá - Valle FUNDACION SEGA
II. OBJETIVOS DEL CARGO	
Es la unidad de dirección de carácter ejecutivo que tiene como función principal la coordinación, administración y supervisión general de la actividad de la organización.	
III. RELACIONES DE TRABAJO	
RELACIONES EXTERNAS: Entidades publicas y privadas	(Permanente)
RELACIONES INTERNAS: Los Coordinadores	(Permanente)
IV. DIMENSIONES PERMANENTES	
Numero de personas directamente a cargo: Dos (2)	
Numero de personas indirectamente a cargo: (Mas de dos)	
FUNCIONES O ACTIVIDADES DE TRABAJO	
Establecer los lineamientos generales que orientarán la elaboración del Plan Operativo de la organización.	
Realizar el seguimiento y evaluación de los procesos, servicios y objetivos de la organización, que permitan hacer los ajustes y adecuaciones necesarios a la demanda social.	
Elaborar programas de adiestramiento para el personal, coordinar y fomentar la capacitación, actualización y formación laboral de los recursos humanos que conforman la organización.	
Mantener relación permanente con los medios de comunicación social.	
Ejercer la representación legal y administrativa de la organización.	
Coordinar y supervisar el proceso de ejecución de los servicios y actividades que realizan las diferentes áreas que conforman de la organización.	
Coordinar la difusión de los resultados y servicios que genera la organización.	
Promover y establecer los nexos de cooperación con las diversas organizaciones públicas y privadas, locales, regionales, nacionales e internacionales generadoras de información de interés para la	

organización.
Mantener contacto con editoriales, librerías, colegios, bibliotecas o instituciones afines en el sector local, regional, nacional o extranjeras para la adquisición y actualización de material bibliográfico.
PERFIL
Graduado universitario en alguna de las carreras de las Ciencias Sociales, Económicas, Administración de empresas.
Experiencia general en el sector público y privado.
Conocimientos y experiencias en Administración de Recursos Humanos.
Tener capacidad de relación y Don de gente.
Capacidad de liderazgo y toma de decisiones.
Habilidad para promover y consolidar las relaciones interinstitucionales.
Conocimiento de computación.
Conocimiento de ingles.
FUNDACION SEGA para el Emprendimiento y Desarrollo Empresarial 
Fecha de elaboración: Enero 31 del 2012
I. IDENTIFICACION DEL CARGO
Denominación: Coordinador de Emprendimiento y fortalecimiento
Localización: Tuluá - Valle FUNDACION SEGA
II. OBJETIVOS DEL CARGO
Es la unidad de investigación, que tiene como responsabilidad el diseño, el desarrollo de las distintas investigaciones y programas emprendedores que asume la organización.
III. RELACIONES DE TRABAJO
RELACIONES INTERNAS: Director general secretaria y colaboradores. (Permanente)
IV. DIMENSIONES PERMANENTES
Numero de personas directamente a cargo: (Mas de dos)
FUNCIONES O ACTIVIDADES DE TRABAJO
Elaborar los informes técnicos asumidos por la organización.
Ejecutar y desarrollar los servicios y programas que brindan la organización.
Elaborar las técnicas e instrumentos de recolección de datos.
Combinar diferentes técnicas e instrumentos de recolección de información.

Elaborar, ejecutar, registrar el presupuesto anual de programas de emprendimiento y fortalecimiento de la organización.	
Desarrollar e implementar métodos didácticos y de aprendizaje, que permitan dar a conocer los programas de emprendimiento y fortalecimiento, a fin de mejorar la efectividad de la organización.	
Elaborar las actividades e investigaciones requeridas para la organización.	
Realizar, analizar e integrar indicadores socioeconómicos, empresariales y de emprendimiento que permite el desarrollo empresarial y laboral a nivel municipal.	
PERFIL	
Graduado universitario en alguna de las carreras de Administración de empresas. Ingeniero industrial, Contador, economista entre otros.	
Experiencia general en el sector público y privado.	
Capacidad de integración del trabajo en equipo.	
Tener capacidad de relación y Don de gente.	
Capacidad de liderazgo y toma de decisiones.	
Habilidad para promover y consolidar las relaciones interinstitucionales.	
Capacidad de comunicación e interrelación.	
Conocimiento de computación.	
Conocimiento de inglés.	
FUNDACION SEGA para el Emprendimiento y Desarrollo Empresarial 	
Fecha de elaboración: Enero 31 del 2012	
I. IDENTIFICACION DEL CARGO	
Denominación:	Secretaria de Gerencia
Localización:	Tuluá - Valle FUNDACION SEGA
II. OBJETIVOS DEL CARGO	
Brindar al director apoyo incondicional con las tareas establecidas, además en acompañar en la vigilancia de los procesos a seguir con la organización.	
III. RELACIONES DE TRABAJO	
RELACIONES INTERNAS:	Director general, coordinador de emprendimiento y fortalecimiento y colaboradores. (Permanente)
IV. DIMENSIONES PERMANENTES	
Número de personas directamente a cargo:	Cero (0)

FUNCIONES O ACTIVIDADES DE TRABAJO
Ser puntual en todas sus actividades y funciones.
Reclutar las solicitudes de personal.
Hacer una evaluación periódica de los proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de estos.
Recibir e informar asuntos que tengan que ver con la organización, para que todos estén informados y desarrollar bien el trabajo asignado.
Llevar un seguimiento de la Elaboración, ejecución y registro del presupuesto anual de programas de fortalecimiento empresarial y programas de emprendimiento de la organización.
Desarrollar e implementar métodos didácticos y de aprendizaje, que permitan dar a conocer los programas de fortalecimiento empresarial y programas de emprendimiento al director, a fin de mejorar la comunicación de la organización.
Elaborar las actividades e investigaciones requeridas para la organización.
Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado al director de los compromisos y demás asuntos.
Mantener discreción sobre todo lo que respecta a la organización.
PERFIL
Graduado universitario en alguna de las carreras de Administración de empresas, secretariado, trabajo social, entre otras.
Excelente redacción y ortografía, facilidad en expresión verbal y escritura, persona proactiva y organizada y facilidad para interactuar en grupos.
Buena presencia, buen trato, amable, cortés y serio.
Capacidad de integración del trabajo en equipo.
Tener capacidad de relación y Don de gente.
Capacidad de liderazgo y toma de decisiones.
Habilidad para promover y consolidar las relaciones interinstitucionales.
Capacidad de comunicación e interrelación.
Conocimiento de computación.
Conocimiento de inglés.

9. ASPECTOS LEGALES

Existen ciertas cuestiones que los emprendedores deben tener muy claro antes de comenzar un proyecto, sobre todo cuando más de una persona integra el proyecto. Se debe explicar diferentes tópicos como el tipo de organización que se va a establecer, requisitos legales de constitución y el manejo de tipos de contratos que se realicen en el proyecto, haciendo un énfasis en este punto porque siempre es más sencillo prevenir los problemas que resolverlos cuando se presentan.

9.1 ORGANIZACIÓN JURÍDICA

El tipo de organización jurídica que se ajusta al proyecto es una entidad sin ánimo de lucro (fundación).

Fundación corporativa La difusión de la “Responsabilidad social empresarial” ha impulsado a muchas empresas a desarrollar una labor más regular en favor de la comunidad. Esa “vocación social” se lleva a cabo de diversas maneras: desarrollando programas de inversión social, facilitando la ejecución de programas de voluntariado por parte del personal, realizando alianzas de cooperación con organizaciones sociales o sosteniendo proyectos propios dirigidos a la comunidad.

Cuando esa tarea se asume como un compromiso permanente, desarrollando una acción sistemática y progresiva, se dan las condiciones para considerar la creación de una fundación. Una fundación permite encarar la acción social corporativa de un modo más efectivo y, a la vez, expresa, de cara a la sociedad, un testimonio claro del compromiso social de la compañía.

La creación de una fundación es una operación que debe ser adecuadamente planeada. Al contrario de los que se puede creer, las cuestiones legales (designación de autoridades, acta de constitución, estatuto, trámites de inscripción) deben dejarse para el final de un proceso de diseño institucional, de modo que respondan eficazmente al proyecto que se quiere implementar.

El diseño de una fundación implica: considerar alternativas, seleccionar las mejores opciones, planificar su puesta en marcha y prever su posterior desarrollo. Para ello es posible usar la experiencia y el knowhow existente, para eludir tropiezos y evitar errores, de modo de iniciar las operaciones con la mejor preparación y una clara identidad.

Hay fundaciones que tienen una relación directa y estrecha con la empresa, en cuanto a su estructura, sus integrantes y la definición de sus actividades. Otras, en cambio, son un tanto más independientes de la corporación que las ha creado. En cualquier caso, la fundación corporativa debe tener la dinámica de gestión y la eficacia de una empresa. Para ello se necesita: contar con objetivos claros, un staff preparado con funciones específicas, un presupuesto adecuado, un plan de acción relevante y, posteriormente, la medición de los resultados e impactos. Lo distintivo de una fundación así constituida, es la continuidad de sus actividades, la acumulación de experiencia y el aprendizaje que perfecciona su labor.

9.2 REQUISITOS LEGALES

Constitución Política de Colombia.

La constitución de Colombia ofrece el respaldo jurídico para la creación de entidades sin ánimo de lucro, aquí resaltamos los artículos relacionados:

Artículo 38. Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad.

Artículo 39. (...) La estructura interna y el funcionamiento de los sindicatos y organizaciones sociales y gremiales se sujetarán al orden legal y a los principios democráticos. La cancelación o la suspensión de la personería jurídica sólo proceden por vía judicial.

Artículo 103. (...) El Estado contribuirá a la organización, promoción y capacitación de las asociaciones profesionales, cívicas, sindicales, comunitarias, juveniles, benéficas o de utilidad común no gubernamentales, sin detrimento de su autonomía con el objeto de que constituyan mecanismos democráticos de representación en las diferentes instancias de participación, concertación, control y vigilancia de la gestión pública que se establezcan.

Artículo 355. Ninguna de las ramas u órganos del poder público podrá decretar auxilios o donaciones en favor de personas naturales o jurídicas de derecho privado. El Gobierno, en los niveles nacional, departamental, distrital y municipal podrá, con recursos de los respectivos presupuestos, celebrar contratos con entidades privadas sin ánimo de lucro y de reconocida idoneidad con el fin de impulsar programas y actividades de interés público acordes con el Plan Nacional y los planes seccionales de Desarrollo. El Gobierno Nacional reglamentará la materia.

Código Civil Colombia.

El Código Civil comprende las disposiciones legales sustantivas que determinan especialmente los derechos de los particulares y sus actuaciones entre ellos, en nuestro tema nos competen los siguientes artículos:

“Sobre adopción de códigos y unificación de la legislación nacional”

Artículo 86. Domicilio de establecimientos, corporaciones y asociaciones. El domicilio de los establecimientos, corporaciones y asociaciones reconocidas por la ley, es el lugar donde está situada su administración o dirección, salvo lo que dispusieren sus estatutos o leyes especiales.

Artículo 633. Definición de persona jurídica. Se llama persona jurídica, una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representada judicial y extrajudicialmente. Las personas jurídicas son de dos especies: corporaciones y fundaciones de beneficencia pública. Hay personas jurídicas que participan de uno y otro carácter.

Artículo 634. Fundaciones. No son personas jurídicas las fundaciones que no se hayan establecido en virtud de una ley.

Artículo 637. Patrimonio de la corporación. Lo que pertenece a una corporación, no pertenece ni en todo ni en parte a ninguno de los individuos que la componen; y recíprocamente, las deudas de una corporación no dan a nadie derecho para demandarlas en todo o parte, a ninguno de los individuos que componen la corporación, ni dan acción sobre los bienes propios de ellos, sino sobre los bienes de la corporación. Sin embargo, los miembros pueden, expresándolo, obligarse en particular, al mismo tiempo que la corporación se obliga colectivamente; y la responsabilidad de los miembros será entonces solidaria si se estipula expresamente la solidaridad. Pero la responsabilidad no se extiende a los herederos, sino cuando los miembros de la corporación los hayan obligado expresamente.

Artículo 650. Normatividad de las fundaciones de beneficencia. Las fundaciones de beneficencia que hayan de administrarse por una colección de individuos, se regirán por los estatutos que el fundador les hubiere dictado; y si el fundador no

hubiere manifestado su voluntad a este respecto, o sólo la hubiere manifestado incompletamente, será suplido este defecto por el presidente de la Unión.

Artículo 652. Terminación de las fundaciones. Las fundaciones perecen por la destrucción de los bienes destinados a su manutención.

DECRETOS

DECRETO 2150.

Este decreto dicta las disposiciones especiales de inscripción en Cámaras de comercio de las Entidades Sin ánimo de Lucro:

ARTÍCULO 40. SUPRESION DEL RECONOCIMIENTO DE PERSONERÍAS JURÍDICAS. Suprímese el acto de reconocimiento de personaría jurídica de las organizaciones civiles, las corporaciones, las fundaciones, las juntas de acción comunal y de las demás entidades privadas sin ánimo de lucro.

Para la obtención de su personalidad, dichas entidades se constituirán por escritura pública o documento privado reconocido en el cual se expresará, cuando menos, lo siguiente:

1. El nombre, identificación y domicilio de las personas que intervengan como otorgantes.
2. El nombre.
3. La clase de persona jurídica.
4. El objeto.
5. El patrimonio y la forma de hacer los aportes.
6. La forma de administración con indicación de las atribuciones y facultades de quien tenga a su cargo la administración y representación legal.

7. La periodicidad de las reuniones ordinarias y los casos en los cuales habrá de convocarse a reuniones extraordinarias.
8. La duración precisa de la entidad y las causales de disolución.
9. La forma de hacer la liquidación una vez disuelta la Corporación o Fundación.
10. Las facultades y obligaciones del Revisor Fiscal, si es del caso.
11. Nombre e identificación de los administradores y representantes legales.

Las entidades a que se refiere este artículo, formarán una persona distinta de sus miembros o fundadores individualmente considerados, a partir de su registro ante la Cámara de Comercio con jurisdicción en el domicilio principal de la persona jurídica que se constituye. PARÁGRAFO. Con sujeción a las normas previstas en este capítulo, el Gobierno Nacional reglamentará la forma y los plazos dentro de los cuales las personas jurídicas de derecho privado actualmente reconocidas se inscribirán en el registro que lleven las cámaras de comercio.

ARTÍCULO 41. LICENCIA O PERMISO DE FUNCIONAMIENTO. Cuando para el ejercicio o finalidad de su objeto la ley exija obtener licencia de funcionamiento, o reconocimiento de carácter oficial, autorización o permiso de iniciación de labores, las personas jurídicas que surjan conforme a lo previsto en el artículo anterior, deberán cumplir con los requisitos previstos en la ley para ejercer los actos propios de su actividad principal.

ARTÍCULO 42. INSCRIPCIÓN DE ESTATUTOS, REFORMAS, NOMBRAMIENTOS DE ADMINISTRADORES, LIBROS, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN. Los estatutos y sus reformas, los nombramientos de administradores, los libros, la disolución y la liquidación de las personas jurídicas formadas según lo previsto en este capítulo, se inscribirán en la Cámara de Comercio con jurisdicción en el domicilio principal de la persona jurídica en los mismos términos, tarifas y condiciones previstos para el registro de actos de las

sociedades comerciales. Para la inscripción de nombramientos de administradores y revisores fiscales se requerirá la aceptación previa de las personas designadas.

ARTÍCULO 43. PRUEBA DE LA EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL. La existencia y la representación legal de las personas jurídicas de derecho privado a que se refiere este capítulo, se probará con certificación expedida por la Cámara de Comercio competente, la cual llevará el registro de las mismas, con sujeción al régimen previsto para las sociedades comerciales y en los mismos términos, tarifas y condiciones que regulan sus servicios.

ARTÍCULO 44. PROHIBICIÓN DE REQUISITOS ADICIONALES. Ninguna autoridad podrá exigir requisito adicional para la creación o el reconocimiento de personas jurídicas a las que se refiere este capítulo.

ARTÍCULO 143. CONSTITUCIÓN DE ENTIDADES DE NATURALEZA COOPERATIVA, FONDOS DE EMPLEADOS Y ASOCIACIONES MUTUAS. Las entidades de naturaleza cooperativa, los fondos de empleados y las asociaciones mutuales, así como sus organismos de integración y las instituciones auxiliares del cooperativismo, son entidades sin ánimo de lucro y se constituirán por escritura pública o documento privado, el cual deberá ser suscrito por todos los asociados fundadores y contener instancia acerca de la aprobación de los estatutos de la empresa asociativa. PARÁGRAFO. Las entidades de que trata el presente artículo formarán una persona distinta de sus miembros individualmente considerados, cuando se realice su registro ante la Cámara de Comercio con jurisdicción en el domicilio principal de la empresa asociativa, el fondo de empleados o la asociación mutua.

ARTÍCULO 144. REGISTRO EN LAS CÁMARAS DE COMERCIO. La inscripción en el registro de las entidades previstas en el artículo anterior, se someterá al

mismo régimen previsto para las demás entidades privadas sin ánimo de lucro, contenido en el Capítulo II del Título I de este decreto.

ARTÍCULO 145. CANCELACIÓN DEL REGISTRO O DE LA INSCRIPCIÓN. El Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas podrá ordenar, en cualquier momento, la cancelación del registro de una entidad bajo su competencia o de la inscripción en el mismo de los nombramientos de los miembros de sus órganos de dirección y administración, revisores fiscales, en caso de advertir que la información presentada para su inscripción no se ajusta a la realidad; o a las normas legales o estatutarias.

ARTÍCULO 146. REFORMAS ESTATUTARIAS. A partir de la vigencia del presente decreto, las reformas de estatutos de las cooperativas y demás organismos vigilados por el DANCOOP no requerirán ser autorizadas por parte de ese organismo, sin perjuicio de las demás autorizaciones especiales que éste debe otorgar de acuerdo con sus facultades. Sin embargo, las reformas estatutarias deberán ser informadas a ese Departamento tan pronto sean aprobadas, para el cumplimiento de sus funciones y para que pueda ordenar las modificaciones respectivas cuando las reformas se aparten de la ley.

ARTÍCULO 147. ELIMINACIÓN DEL CONTROL CONCURRENTE. Las facultades de control y vigilancia por parte del Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas no podrán ejercerse respecto de entidades y organismos cooperativos sujetos al control y vigilancia de otras superintendencias.

ARTÍCULO 148. . Con sujeción a las normas previstas en este capítulo, el Gobierno Nacional reglamentará la forma y los plazos dentro de los cuales las entidades de naturaleza cooperativa, los fondos de empleados y las asociaciones mutuas actualmente reconocidas se inscribirán en el registro que lleven las Cámaras de Comercio.

DECRETO 0427.

Este decreto en su totalidad dicta las disposiciones sobre los aspectos jurídicos de las Entidades Sin ánimo de Lucro, reglamentando el Decreto 2150 de 1995

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS & ORGANIZACION INTERNA DE LAS ESAL

Toda entidad sin ánimo de lucro debe tener una estructura administrativa como una empresa o sociedad, esta debe tener unos principios administrativos básicos como una dirección y una supervisión interna. Todos los recursos financieros adquiridos deben ser reinvertidos en su función social. Sin Ánimo de Lucro no quiere decir que no se reciba contraprestación por las funciones realizadas, al igual que una empresa comercial se debe asignar presupuestos para salarios y el cumplimiento de las obligaciones legales a que tenga lugar la actividad que se desarrolle.

Siempre se debe elegir adecuadamente quienes van a gestionar administrativamente la entidad, como mínimo deben tener una formación académica de acuerdo a las funciones encomendadas por el órgano directivo. En lo posible se sugiere que el representante legal de la entidad conozca las obligaciones que tiene como persona jurídica ante las entidades públicas o privadas. Cada organización se adecua de acuerdo a la experiencia de sus asociados, aquí presentamos lo que la ley exige a nivel de administración a una ESAL:

- ASAMBLEA DE ASOCIADOS.
- CONSEJO DIRECTIVO O DE ADMINISTRACION, JUNTA DIRECTIVA.
- REPRESENTACION LEGAL (GERENTE, DIRECTOR, PRESIDENTE).
- FISCAL. (OPCIONAL)
- REVISOR FISCAL (OPCIONAL).

9.3 MANEJO DE CONTRATOS

El proyecto presenta el siguiente tipo de contratación para sus colaboradores de la siguiente manera:

El tipo de contrato que se maneja para el personal de la organización será de forma prestacional, como es llamada en términos legales, el contrato de prestación de servicios. Este contrato es de carácter civil y no laboral, por lo tanto no está sujeto a la legislación de trabajo y no es considerado un contrato con vínculo laboral al no haber relación directa entre empleador y trabajador, por ello, no cuenta con período de prueba y no genera para el contratante la obligación de pagar prestaciones sociales.

Sin embargo, según la Doctrina "el contrato de trabajo no requiere términos específicos o sacramentales que identifiquen la relación jurídica que se establece entre las partes. Basta que concurren los elementos constitutivos del contrato para que éste exista y las partes queden sometidas a las regulaciones del Código Sustantivo del Trabajo.

Por consiguiente, no importa la forma que se adopte o la denominación que se le dé, en el "contrato lo importante es la prestación permanente del trabajo y su carácter subordinado".

Anexo C contrato de prestación de servicios.

El único puesto donde se realizara un contrato diferente al de prestación de servicios es el del Gerente General, donde el contrato es de tipo indefinido; El contrato indefinido es aquél que se concierta sin establecer límites en la prestación de los servicios. Podrá ser verbal o escrito. Al no pactarse una fecha cierta de terminación del contrato, este no se puede terminar por efecto del paso

del tiempo; sólo se puede terminar por decisión voluntaria del trabajador, o por decisión voluntaria del empleador ya sea justificada o no; de ser el último caso habrá que pagar la respectiva indemnización. Igualmente el contrato de trabajo en el que no se definió una duración, se terminará cuando el trabajador se pensione, cuando alcance los requisitos para ello.

Anexo D formato de tipo de contrato indefinido.

10. COSTOS ADMINISTRATIVOS

Dentro de las necesidades de los Costos administrativos se incluye el salario con prestaciones de ley al Director General y a la secretaria del proyecto, los gastos de puesta en marcha, con su principal rubro que son las mejoras locativas, entre otros; y por último los gastos anuales de administración que refleja rubros como gastos en Publicidad, depreciación, entre otros.

10.1 GASTOS DE PERSONAL

En los gastos de personal se toma en cuenta el salario del Director General con prestaciones de ley, como se ilustra a continuación para el año 2.012:

Tabla 29. GASTOS DE PERSONAL (Director General)

DESCRIPCION		2012
Salario		\$ 1.133.400
Auxilio de transporte		\$ 67.800
salario mensual		\$ 1.201.200
Prestaciones Sociales 6 operarios		
Cesantías (8,33%)	8,33%	\$ 100.060
Intereses de Cesantías (12%)	12%	\$ 144.144
Prima de Servicios (8,33%)	8,33%	\$ 100.060
Vacaciones (4,167%)	4,167%	\$ 50.054
Subtotal		\$ 394.318
Parafiscales (9%)	9%	\$ 108.108
S.S a cargo del Empleador		
Salud (8,5%)	8,5%	\$ 102.102
Pensión (12%)	12%	\$ 144.144
A.R.P. (2.436%)	0,522%	\$ 6.270
Subtotal		\$ 252.516
Subtotal		\$ 1.956.142
Total		\$23.473.706

Fuente: Elaboración propia.

Para la Proyección de los gastos de personal se calcula tomando como base el índice de crecimiento del S.M.L.V. y datos respectivos de inflación del 4%.

Tabla 30. GASTOS DE PERSONAL PROYECTADO

Año	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Mano de obra indirecta	\$23.473.706	\$24.412.655	\$25.389.161	\$26.404.727	\$27.460.916
Total	\$23.473.706	\$ 24.412.655	\$25.389.161	\$ 26.404.727	\$27.460.916

Fuente: Elaboración propia.

10.2 GASTOS DE PUESTA EN MARCHA

En los gastos de puesta en marcha se encuentran registrados los gastos de constitución incurridos en la constitución de la organización, además se contemplan los gastos que surgen de las mejoras locativas y ambientación del total del local para la óptima distribución de la planta, y dichos gastos se ilustran en la siguiente tabla:

Tabla 31. GASTOS DE PUESTA EN MARCHA

Gastos puesta en marcha	Año 0
Industria y Comercio	\$ 83.000
Registro	\$ 105.000
Compra e Inscripción de Libros	\$ 30.000
Gastos de puesta en Marcha	\$ 6.000.000
Total	\$ 6.218.000

Fuente: Elaboración propia.

10.3 GASTOS ANUALES DE ADMINISTRACIÓN

En los gastos anuales de administración se encuentra registrados los gastos de publicidad, depreciación de equipos de oficina, gastos de papelería entre otros, y se explica a partir de las siguientes tablas:

Tabla 32. GASTOS ANUALES DE ADMINISTRACION

Gastos Administración anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	\$ 1.650.000	\$ 1.716.000	\$ 1.784.640	\$ 1.856.026	\$ 1.930.267
Honorarios contador (Prestación de servicios)	\$ 3.600.000	\$ 3.744.000	\$ 3.893.760	\$ 4.049.510	\$ 4.211.491
Gastos papelería	\$ 500.000	\$ 520.000	\$ 540.800	\$ 562.432	\$ 584.929
Total Gastos	\$ 5.750.000	\$ 5.980.000	\$ 6.219.200	\$ 6.467.968	\$ 6.726.687

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 33. EQUIPO DE OFICINA

EQUIPO DE OFICINA	CANTIDAD	Vr. UNITARIO	Vr. TOTAL
Computador	1	\$ 1.549.900	\$ 1.549.900
Impresora	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Pantalla Tripode	1	\$ 180.000	\$ 180.000
Video beam	1	\$ 1.690.000	\$ 1.690.000
Escritorio	1	\$ 296.000	\$ 296.000
Silla para Escritorio	1	\$ 162.000	\$ 162.000
Total			\$ 4.127.900

Fuente: Elaboración propia.

Nota: la vida útil de equipo de oficina son de 5 años, dando lugar por cada año de \$ 4.127.900

10.4 GASTOS ANUALES DE OPERACIÓN

En los gastos anuales de operación se encuentra registrados los gastos de arrendamiento, costo componente aseo, entre otros, y se explica a partir de la siguiente tabla:

Tabla 34. GASTOS DE OPERACIÓN

Gastos de Operación	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Arrendamiento	\$4.800.000	\$4.992.000	\$5.191.680	\$5.399.347	\$5.615.321
Gastos componente aseo	\$ 450.000	\$ 468.000	\$ 486.720	\$ 506.189	\$ 526.436
Energía	\$ 720.000	\$ 748.800	\$ 778.752	\$ 809.902	\$ 842.298
Agua y Alcantarillado	\$ 360.000	\$ 374.400	\$ 389.376	\$ 404.951	\$ 421.149
Teléfono e Internet	\$ 720.000	\$ 748.800	\$ 778.752	\$ 809.902	\$ 842.298
Mantenimiento	\$ 300.000	\$ 312.000	\$ 324.480	\$ 337.459	\$ 350.958
Total	\$7.350.000	\$7.644.000	\$7.949.760	\$8.267.750	\$8.598.460

Fuente: Elaboración propia.

11. ESTUDIO FINANCIERO

En este punto se identificarán las necesidades de inversión, capital de trabajo, los costos de operación, gastos e ingresos. Además se plantean posibles escenarios y análisis de sensibilidad que permitirán la evolución del proyecto.

11.1 MODELO FINANCIERO

Para este proyecto se requiere una serie de inversiones como en activos fijos como en gastos pre operativo, relacionado con anterioridad en el estudio técnico.

Tabla 35. ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJOS	VALOR COMPRA (millones)	VIDA UTIL (años)	DEPRECIACION	DEMAN. ACUMULADA	VALORES LIBROS
VEHICULO	\$ 15.000.000	10	\$ 1.500.000	\$ 7.500.000	\$7.500.000
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 4.127.900	5	\$ 825.580	\$ 4.127.900	\$ 0
TOTAL MILLONES	\$ 19.127.900		\$ 2.325.580	\$ 11.627.900	\$7.500.000

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 36. GASTOS PRE - OPERATIVOS

AÑO	0	1	2	3	4	5
GASTOS PRE-OPERATIVOS	\$ 6.218.000					

Fuente: Elaboración propia.

Nota: el año cero equivale al año de pre factibilidad y montaje del proyecto, del año 1 al 5, el de operación proyecto.

11.2 CAPITAL DE TRABAJO

Para el cálculo del capital de trabajo se toma como punto de partida el efectivo requerido durante los años de operación del proyecto, y se ilustra así:

Tabla 37. SALDO DE EFETIVO REQUERIDO EN CAJA

AÑO	ROTACION DE DIAS	ROTACION DE VECES	1	2	3	4	5
COSTOS DE MANO DE OBRA	15	24	\$7.716.818	\$7.825.390	\$7.936.263	\$8.048.825	\$8.163.819
GASTOS ADMINISTRACION	30	12	\$2.435.309	\$2.532.721	\$2.634.030	\$2.739.391	\$2.848.967
GASTOS DE OPERACIÓN	30	12	\$612.500	\$637.000	\$662.480	\$688.979	\$716.538
GASTOS LEGALES	360	1	\$237.120	\$246.605	\$256.469	\$266.728	\$277.397
SALDO DE EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA			\$11.001.74 7	\$11.241.716	\$11.489.242	\$11.743.923	\$12.006.721

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 38. CAPITAL DE TRABAJO

AÑO	DIAS DE COBERTURA	COEFICIENTE DE RENOVACION	1	2	3	4	5
ACTIVO CORRIENTE							
SALDO DE EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA			\$11.001.747	\$11.241.716	\$11.489.242	\$11.743.923	\$12.006.721
TOTAL ACTIVO CTE			\$11.001.747	\$11.241.716	\$11.489.242	\$11.743.923	\$12.006.721
INCREMENTO DE ACTIVO CTE			\$11.001.747	\$239.969	\$247.527	\$254.681	\$262.798
INCREMENTO DEL CAPITAL DE TRABAJO			\$11.001.747	\$239.969	\$247.527	\$254.681	\$262.798

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados de la tabla permiten determinar que los aumentos de capital de trabajo obedecen al incremento de producción para cada uno de los años. Las inversiones totales del proyecto se componen por el total de activos fijos diferidos y el capital de trabajo, tal como se relaciona en la siguiente tabla:

Tabla 39. PRESUPUESTO DE INVERSION

AÑO	0	1	2	3	4	5
INVERSIONES ACTIVOS FIJOS						
EQUIPOS DE OFICINA	\$4.127.900					
VEHICULO	\$15.000.000					
TOTAL INVERSIONES FIJAS	\$19.127.900					
GASTOS PREOPERATIVOS	\$6.218.000					
CAPITAL DE TRABAJO	\$11.001.747					
INCREMENTO EN CAPITAL DE TRABAJO		\$11.001.747	\$239.969	\$247.527	\$254.681	\$262.798
TOTAL INVERSIONES	\$36.347.647	\$11.001.747	\$239.969	\$247.527	\$254.681	\$262.798

Fuente: Elaboración propia.

La siguiente tabla de amortización detalla el monto del préstamo que equivale al 82.89% de la inversión, valor de la cuota, los intereses y el abono a capital constante anual. El costo de financiación se derivó de COOMEVA financiera consultado en la ciudad de Tuluá.

Tabla 40. AMORTIZACION ANUAL CREDITO

Monto		30.129.647		
Plazo (Años)		5		
Interés EA		8%		
DTF		0,0548		
Total Tasa Costo Financiero		0,1348		
Año	Valor Cuota	Intereses	Abono Capital	Saldo
0				30.129.647
1	9.505.058	3.479.129	6.025.929	24.103.717
2	8.739.011	2.713.082	6.025.929	18.077.788
3	7.972.965	1.947.035	6.025.929	12.051.859
4	7.206.918	1.180.989	6.025.929	6.025.929
5	6.440.871	414.942	6.025.929	- 0

Fuente: Elaboración propia.

A continuación se ilustra la distribución de los recursos financieros del proyecto:

Tabla 41. RECURSOS FINANCIEROS DEL PROYECTO

AÑO	0	1	2	3	4	5
APORTES DE CAPITAL	\$6.218.000	\$11.001.747	\$239.969	\$247.527	\$254.681	\$262.798
PRESTAMO BANCARIO	\$30.129.647					
TOTAL	\$36.347.647	\$11.001.747	\$239.969	\$247.527	\$254.681	\$262.798

Fuente: Elaboración propia.

11.3 INGRESOS

En el siguiente rubro se especifica por servicio de cada componente de unidades vendidas de capacitación citado en la investigación de mercados, por precio de venta de los servicios, y se ilustra de la siguiente manera:

Tabla 42. INGRESOS

AÑO	1	2	3	4	5
TOTAL INGRESOS	206.080.800	229.001.107	252.367.547	276.159.497	300.406.301

Fuente: Elaboración propia.

11.4 EGRESOS

En el siguiente rubro se especificaran todos los costos y gastos relacionados anteriormente en el estudio técnico, administrativo y legal del proyecto y se ilustra de la siguiente forma:

Tabla 43. EGRESOS

AÑO	1	2	3	4	5
COSTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA	\$185.203.631	\$187.809.351	\$190.470.316	\$193.171.789	\$195.931.656
1. COSTO DE VENTAS	\$185.203.631	\$187.809.351	\$190.470.316	\$193.171.789	\$195.931.656
GASTOS ADMINISTRACION	\$29.223.706	\$30.392.655	\$31.608.361	\$32.872.695	\$34.187.603
GASTOS DE OPERACIÓN	\$7.350.000	\$7.644.000	\$7.949.760	\$8.267.750	\$8.598.460
GASTOS LEGALES	\$237.120	\$246.605	\$256.469	\$266.728	\$277.397
2. GASTOS OPERATIVOS	\$36.810.826	\$38.283.259	\$39.814.590	\$41.407.173	\$43.063.460
COSTOS DE OPERACIÓN (1+2)	\$222.014.457	\$226.092.611	\$230.284.906	\$234.578.962	\$238.995.116
COSTOS DE FINANCIACION (INTERESES)	\$3.479.129	\$2.713.082	\$1.947.035	\$1.180.989	\$414.942
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIACION	\$225.493.586	\$228.805.693	\$232.231.941	\$235.759.951	\$239.410.058

Fuente: Elaboración propia.

11.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

A continuación se ilustran los estados financieros proyectados:

11.5.1 Estado de resultados Proyectados Con los cálculos anteriores se construye el estado de pérdidas y ganancias, expresando lo siguiente:

Tabla 44. ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADO

AÑO	0	1	2	3	4	5
INGRESOS POR CONCEPTOS DE VENTAS		\$206.080.800	\$229.001.107	\$252.367.547	\$276.159.497	\$300.406.301
MENOS COSTOS DE OPERACIÓN Y DE FINANCIACION		\$225.493.586	\$228.805.693	\$232.231.941	\$235.759.951	\$239.410.058
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$(19.412.786)	\$195.414	\$20.135.606	\$40.399.546	\$60.996.243
MENOS IMPUESTOS (33%)		\$ (6.406.219)	\$64.487	\$6.644.750	\$13.331.850	\$20.128.760
UTILIDAD NETA		\$(13.006.566)	\$ 130.927	\$13.490.856	\$ 27.067.696	\$40.867.483
MENOS DIVIDENDOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDADES NO REPARTIDAS		\$(13.006.566)	\$130.927	\$13.490.856	\$27.067.696	\$ 40.867.483
UTILIDADES NO REPARTIDAS ACUMULADAS		\$(13.006.566)	\$(12.875.639)	\$ 615.217	\$ 27.682.913	\$68.550.395

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 45. ESTADO FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

AÑO	0	1	2	3	4	5	V/R ULTIMO AÑO
ENTRADAS DE EFECTIVO							
RECURSOS FINANCIEROS	\$36.347.647	\$11.001.747	\$239.969	\$247.527	\$254.681	\$262.798	
INGRESOS POR CONCEPTO DE VENTAS		\$206.080.800	\$229.001.107	\$252.367.547	\$276.159.497	\$300.406.301	
VALOR REMENTE EN EL ULTIMO AÑO		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$7.762.798
TOTAL DE ENTRADAS DE EFECTIVO	\$36.347.647	\$217.082.547	\$229.241.075	\$252.615.073	\$276.414.178	\$300.669.099	\$7.762.798
SALIDAS DE EFECTIVO							
INCREMENTO DE ACTIVOS TOTALES	\$36.347.647	\$ -	\$239.969	\$ 247.527	\$ 254.681	\$ 262.798	
COSTOS DE OPERACIÓN, NETOS DE DEPRECIACION		\$219.688.877	\$223.767.031	\$227.959.326	\$232.253.382	\$236.669.536	
COSTOS DE FINANCIACION (INTERESES)		\$3.479.129	\$2.713.082	\$1.947.035	\$ 1.180.989	\$ 414.942	
PAGO DE PRESTAMOS		\$ 6.025.929	\$6.025.929	\$6.025.929	\$6.025.929	\$6.025.929	
IMPUESTOS		\$ -6.406.219	\$ 64.487	\$6.644.750	\$13.331.850	\$20.128.760	
TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO		\$222.787.716	\$232.810.498	\$242.824.567	\$253.046.831	\$263.501.966	
ENTRADAS MENOS SALIDAS		\$(5.705.169)	\$(3.569.422)	\$ 9.790.506	\$23.367.347	\$ 37.167.133	\$7.762.798
SALDO ACUMULADO DE EFECTIVO		\$(5.705.169)	\$(9.274.591)	\$515.915	\$23.883.262	\$61.050.395	\$68.813.194

Fuente: Elaboración propia.

11.5.2 Balance General Proyectados. Para el siguiente componente se ilustra dividido en dos partes activos y pasivo más patrimonio de la siguiente manera:

Tabla 46. BALANCE GENERAL PROYECTADO

AÑO	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
EFFECTIVO	\$11.001.747	\$5.296.578	\$1.967.125	\$12.005.158	\$35.627.185	\$73.057.116
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES		\$5.296.578	\$1.967.125	\$12.005.158	\$35.627.185	\$73.057.116
ACTIVOS FIJOS						
EQUIPOS DE OFICINA	\$4.127.900	\$3.302.320	\$2.476.740	\$1.651.160	\$ 825.580	\$ -
VEHICULO	\$15.000.000	\$13.500.000	\$12.000.000	\$10.500.000	\$9.000.000	\$7.500.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$19.127.900	\$16.802.320	\$14.476.740	\$12.151.160	\$ 9.825.580	\$7.500.000
ACTIVOS DIFERIDOS						
GASTOS PREOPERATIVOS	\$6.218.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 6.218.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$36.347.647	\$22.098.898	\$16.443.865	\$24.156.318	\$45.452.765	\$80.557.116

PASIVOS CORRIENTES						
PRESTAMO A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO	\$30.129.647	\$24.103.717	\$18.077.788	\$12.051.859	\$6.025.929	\$ (0)
TOTAL PASIVO		\$24.103.717	\$18.077.788	\$12.051.859	\$6.025.929	\$ (0)
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	\$6.218.000	\$11.001.747	\$11.241.716	\$11.489.242	\$11.743.923	\$12.006.721
RESERVAS		\$(13.006.566)	\$(12.875.639)	\$615.217	\$27.682.913	\$68.550.395
TOTAL PATRIMONIO		\$(2.004.820)	\$(1.633.923)	\$12.104.459	\$39.426.835	\$80.557.117
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$36.347.647	\$22.098.898	\$16.443.865	\$24.156.318	\$45.452.765	\$80.557.116
ACTIVO- (PASIVO Y PATRIMONIO)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Fuente: Elaboración propia.

11.5.3 Flujo de Caja Proyectado

Tabla 47. FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO

AÑO	0	1	2	3	4	5	V/R ULTIMO AÑO
ENTRADAS DE EFECTIVO							
PRESTAMOS	\$30.129.647						
INGRESOS POR CONCEPTOS DE VENTAS		\$206.080.800	\$229.001.107	\$252.367.547	\$276.159.497	\$300.406.301	
VALOR REMANENTE ULTIMO AÑO							\$7.762.798
TOTAL ENTRADAS EN EFECTIVO	\$30.129.647	\$206.080.800	\$229.001.107	\$252.367.547	\$276.159.497	\$300.406.301	\$7.762.798
SALIDAS DE EFECTIVO							
INVERSIONES TOTALES	\$36.347.647	\$11.001.747	\$239.969	\$247.527	\$254.681	\$262.798	
COSTOS DE OPERACIÓN, NETOS DE DEPRECIACION		\$219.688.877	\$223.767.031	\$227.959.326	\$232.253.382	\$236.669.536	
COSTOS DE FINANCIACION		\$3.479.129	\$2.713.082	\$1.947.035	\$1.180.989	\$414.942	
PAGO DE PRESTAMOS		\$6.025.929	\$6.025.929	\$6.025.929	\$6.025.929	\$6.025.929	
IMPUESTOS		\$-6.406.219	\$64.487	\$6.644.750	\$13.331.850	\$20.128.760	
TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO	\$36.347.647	\$233.789.463	\$232.810.498	\$242.824.567	\$253.046.831	\$263.501.966	\$ -
ENTRADAS MENOS SALIDAS	\$-6.218.000	\$-27.708.663	\$-3.809.391	\$9.542.980	\$23.112.666	\$36.904.335	\$7.762.798
FLUJO DE EFECTIVO NETO	\$-6.218.000	\$-27.708.663	\$-3.809.391	\$9.542.980	\$23.112.666	\$44.667.133	

Fuente: Elaboración propia.

Evaluación Financiera

El cálculo del costo de capital permite determinar lo que representa en términos porcentuales el financiamiento para el funcionamiento del proyecto, donde se financia con dos clases de recursos explicados anteriormente, A través de este cálculo se trata de ponderar lo que cuestan estas dos clases de recursos. Se calculan de acuerdo a lo que se paga de intereses de financiación periódicos, incluyendo el costo de la deuda después de impuesto y a los costos del patrimonio vienen determinados por un riesgo mayor al de Terceros, y el cálculo se expresa de la siguiente forma:

Tabla 48. COSTO DE CAPITAL PROMEDIO PONDERADO

AÑO	0	1	2	3	4	5
DEUDA CON BANCOS		\$24.103.717	\$18.077.788	\$12.051.859	\$6.025.929	\$(0)
PATRIMONIO		\$(2.004.820)	\$(1.633.923)	\$12.104.459	\$39.426.835	\$80.557.117
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS		\$22.098.898	\$16.443.865	\$24.156.318	\$45.452.765	\$80.557.116
% DEUDA						
PARTICIPACION		109,07%	109,94%	49,89%	13,26%	0,00%
% PATRIMONIO		-9,07%	-9,94%	50,11%	86,74%	100,00%
IMPUESTA RENTA		33%	33%	33%	33%	33%
TASA DE INTERES DEUDA						
EA		13,48%	13,48%	13,48%	13,48%	13,48%
TASA DE PATRIMONIO		20%	20%	20%	20%	20%
COSTO DE CAPITAL DESPUES DE IMPUESTO						
DEUDA		9,03%	9,03%	9,03%	9,03%	9,03%
COSTO DE CAPITAL PARA PATRIMONIO		20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%
COSTO CAPITAL PROMEDIO PONDERADO		8,04%	7,94%	14,53%	18,55%	20,00%

Fuente: Elaboración propia.

Evaluación financiera No. 1.

Según las estimaciones efectuadas, se obtiene el resultado de costo de capital que se muestra en la tabla anterior, donde se determina la rentabilidad del proyecto por medio del resultado de la TIR que es de 22.80% considerablemente superior al costo promedio del capital del 13.81%, y un VPN positivo que afirma la viabilidad del proyecto

Tabla 49 TIR DE LA ORGANIZACIÓN

COSTO DE CAPITAL	13,81%
TIR	22,80%
VPN	\$ 10.136.769

Fuente: Elaboración propia.

Justificación de TIR

La debida justificación de la TIR se realiza con base en la rentabilidad del sector educativo y el comportamiento actual del mismo, donde la información se justifica a partir de la división de la educación según Martin Carnoy en su libro Economía de la Educación (Profesor de Educación y economía en la Universidad de Stanford) donde argumenta que la TIR de la educación privada desde el año 1999 se presenta en un 14% y la de educación social un 11.3%, en promedio, teniendo en cuenta que la educación es un derecho constitucional.

“Una de las paradojas de la inversión en educación es que, cuanto más alta es la tasa de desempleo, más bajas son las pérdidas en los ingresos por haber ido a la escuela y, por lo tanto, más alto será el valor actual neto para los individuos particulares por haber invertido en una educación adicional. Esto nos permite

explicar las razones por las cuales la demanda de educación universitaria se incrementa durante las épocas de recesión en los países desarrollados”.

Análisis de Sensibilidad

En cualquier análisis financiero, siempre hay elementos de incertidumbre asociado a las alternativas y riesgos que se estudian, es precisamente esa falta de certeza lo que hace que la toma de decisiones sea bastante compleja. Con el objeto de facilitar la toma de decisiones para el proyecto, en el presente capítulo se realiza un análisis de sensibilidad modificando aquellas variables que pueden afectar negativamente el proyecto en términos de rentabilidad. Para este análisis se suponen dos escenarios:

Escenario 1. Incremento en la tasa de interés de los recursos financiados de un 13.48% EA de COOMEVA Financiera a una tasa de 25%EA que cuesta en un banco comercial promedio, y un incremento de 5% en el costo de capital del patrimonio.

Escenario No. 1.

Tabla 50 ESCENARIO 1

COSTO DE CAPITAL	19,55%
TIR	19,23%
VPN	(\$ 318.271)

Esto significa que el proyecto en términos financieros se impacta considerablemente al incrementar los costos financieros por la deuda y por el costo de patrimonio.

Escenario 2. Disminución de participación de mercado en una de las empresas encuestadas Fundación Sarmiento Palau para los dos primeros años de operación del proyecto, influyendo directamente en las unidades vendidas.

Escenario No. 2.

Tabla 51 ESCENARIO 2

COSTO DE CAPITAL	8,98%
TIR	16,61%
VPN	\$ 10.729.664

Este escenario deja ver como la rentabilidad del proyecto no se afecta cuando se presenta una disminución en la participación del mercado con la Fundación Sarmiento Palau que representa un 2.29%.

En conclusión, se puede afirmar que los resultados del análisis de sensibilidad del FCN, bajo dos escenarios, en donde uno determina que el proyecto es muy sensible al aumento de la tasa financiera y el costo de capital del patrimonio, el escenario restante nos establece que la disminución de una de las empresas en participación del mercado los dos primeros años, influye directamente en las ventas, sin embargo muestra que el proyecto sigue siendo rentable.

12. IMPACTO

El proyecto pretende aportar conocimientos en competencias laborales y sinergia entre los participantes (comunidades y empresas), esto se logra por medio de metas sociales y así contribuir al desarrollo social y económico del entorno donde se tenga presencia, con base en el apoyo a ideas emprendedoras con miras empresariales y fortalecimientos a actividades económicas lícitas ya existentes a través de capacitaciones y/o talleres en procesos empresariales.

12.1 METAS SOCIALES

En las metas sociales se pretende identificar a líderes empresariales para el apoyo y respaldo en ideas emprendedoras y/o fortalecimiento a las actividades económicas lícitas ya existentes, aportando así un crecimiento económico en los entornos y a su vez mejorando la calidad de vida de los participantes.

Para ello se pretende elaborar alianzas con entidades educativas, empresas públicas y/o privadas, para trabajar de manera conjunta y amena compartiendo conocimientos y experiencias, donde se procura transmitir a la comunidad un modelo de cultura emprendedora y capacidad de iniciativa a través de un sistema motivacional para logros personales, generando vocación empresarial y a su vez contribuir con la investigación en el desarrollo de nuevas tendencias en procesos administrativo con el objetivo de beneficiar a los emprendedores, las empresas y la comunidad.

12.2 IMPACTO SOCIAL.

Este proyecto pretende brindar un impacto social fundamental para el municipio de Tuluá y sus alrededores, estimulando el nacimiento de ideas emprendedoras en actividades productivas y fortaleciendo las ya existentes, minimizando la mortalidad de actividades económicas ya sea por desconocimiento de técnicas administrativas o mal manejo organizacional, independientemente que sea del sector formal o informal.

En estos sectores se pretende crear conciencia de los beneficios que se adquieren cuando se invierte en conocimiento en procesos empresariales generando a su vez crecimiento y desarrollo personal, esto se logra a través de un sistema motivacional constante con los participantes, alcanzando una formación en principios y valores del ser para hacer y a si obtener resultados positivos.

13. CONCLUSIONES

En conclusión este proyecto es viable debido al amplio mercado existente y a la necesidad latente de brindar apoyo a todas aquellas personas con la intención de crear cualquier tipo de actividad económica lícita y fortalecer las ya existentes, donde observamos en datos estadísticos brindados por la Cámara de Comercio de Tuluá, en el documento “Observatorio Socioeconómico. Segunda edición del Comportamiento empresarial a marzo de 2010” donde argumenta que el 97.19% de la población empresarial de la ciudad de Tuluá y sus alrededores es del sector micro empresarial, sector que nos brinda un amplio mercado potencial al cual se va a dirigir, enfocados en los estratos 1, 2 y 3 los cuales tienen la necesidad de adquirir los servicios ofrecidos por el proyecto.

Es factible brindar el servicio de apoyo a ideas emprendedoras con miras empresariales y fortalecimientos a actividades económicas lícitas ya existentes a través de capacitaciones y/o talleres en procesos empresariales, ya que se cuenta con entidades públicas, privadas y centros educativos y un personal idóneo para el buen desarrollo de las diferentes actividades del proyecto en la ciudad de Tuluá y sus alrededores. Cabe resaltar que la ubicación del proyecto en conceptos de macro y micro localización es estratégica, ya que Tuluá es el centro del Valle del Cauca y contiene diversas culturas y actividades económicas donde la más fuerte es la comercial, retomando así estrategias existentes para el desarrollo de este servicio, donde se pretende fortalecer con don de gente y así ser competitivos en los diferentes entornos.

No existe ningún requisito de tipo legal que obstaculice brindar conocimiento en procesos empresariales en la ciudad de Tuluá y sus alrededores, por lo contrario, al proyecto se rige por la Ley 1014 del 2006 “Plan Nacional de Desarrollo. Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país” y

la Ley 1064 del 2006 “por la cual se dictan normas para el apoyo y fortalecimiento de la educación para el trabajo y el desarrollo humano establecida como educación no formal en la ley general de educación”

El presente estudio demuestra que es conveniente económica y financieramente brindar servicios de apoyo a ideas emprendedoras con miras empresariales y fortalecimientos a actividades económicas lícitas ya existentes a través de capacitaciones y/o talleres en procesos empresariales en la ciudad de Tuluá y sus alrededores ya que los indicadores financieros dan credibilidad a este mediante resultados positivos; se demuestra con el cálculo de la TIR que arroja un 22.80% la cual supera a la tasa de oportunidad (costo de capital), con un 13.81%, esto es debido al enfoque al como se pretende ofrecer dichos servicios.

Por último, Gracias al desarrollo de este Proyecto se logro dar aplicación a los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera que permitió interpretar los resultados del estudio realizado.

14. RECOMENDACIONES

Para este proyecto es necesario valorar a cada individuo o participante por su conocimiento y experiencia como ser humano, el cual, el enfoque que se pretende es generar un sistema motivacional del ser para hacer, donde el desarrollo personal es la base que fundamenta el éxito de este proyecto, es decir, que lo primero que se debe estructurar es el proyecto de vida de dicho participante.

Crear una página Web con el fin de enseñar y transmitir resultados obtenidos y orientar a quienes requieran los servicios lo cual a su vez nos genera posicionamiento por nuestra labor, es por ello que se recomienda crear este medio puesto que ofrece la posibilidad de llegar a nuevos mercados.

Con el fin de conseguir satisfacer las expectativas del proyecto, se hace necesaria la implementación de forma permanente de una planeación estratégica que abarque la totalidad de los aspectos del estudio, importantes para darle permanencia en el tiempo, de la misma forma se hace necesario que los colaboradores se involucren de manera multifuncional para lograr el éxito del proyecto.

Es indispensable observar las sugerencias que nos brinda y realizar periódicamente encuestas de satisfacción para verificar los cambios en las preferencias de nuestros clientes y colaboradores y así estar a la vanguardia de los cambios del entorno.

15. RESUMEN EJECUTIVO

Fundación SEGA Para emprendimiento y desarrollo empresarial, es una organización que brinda acompañamiento a ideas emprendedoras, planes de negocio y/o fortalecimiento a los ya existentes, siempre en la consecución y desarrollo de proyectos de impacto social y productivo, a través de consultoría, asesoría, conferencias, capacitaciones y/o talleres en procesos empresariales.

Nos caracterizamos por impulsar el desarrollo en Gestión Humana, contamos con personal calificado, para contribuir a la calidad y mejoramiento continuo de las comunidades, empresas formales e informales de Tuluá y sus alrededores, con el apoyo de entidades del estado y privadas, a través de alianzas estratégicas con instituciones educativas de formación técnica y superior, generando responsabilidad social y cultura ambiental.

Para esto se realizó una investigación de mercados con el fin de identificar un mercado potencial de organizaciones que brindan algunos de estos servicios, lo cual es probable que requieran apoyo en este campo, lo cual arrojó para el primer año ventas o prestación del servicio de 4.122 módulos respectivamente y llegando al último año proyectado ventas de 4.292. El incremento de ventas se verá reflejado por el crecimiento de la participación de mercado del 1.02% anual.

La Fundación requerirá un área de 136 metros cuadrados como mínimo, debe tener 17 metros de fondo por 8 metros de frente con sus respectivos equipos de oficina y audiovisuales. Ubicada en una zona estratégica de la microlocalización, y un vehículo equipado con tecnología audiovisual y publicidad para sus pertinentes desplazamientos en la zona donde requieran el servicio, comprándose el equipo de contado, gracias a los recursos de la empresa. El proceso consiste

básicamente en realizar las respectivas contrataciones, darse a conocer con excelentes resultados y testimonios de nuestra labor.

En la **Fundación SEGA Para emprendimiento y desarrollo empresarial** laboraran un total de 3 personas, en donde 1 de ellas es la parte administrativa y 2 son la parte operativa. La cual se constituirá legalmente como Fundación bajo su representante legal el gerente.

Se debe explicar diferentes temas como el tipo de organización que se va a establecer, requisitos legales de constitución y el manejo de tipos de contratos que se realicen en el proyecto, haciendo un énfasis en este punto porque siempre es más sencillo prevenir los problemas que resolverlos cuando se presentan.

Como cumplidores de los deberes de la Constitución Política de Colombia, en derecho de crear empresa, soportados en la Ley 1014 de fomento a la cultura del emprendimiento, la cual compromete al gobierno como actor responsable de la política pública en la materia y cuya gestión es entregada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo., Ley 1064 “por la cual se dictan normas para el apoyo y fortalecimiento de la educación para el trabajo y el desarrollo humano establecida como educación no formal en la Ley general de educación”, bajo la imagen de Fundación corporativa La difusión de la “Responsabilidad social empresarial” Ley 590 de 2000 y 905 de 2004. (Ley MIPYME Ley marco que suscribe la política estatal para la promoción de la creación de empresas.) Ley 1328 “(f). Educación para el consumidor financiero”.

En cuanto al área financiera la organización requerirá invertir inicialmente un monto de \$ 36.810.826 para iniciar operaciones que serán aportados en un 16.3% por capital social y el restante por deuda con una entidad financiera. Acorde con el nivel de ventas antes expuesto, así como los costos y el precio de venta indicado,

se generaría un valor presente positivo, una tasa de interna de retorno de 22.82%, a un costo de capital de 13.81%

Ante el planteamiento de los dos posibles escenarios se comprobó como el proyecto es altamente sensible al aumento de la tasa de interés del 13.48% EA a un 25% EA y al aumento del costo de capital del patrimonio en un 5%.

Dados los procedimientos y trámites que deberán realizarse antes que inicie la empresa, se tiene contemplado que las operaciones inicien para el año 2.012.

BIBLIOGRAFIA

Libro

CARRILLO Giraldo Germán, Ing. Coordinador de Calidad, Estudio Empresarial Cámara de Comercio de Tuluá. Observatorio socio-económico cámara de comercio de Tuluá marzo 2010, 1 – 35 p.

CASTILLO H. Alicia Estudio preparado por First PublicInc Chile S.A. en 1999 para INTEC- CHILE, Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional. 1-21 p.

MÉNDEZ, Rafael. Formulación y Evaluación de Proyectos. Enfoque para emprendedores. Quinta edición.

VARELA, Rodrigo. Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas, segunda Edición.

DAVID FRED R., *Conceptos de administración estratégica*, décima primera edición, “Capt. 3 La evaluación externa”.

KOTLER Philip y otros, *Dirección de marketing*, Edición del Milenio, “Capítulo Identificación de segmentos y selección del público objetivo”

Artículo de revista

Programa institucional emprendedores Univalle. Boletín de emprendimiento no.14 Abril-Mayo 2011

Portafolio.com, Julián Domínguez, Presidente Cámara de Comercio de Cali.

Documento

CONGRESO DE LA REPUBLICA COLOMBIA. **Ley 1014** De fomento a la cultura del emprendimiento. El Congreso de Colombia (26/01/2006).

CONGRESO DE LA REPUBLICA COLOMBIA. Ley 905 del 2 de agosto de 2004, que modifica a la Ley 590 del 2000.

PALAU Salazar Rafael Eduardo, Alcalde 2008 – 2011. Anuario estadístico Tuluá 2008, 1 – 122 p. Normas jurídicas leyes, los reglamentos, las órdenes ministeriales, decretos, resoluciones.

PALAU Salazar Rafael Eduardo, Alcalde 2008 – 2011. Plan de Salud Territorial Tuluá 2008 – 2011, 1 – 47 p.

Cámara de Comercio de Tuluá, Observatorio Socioeconómico. Segunda edición del COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL a marzo de 2010.

Trabajo de grado, monografía o tesis

ZÚÑIGA M. Claudia Lorena, ESCOBAR Edwin Alex. Trabajo de grado. Modelo de consultorio empresarial para la facultad de ciencias de la administración de la universidad del valle. Santiago de Cali. (2007). 173 p. Trabajo de grado. Monografía.

Cybergrafía

CONGRESO DE LA REPUBLICA COLOMBIA. Ley 905 del 2 de agosto de 2004.
<http://www.mincomercio.gov.co/mipymes/pyme/verimp.asp?id=263&idcompany=43>

Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional.

([http://www.scribd.com/doc/29858941/Emprendedores-como-Creadores-de-riqueza- -Desarrollo-Regional](http://www.scribd.com/doc/29858941/Emprendedores-como-Creadores-de-riqueza--Desarrollo-Regional))

ANEXOS

ANEXO A

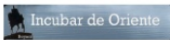
ENTIDADES E INSTITUCIONES QUE BRINDAN APOYO EN EMPRENDIMIENTO Y FORTALECIMIENTO MICRO-EMPRESARIAL

Incubadoras y Universidades			
Nombre de la Organización	Descripción	Contacto	Imagen
Incubadora de Colombia	Tienen una incubadora de Empresas de Base Tecnológica e Innovación en los sectores transversales de la industria, integrando equipos de trabajo compuestos por jóvenes emprendedores, inventores e inversionistas, en el centro del país.	Crr 7 No 48-27 Tel: 5740404 info@incubarcolombia.org.co www.incubarcolombia.org.co	
CREA-ME	CREA-ME es una agencia para la formulación, gerencia e implementación de empresas, programas, proyectos y estrategias de desarrollo productivo, competitivo y empresarial. SENSIBILIZAN, FORMAN, INFORMAN, OPERAN, a algunas empresas, movilizaron un capital de 1.500.000 dólares. En el proyecto de ayuda empresarios. Tienen diferentes Nodos, diferenciados por el territorio en el que encuentran y por la alianza que tienen con algunas organizaciones. POR MEDIO DE CONCURSO TAMBIÉN FINANCIAN. (PRESTAMOS).	Crr 46 No 56-11, Piso 12. Tel: (574) 251 20 30 Email: info@crea-me.com Medellín, Antioquia www.creame.com.co	
NODOS DE CREA-ME	Todos los nodos tienen como objetivo principal atender problemas de desarrollo económico local mediante la mejora de la base empresarial: describiendo redes formales que ayuden a los empresarios a desarrollar sus ideas desde la concepción, pasando por la comercialización, hasta la puesta en marcha de la nueva empresa y la búsqueda de su sostenibilidad.		
Nodo Ceipa	Nodo de Antioquia	Calle 77 sur N° 40 - 165 Tel : (574) 305 61 77 Campus Universitario Sur - - (Sabaneta) Antioquia www.creame.com.co	
Nodo Iebta	Nodo de interacción entre ciudades del centro y occidente	Crr 46 No 56-11 Piso 12 Tel: (574) 5751200 Ext. 112 JUAN CARLOS GIRALDO Gestor Empresarial e-mail: jc.giraldo@creame.com www.creame.com.co	
Nodo Funcoomeva	Nodo entre Bogotá, Cali y Medellín.	Crr 13 No 53-52 Piso 12 Tel: 2359555 ext. 112 Ximena Trujillo Coordinadora Nodo nodo_funcoomevabogota@coomeva.com.co www.creame.com.co	
NODO INTERSOFTWARE	Nodo de interacción tecnológico.	Crr 46 No 56-11 Piso 6 Edificio TechnoParque PH. Tel.: (574) 511 20 68 Lina Maria Taborda Giraldo Coordinadora del Nodo Intersoftware. lina.taborda@creame.com.co www.creame.com.co	
NODO FUNCOOMEVA EJECAFETERO	Nodo del Eje cafetero	JOSE RAMIREZ Crr. 46 No. 56 - 11 Piso 6 Edificio TechnoParque PH. Tel.: (574) 511 2068 jose.ramirez@creame.com.co www.creame.com.co	
NODO MEDELLÍN DIGITAL	Nodo de nuevas tecnologías en Medellín	LINA MARIA TABORDA GIRALDO Coordinadora Nodo Medellín Digital lina.taborda@creame.com.co	
NODO FUNCOOMEVA CALI	Nodo de Cali	Cll 13 No. 57-50 Piso 3 Fundación Coomeva Tel: 3330000 ext. 1802 - 1238 - 1807 Alexandra Ossa Pardo COORDINADORA alexandram_ossa@coomeva.com.co www.creame.com.co	
NODO UDEA	Nodo de Investigación	nodo.udea@creame.com.co www.creame.com.co	
NODO ANDI	Nodo entre ciudades pequeñas de Colombia	Tel: (574) 5751200 ext. 113 DANIEL ALVAREZ ORTIZ Gestor Empresarial daniel.alvarez@creame.com.co www.creame.com.co	

Nodo Gestando:	Nodo de gestación de empresas.	Cll 34 No. 17 - 27 Bogotá Tel (1) 338 24 83 (1) 338 24 94 Gabriel Jaime González COORDINADOR gabriel.gonzalez@creame.com.co www.cream.com.co	
JÓVENES CON EMPRESA.	Capacitación , Asesoría y Acompañamiento	Crr 13 No. 71-27 Área de Desarrollo Empresarial amredondo@fcorona.org http://www.jovenesconempresa.com/	
Oficinas de atención Jóvenes con Empresa	El objetivo general del Programa es contribuir al fortalecimiento del tejido empresarial de Bogotá, Medellín y Cali. Brindan capacitación, asesoría y acompañamiento a los jóvenes que se emprenden.		
Universidad Antonio Nariño.	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 2212109 Eduardo Beltrán Coordinador eduardo.beltran@uan.edu.co	
Colegio de estudios superiores en administración	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 3395300 José Fernando Dueñas Coordinador joseduenas@marketingcompetitivo.com www.uanarino.edu.co	
Universidad Autónoma	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 5996843 2839714 Coordinador Ricardo Candelo con_economico@fuac.edu.co http://www.fuac.edu.co/	
Universidad EAN	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 5936160 ext. 16 Coordinador Francisco Mattz fmattz.dc@ean.edu.co http://www.ean.edu.co/	
Escuela de Ingenieros Julio Garavito	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 6683600 ext. 366 Coordinador Maria Victoria Ayala de Rey mayala@escuelaing.edu.co www.escuelaing.edu.co	
Externado de Colombia	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 2826066 ext. 1208 Coordinador José Antonio Mesa jose.mesa@uexternado.edu.co www.uexternado.edu.co	
Universidad Distrital	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 3239300 ext. 2504 Fabiola Sáenz fsaenz@udistrital.edu.co www.udistrital.edu.co	
Javeriana	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 3208320 Coordinador José Agustín Gómez Méndez j.gomez@javeriana.edu.co www.javeriana.edu.co	
Konrad Lorenza	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 3472311 ext. 141 Coordinador Sergio Andrés Pulgarín spulgarin@fukl.edu www.fukl.edu	

Los libertadores	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 2490078 Coordinador Nelson Riveros Leal cempresarial@cit.ulibertadores.edu.co www.ulibertadores.edu.co	
Universidad Nacional	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 3165000 Coordinador Alvaro Viña V auvinav@unal.edu.co ext. 12424 www.unal.edu.co	
Universidad de la Sabana	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 8615555 ext. 1816 Coordinador Germán Fracisca Naranjo german.fracisca@unisabana.edu.co www.unisabana.edu.co	
Universidad Central	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 3239868 ext. 285 Coordinador William Torres ingenium@ucentral.edu.co www.ucentral.edu.co	
Universidad Javeriana	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 321 8379 Jorge Enrique Jiménez jjjimenez@puj.edu.co www.puj.edu.co	
Universidad Autónoma	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 318 8000 Ricardo López: ext. 11568 ralopez@uao.edu.co www.uao.edu.co	
Universidad San Buenaventura	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 318 2200 ext. 385 José Alonso González jagonzal@usb.edu.co http://www.usb.edu.co/	
Universidad Icesi	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Olga Lucia Bedoya obedoya@icesi.edu.co www.icesi.edu.co	
Universidad del Valle	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 321 2384 Alejandro Bermúdez emprendedores@univalle.edu.co www.univalle.edu.co	
SENA	Coordinación de emprendimiento del SENA.	Tel: 431 5800 ext. 1051 Constanza Meza jovenesconempresa@sena.edu.co www.sena.edu.co/Portal/Regionales/Valle/	
San Buenaventura	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 450 0300 Coordinador Pablo López Tovar pablo.lopez@usbmed.edu.co www.usbmed.edu.co	
Escuela de Ingeniería de Antioquia	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 339 3200 ext. 300 Coordinador Juan Esteban Álvarez H. emprendimiento@eia.edu.co www.eia.edu.co	
Incubadora de Empresas	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 2512030 ext. 110 Coordinador Diego Sánchez director@intersoftware.org.	
Instituto Tecnológico Metropolitano	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 440 5187 Coordinador: Mauricio Higueta mauricohigueta@itm.edu.co www.itm.edu.co	

Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 319 7951 Coordinador: Kelvin Álvarez León kalvarez@elpoli.edu.co www.politecnicojic.edu.co	
Microempresas de Antioquia	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 5122998 Coordinadora: Juliana Gutiérrez Rua cooperacion@microempre sasdeantioquia.org.co www.campusempresarial.com	
Institución Universitaria Salazar y Herrera	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 430 1600 ext. 208 Coordinadora Gloria Cecilia Pardo Á. empresarisimo@iush.edu.co www.iush.edu.co	
Universidad de Antioquia.	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 5166500 ext. 104 Coordinador Diego Luis Orozco diegoluisorozco@gmail.com www.udea.edu.co	
Pontificia Bolivariana	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 415 9031 ext. 9518 Coordinadora María Eugenia Gómez Zuluaga maria.gomez@upb.edu.co www.upb.edu.co	
Universidad EAFIT	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 261 9500 ext. 444 Coordinadora Paola Podestá mpodesta@eafit.edu.co www.eafit.edu.co	
Corporación Universitaria Lasallista	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 3000200 Coordinador Walter Lugo walterlugo@lasallista.edu.co www.lasallista.edu.co	
Universidad de Medellín	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 340 5273 Coordinadora Claudia Solano R. csolano@udem.edu.co www.udem.edu.co	
Universidad nacional (Medellín)	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 430 9603 Coordinadora Juan David Gallo unempresas@unalmed.edu.co www.unalmed.edu.co	
SENA (Medellín)	Coordinación de emprendimiento de la universidad.	Tel: 5760000 ext. 3898 Coordinadora Gloria Bustamante Escobar gbusta@sena.edu.co www.sena.edu.co	
GESTANDO INCUBADORA DE COLOMBIA	Esta incubadora brinda formación en emprendimiento y empresarismo, opera concursos de emprendimiento, consultoría en fortalecimiento empresarial y genera unidades productivas.	Tel: 057-1-338 2494 : Calle 34 No. 17 - 37 info@gestando.coop www.gestando.coop	

Boyacá Incubar (Tunja)	Fomenta el desarrollo empresarial y la proyección de individuos, organizaciones, grupos, comunidades y regiones mediante la identificación y ejecución de ideas sobre nuevos proyectos empresariales o el mejoramiento de empresas existentes, donde el conocimiento y la innovación son los insumos principales, para que estos se conviertan en empresas rentables y competitivas y contribuyan al desarrollo económico y social de la región y el país..	Tel: (8) 7422785/7404080 Carrera 9 No. 28-34 Barrio Maldonado www.incubarboyaca.org.co	
Bucaramanga emprendedora	Tiene como misión hacer realidad proyectos empresariales innovadores, generar empresas competitivas, transformar ideas en empresas prósperas y competitivas, evaluar, potenciar y unir factores claves de éxito: talento empresarial, innovación, conocimiento del mercado, planificación económica y financiera, acompañar y acelerar la incorporación de innovaciones al mercado	Tel: (7) 6700670 Ext. 111 Crr 19 N 35 - 02. Esquina P3 www.bucaincu.org	
Caribe Incubar (Barranquilla)	Incubar del Caribe es una entidad que busca crear y renovar la base empresarial del Caribe colombiano, por medio del acompañamiento, asesoría y consultoría, que impulse la innovación y la transferencia de tecnología a empresarios actuales y potenciales, mediante la interacción con organismos nacionales e internacionales.	Tel: (2) 2402679, Crr 59 cll 6-7 Fundelpa www.parquesoft.com	
Cien (Pasto)	Base tecnológica e innovaciones regionales	Tel: 3181000 ext. 158/ www.incubarcaripe.org	
Eje Cafetero Incubadora (Pereira)	Acompañamiento a emprendedores desde el nacimiento de las empresas hasta el fortalecimiento económico y financiero de las mismas.	Tel: (2)7313256, Edificio Cámara de Comercio Pasto- Piso 3° - salón 3.	
Génesis (Medellín)	Apoyo a Micro y Mediana Empresa en la región de Antioquia	Tel: (4) 5310173 Calle 47 No. 50c 10Interior 202 Rionegro, Antioquia	
Gestar Proyectos (Chia-Cundinamarca)	Crea y apoya ideas y proyectos innovadores, convirtiéndolos en empresas rentables y alternativas viables para el éxito.	Tel: (1) 8620073/8707468, Crr 13 No. 13-33 Chia http://gestarproyectos.tripod.com/id6.html	
Huila Incubar (Neiva)	La red de emprendimiento del departamento del Huila, tiene la misión de promover la cultura del emprendimiento, la creatividad, la innovación, la competitividad y la creación de empresas con alto valor agregado, mediante la gestión académica e interinstitucional para acceder al conocimiento y a los programas de fomento empresarial y social, para el desarrollo económico y bienestar social de la región y el país.	Tel: (8) 8620404/8620505 Calle 40 No 1-1B Tecno parque Colombia No. 6 Barrio Cándido Leguizamón www.incubaruila.org/	
Proempresas (Cúcuta)	Soporte en la Creación de empresas	Tel: (7)5776926 Av. Gran Colombia No. 12E-96 Barrio Colsag Univ. Francisco de Paula Santander. Edificio Fundadores Piso 3 http://proempresas.org/	
Urabá Incubar (Apartadó)	Soporte en la creación de empresas del Urabá.	www.incubaruraba.org.co	
Organizaciones de Apoyo a Emprendedores			
Destapa Futuro	Es un programa de inversión social de Bavaria que se enfoca en la creación y fortalecimiento de pequeñas y medianas empresas sostenibles, con capacidad de crecer y contribuir al desarrollo económico de las comunidades donde se encuentran. El programa Destapa Futuro capacita anualmente, en el campo empresarial, a un número significativo de emprendedores de diferentes regiones del país. Para desarrollar sus ideas de negocio o fortalecer las pequeñas empresas. Posteriormente selecciona algunas de ellas e invierte un capital semilla, no reembolsable, con el cual ponen en marcha sus negocios, generando empresas auto sostenibles de todos los sectores de la economía.	Más información en: www.redemprendedoresbavaria.net e-mail: info@redemprendedoresbavaria.net	
Endeavor	Endeavor es una Organización Global que trabaja en pro del desarrollo y el crecimiento económico de los países de mercados emergentes impulsando el fortalecimiento de la cultura del emprendimiento. La competencia más contundente con la que cuenta Endeavor para materializar su misión de "transformar las economías de los principales mercados emergentes del mundo", son los mecanismos de apoyo personalizado y exclusivo ofrecidos a sus emprendedores. Servicios al emprendedor: - Programa de Mentoría. - Conformación de Comité Asesor. - Asesorías Estratégicas. - Desayunos Emprendedores. - Foros de Emprendedores. - Exposición a Medios. - Eventos de Capacitación.	Endeavor Colombia Información de Contacto: Tel : 346 42 42 Fax : 346 42 43 info@endeavor.org.co www.endeavor.org.co	

Ventures	VENTURES es una iniciativa para estimular la creación de empresas competitivas en Colombia. Revista Dinero y McKinsey & Company se dieron a la tarea de crear un concurso de planes de negocio con el fin de atraer y premiar a los mejores emprendedores del país. Pueden participar colombianos y extranjeros residentes en Colombia de todas las edades con proyectos o simplemente ideas en cualquier sector de la economía que tenga un fuerte impacto para generación de empleo y riqueza en Colombia. Se apoyan tres categorías: - Categoría General - Categoría Social - Categoría New Ventures Verdes	Tel: (57-1) 6468400 Ext.: 1369 Ventures Más información en: www.ventures.com.co	
Fondo Emprender	Fondo Emprender; es un fondo creado por el Gobierno Nacional, para financiar proyectos empresariales provenientes de aprendices, practicantes universitarios (que se encuentren en el último año de la carrera profesional) o profesionales que no superen dos años de haber recibido su primer título profesional. El Fondo facilita el acceso a capital al poner a disposición de los beneficiarios los recursos necesarios en la puesta en marcha de las nuevas unidades productivas. El FONDO EMPRENDER otorgará recursos hasta el ciento (100%) por ciento del valor del plan de negocio, siempre y cuando el monto de los recursos solicitados no supere los doscientos veinticuatro (224) salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV)	Más información en: www.fondoeemprender.com	
Grupo BID	El Grupo BID financia programas de desarrollo por medio de préstamos, donaciones, garantías, e inversiones.	Tel: (57-1) 325-7000 Más información en : http://www.iadb.org COF / CCO@iadb.org	
Idea tu empresa	Idea Tu Empresa es una competencia de planes de negocios que busca estimular la actividad empresarial inclusiva* impulsando emprendimientos de alto potencial y rentabilidad que incorporen a personas y empresas de escasos recursos Pueden participar personas naturales o jurídicas, de cualquier nacionalidad, que estén dispuestas a crear un negocio inclusivo sostenible en Colombia. Pueden concursar propuestas de las diferentes zonas del país. Los premios en efectivo serán de hasta US\$ 15,000 para los ganadores. Entre 60 y 80 participantes serán seleccionados para recibir asesoría de un consultor dedicado a la elaboración del plan de negocio. Los 60 a 80 participantes elegidos tendrán un entrenamiento intensivo de negocios así como la preparación del Plan de Negocio	Tel: 571- 6236167 Más información en : www.ideatuempresa.org E-mail: info colombia@ideatuempresa.org	
Bogotá Emprende	La Alcaldía Mayor de Bogotá y La Cámara de Comercio de Bogotá, crean el Centro de Emprendimiento: Bogotá Emprende, con el fin de generar una cultura del emprendimiento y de apoyar a Emprendedores y empresarios en el camino de la creación, crecimiento y consolidación de sus negocios. Para ello cuenta con una oferta de servicios integrales que brinda el acceso a publicaciones de calidad, la programación de actividades y asesoría de expertos, que le permitirá al Emprendedor coordinar por sí mismo todo su itinerario para superar sus problemáticas y satisfacer sus necesidades. En este programa usted podrá encontrar información concreta sobre las diferentes opciones de financiación que brinda el sector financiero Colombiano a los empresarios de Bogotá y su región. Esta herramienta se encuentra dividida en dos temas principales: Líneas de crédito, y Recursos de Financiación.	Más información en : www.bogotaemprende.com	

Innova	El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo apoya a las micro, pequeñas y medianas empresas innovadoras del país mediante el Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial para las Mipymes-INNOVA 2008. Este premio tiene como finalidad fomentar una cultura hacia la innovación y el desarrollo tecnológico en las empresas. Los recursos que reciban las empresas ganadoras pueden ser destinados, entre otros, a los siguientes beneficios y apoyo para: • Capacitación especializada. • Asistencia técnica nacional y/o internacional. • Patentamiento internacional. • Participación en eventos nacionales y/o internacionales de innovación o desarrollo tecnológico. • Gestión estratégica comercial. El Premio INNOVA se entrega anualmente y se entregarán entre los ganadores MIL MILLONES DE PESOS (\$1.000.000.000)	Tel: 606 76 76 ext. 1596 Contacto: ljuervo@mincomercio.gov.co http://www.mincomercio.gov.co/econtent/NewsDetail.asp?ID=6315&IDCompany=1	
Desafío Sebrae- Acopi	El Desafío Sebrae es un juego simulación de gestión de empresas dirigido a estudiantes que estén matriculados en la Educación Superior (Técnica, Tecnológica y Formación Universitaria a nivel de Pregrado) de todo el territorio Colombiano. El juego utiliza un software exclusivo y la competencia tiene como objetivo perfeccionar los conocimientos del área de negocios para todos los participantes, independientemente de la carrera que estén cursando. El equipo ganador obtendrá un viaje a Rio de Janeiro para conocer Incubadoras de negocios y universidades y empresas.	Más información en: www.desafiosebrae.com.co	
Parquesoft Colombia	Apoya a emprendedores de todo tipo, con una infraestructura de clase mundial para el desarrollo de la tecnología y de los negocios, productos innovadores, confiables y competitivos, fortaleza financiera y desarrollo de negocios. Con oficinas en más de 16 oficinas en el país, entre ellas Bogotá, Cali, Medellín y Pereira entre otras.	Tel: Cali: (7) 6700670 Ext. 111 Bogotá: (1) 7423171 Medellín: (5) 385 6590 Pereira: (6) 3216899 Villavicencio (Meta): (8) 318 1010 Pasto: (2) 7313256 Cartagena: (5) 318 1010 Crr 19 N 35 - 02. Esquina P3 www.parquesoft.com	
Centro de Formación Empresarial Fundación Mario Santo Domingo	El principal objetivo del Centro es ofrecer a empresarios del sector de la microempresa programas de capacitación y profesionalización empresarial, asesoramiento y asistencia técnica, comercio electrónico y en general todos los servicios encaminados a capacitar pequeños empresarios.	Tel: 607 07 03 ext. 102 Ángela Liliana Ríos Forero Coordinadora de Proyectos Centro de Formación Empresarial Fundación Mario Santo Domingo - ACCIÓN Internacional Calle 70 A # 7 - 81 E-mail: arios@cfe.edu.co www.fmsd.org.co	
Programa de Atención a Empresarios	El propósito del Programa es incrementar las habilidades y el conocimiento para desarrollar el espíritu empresarial en profesionales y no profesionales de estratos 2, 3, 4 y 5 para crear empresas sostenibles en Bogotá. El Área de Desarrollo Empresarial a diciembre de 2010 se propone que por lo menos 40 de los empresarios apoyados por el programa mantienen su actividad empresarial. Para el cumplimiento del objetivo la Fundación Corona en el área de desarrollo empresarial ha fortalecido su gestión a través de la oferta del Taller de Creación de Empresas	Tel: 400 0031 Calle 90 No. 13A -20 oficina 503 fundacion@corona.org www.fundacioncorona.org.co	
Acceso a Financiación para Creación y Fortalecimiento			
COOMEVA	Asociados o usuarios de la Cooperativa, que quieran crear empresas y generar nuevos empleos. En el caso de empresas ya creadas, dicho crédito podrá ser otorgado si las mismas no tienen más de seis meses de creadas, contados a partir del otorgamiento del acto de su constitución. Monto Máximo Hasta \$160 Millones Plazo Hasta 72 meses Amortización Período de gracia hasta de 12 meses (solo paga intereses) Garantías Fondo Nacional de Garantías	Tel: 01 8000 94 13 18. Calle 13 No. 57-50 Marco Antonio Rizo Director Ejecutivo E-mail: marcoa_rizo@coomeva.com.co www.coomeva.com.co	
Banco Agrario - Banco de las Oportunidades	Personas naturales cuyo saldo de endeudamiento con otras operaciones vigentes con el Banco no supere el equivalente en pesos a 25 s.m.l.m.v., que quieran desarrollar una actividad económica ligada a los sectores industrial, comercial o de servicios. Inversión desde 2 hasta 25 S.M.L.M.V Tasa 25% efectivo anual Plazo Capital de trabajo hasta 24 meses Activos fijos hasta hasta 36 meses Amortización Mensual Período de gracia para capital de trabajo hasta 6 meses Período de gracia para activos fijos hasta 12 meses	Línea gratuita Tel: 018000 915000 En Bogotá: 5948500 Contacto Banagrario www.bancoagrario.gov.co/	

Corporación Mundial de la Mujer	Empresarios con experiencia (mayor a 6 meses) en la actividad y que NO estén reportados en las centrales de riesgo. Monto: Créditos desde \$600.000 en adelante dependiendo de su capacidad de pago. Amortización: Las cuotas se pagan mensualmente y son fijas durante todo el periodo pactado.	Tel: 2773046 - 2773158 Calle 13 No. 27-31/39 www.cmmbogota.org/	
Cámara de Comercio de Bogotá	Empresarios con experiencia (mayor a 6 meses) en la actividad y que NO estén reportados en las centrales de riesgo. Monto: Créditos desde \$600.000 en adelante dependiendo de su capacidad de pago. Amortización: Las cuotas se pagan mensualmente y son fijas durante todo el periodo pactado.	Tel: (57 1) 5941000 - 3830300 Dirección: Avenida Eldorado No. 680-35. Línea de Respuesta Inmediata: 01900-3318383 www.ccb.org.co	
Bancolombia	Bancolombia tiene una línea de crédito específicamente diseñada para emprendedores donde lo único que se necesita es ser dueño de Empresa y tener Cedula de ciudadanía. Montos desde \$800.000 hasta 25 smlv Plazos desde 3 hasta 24 meses Cuotas fijas	Tel: Medellín: (57-4) 510 90 00 Bogotá: (57-1) 3430000 Barranquilla: (57-5) 361 88 88 Cali: (57-2) 554 05 05 Resto país: 01800 09 12345 www.grupobancolombia.com	
FinAmerica	Es todo tipo de operación activa de crédito otorgada a microempresas desde 1,5 salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV) hasta 25 SMMLV. El nivel de Activos Totales de la microempresa debe ser inferior a 501 SMMLV. • Personas con negocio (natural o jurídica) • Edad: 18 - 65 años • Reporte positivo en las centrales de riesgo • Tipo de inversión: capital de trabajo, activos fijos y sustitución de pasivos.	Tel: 2868609 Calle 16 No. 6-66 Piso 4 financiera@finamerica.com.co www.finamerica.com.co	
BANCOLDEX	Microempresas de todos los sectores. No aplica para empresas exportadoras Monto Máximo Hasta el 100% de la necesidad del crédito. Plazo Hasta 10 años Amortización Cuotas mensuales, trimestrales, semestrales iguales o al vencimiento. Periodo de gracia: hasta 3 años www.bancoldex.com	Tel: (57-1) 566 Otras ciudades: 018000 915300 El Centro de crédito y desarrollo empresarial de la micro y pequeña empresa Carrera 10 No. 27-51. Local 211	
BANCOLDEX	Personas naturales y jurídicas consideradas microempresas Activos Fijos * Monto Máximo \$30.600.000 Plazo Hasta 5 años Amortización Cuotas mensuales ó trimestrales. Periodo de gracia: hasta 1 año	Centro de Información Empresarial Bancóldex - Bogotá: Tel: (57-1) 566 9160 Otras ciudades: 018000 915300 El Centro de crédito y desarrollo empresarial de la micro y pequeña empresa Carrera 10 No. 27-51. Local 211 www.bancoldex.com	
BANCOLDEX	Personas naturales y jurídicas, vinculadas a "Emprendedores Colombia", que sean actuales o potenciales exportadores directos o indirectos y cuyos proyectos cuenten con la aprobación del Ministerio, universitarios recién egresados y empresas constituidas del proyecto Emprendedores Colombia. Monto Máximo Hasta el 80% del costo total del proyecto, sin que supere los \$50 millones de pesos o su equivalente en dólares. Tasa Negociable con la entidad financiera Plazo Hasta 5 años Amortización cuota semestrales iguales Periodo de gracia hasta 2 años	Tel: (57-1) 566 9160 Centro de Información Empresarial Bancóldex - Bogotá: El Centro de crédito y desarrollo empresarial de la micro y pequeña empresa Carrera 10 No. 27-51. Local 211 www.bancoldex.com	
AEI - Bancóldex	Apoyo a la Productividad y Competitividad: Programa "a Progresar". Personas naturales o micro, pequeñas o medianas empresas de todos los sectores económicos, que estén desarrollando o inicien la implementación de un programa encaminado a mejorar la productividad y competitividad de la empresa. - Modernización y ampliación de la capacidad productiva - Desarrollo, adquisición y transferencia tecnológica - Proyectos asociativos de inversión - Desarrollo o mejora en productos o servicios - Inversiones para el control y mejoramiento del impacto ambiente. Monto Máximo Hasta el 100% de la necesidad del crédito. Plazo Desde diez y ocho (18) meses y hasta doce (12) años Amortización Cuotas mensuales, trimestrales, semestrales iguales o al vencimiento. Periodo de Gracia: Hasta 6 meses, para operaciones con plazo hasta de 3 años, hasta 18 meses, para operaciones con plazos superiores a 3 años y en proyectos de larga maduración, el periodo de gracia se puede extender hasta 36 meses.	Tel: (57-1) 566 9160 Otras ciudades: 018000 915300 Centro de Información Empresarial Bancóldex - Bogotá: El Centro de crédito y desarrollo empresarial de la micro y pequeña empresa Carrera 10 No. 27-51. Local 211	

Colciencias	Desarrollo de proyectos de innovación y desarrollo tecnológico Exportadores directos, exportadores indirectos y empresas colombianas en el exterior. Monto Máximo Hasta el 100% de la necesidad del crédito. Plazo Hasta 10 años Amortización Cuotas mensuales, trimestrales, semestrales iguales o al vencimiento.	Línea Nacional: 01 8000 91444 www.colciencias.gov.co	
Findeter	MIPYMES Interesadas en desarrollar programas o proyectos de inversión en Salud, Educación, Servicios Públicos, Transporte, Telecomunicaciones, Turismo y/o Medio Ambiente Monto Máximo Hasta 100% del total del proyecto Plazo Hasta 15 años Amortización: Anual, Semestral, Trimestral, Bimestral o Mensual (anticipado o vencido). Periodo de Gracia a Capital: Hasta 3 años	Tel: 623 0311 www.findeter.gov.co	
FINAGRO	Pequeños Productores: Activos totales no superiores a \$41.670.300.00 incluidos los del cónyuge. El 75% de estos deben estar invertidos en el sector agropecuario o el 66% de los ingresos deben provenir de la actividad agropecuaria Monto máximo de crédito hasta \$29.169.200,00* Las condiciones financieras como: el monto máximo a prestar, tasa, amortización y garantías depende del sector al cual pertenezca y del producto que desee financiar.	Tel: 3203377 http://www.finagro.com.co	

Universidades			
Nombre de la Organización	Descripción	Contacto	Imagen
Universidad Pontificia Bolivariana (Bucaramanga)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Universidad pontificia Bolivariana PBX. (7) 6796220 Ext. 572 E.mail avillarraga@upbga.edu.co emprendimiento@upbga.edu.co	
Universidad Icesi (Cali)	Centro De Desarrollo Del Espiritu Empresarial (CDEE)	Rodrigo Varela Villagas (Director CDEE) rvarela@icesi.edu.co Tels. (57-2) 3212002, (57-2) 5552334 Ext 242	
Universidad Javeriana de Cali	EMPRENDIMIENTO Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO REGIONAL	Fernando Pereira Laverde Calle 18 No. 118-250 Cali-Colombia PBX. (527) 321 82 00	
Universidad de San Buenaventura de Medellín	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Pablo Lopez Tovar pablo.lopez@usbmed.edu.co Tel. 514 56 00 ext 4160	
Universidad de San Buenaventura de Cali	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Universidad de San Buena Ventura de Cali PBX. 4882 222 - 3 182200 Línea Gratuita. 018000913303 E-mail. Información @usbcali.edu.co	
Universidad EAFIT de Medellín	La Universidad EAFIT, a través del programa de Empresarismo, ofrece las herramientas indispensables para facilitar las etapas de gestión, implantación y operación de las empresas de los participantes.	Universidad EAFIT Tel. (57) (4) - 448 95 00 Medellín-Colombia Resto del País. 01 8000 515 900	
Universidad Autónoma Latinoamericana (unaula) Medellín	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Luis Alberto Herrera Rodriguez economia@anaula.edu.co Carrera 55 No. 49 - 51 Medellin Colombia	
Medellín	Coordinación de Emprendimiento	Adriana Maria Alzate Burgos emprendimiento@escolme.edu.co Cll 50 No 40 - 39 Medellin	

Fundacion Universitaria Luis Amigo sede Medellin	Coordinacion de Emprendimiento	Yomaira Orozco Correa emprendimiento@funlam.edu.co Transversal 54 A No. 67 B - 90 Medellin	
Instituto Tecnológico Metropolitano Medellín	Coordinación de Emprendimiento	Andres Mauricio Higueta Palacios mauriciohigueta@itm.edu.co Cll 73 No. 76 A- 354	
Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid Medellín	Coordinación de Emprendimiento	Hernando Marquez Ramirez hmarquez@elpoli.edu.co Crr 48 Ano. 7 - 151	
Universidad Nacional de Colombia sede Medellín	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Juan Camilo Restrepo Gutierrez E-mail. unempresas@unamed.edu.co Calle 59 No 63 - 20	
Universidad Cooperativa de Colombia sede Medellín	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Margarita Ligia Gonzalez Betacur secciomed@ucc.edu.co Crr 42 No 49 - 95 Medellin	
Fundacion Universitaria del Norte	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Gloria Maria Berrido Rodriguez globero@ucn.edu.co Crr 21 No 34 B - 07 Medellion	
Escuela de Ingeniería de Antioquia	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Juan Esteban Alvarez Hernandez emprendimiento@eia.edu.co Calle 25 sur No. 42 - 73 Envigado Medellin	
Corporación Universitaria Empresarial de Salamanca	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Ruby Perez Martinez rubyperez53@hotmail.com Crr 50No 79 - 155 Barranquilla	
Fundacion Universitaria del Norte	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Rafael Castillo de Andreis rcastrillo@uninorte.edu.co Km 5 antigua carretera a Puerto Colombia Barranquilla	
Universidad Pontificia Bolivariana	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Carlos Mario Correa Cadavid E-mail. Carlos.correa@upb.edu.co Circunvalar 73 No. 1 A No 70 - 01 Medellin	

Corporación Universitaria de la Costa	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Jose Rafael Simancas Trujillo jsimancas@cuc.edu.co Calle 55 No. 58 - 66 Barranquilla	
Universidad del Atlántico	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Rafael Voz Obeso investigaciones@uniatlantico.edu.co Km 7 Antigua Vía a Puerto Colombia Barranquilla	
Universidad Autónoma del Caribe	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Jorge Mauricio Moreno Acosta jmoreno@coruniamericana.edu.co Cll 63 A No. 16 - 38 Barranquilla	
Escuela Superior de Ciencias Empresariales - INTESEG	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Arilio Lozano emprendimientoempresarial@laseguridad.ws Cll 29 No. 16 A - 35 Bogotá	
Universidad Manuela Beltrán	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Manuel Humberto Jiménez manuel.jimenez@umb.edu.co Cll 29 No. 16 A - 35 Bogotá	
Fundación Universitaria Monserrate	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Fabio Alfonso Quintero Rodríguez fabio.quintero@academia.fum.edu.co Cll 34 No. 15 - 36 Bogotá	
Corporación Universitaria Iberoamericana	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Juan Carlos Catatumba Arias cice@iberoamericana.com Cll 67 No. 5 - 27	
Universidad Libre	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Rafael Augusto Olarte Suárez rafaelolarte@gmail.com Cll 8 - 5 - 80 Bogotá	
Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Jaime Solorzano Laverde jsolorzano@unicolmayor.edu.co Cll 28 No. 6 - 02 Bogotá	
Fundación Universitaria Luis Amigo sede Bogotá	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Claudia del Pilar Vélez de la Calle b_director@funlam.edu.co Avenida Suba No. 128 B - 51 Bogotá	
Corporación Universitaria Nueva Colombia	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Jose Bayardo josebayardo@hotmail.com Calle 75 No. 11 - 51 Bogotá	

Fundación Universitaria de la Cámara de Comercio de Bogotá	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Albert Dario Arias Ardila a.arias@bloomberg.net Crr 9 No. 16-21 Bogotá	
Universidad la Gran Colombia	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Victor Manuel Perez victorperez@ulagrancolombia.edu.co Crr 6 No. 13 - 12 Bogotá	
Fundación Universitaria del Área Andina	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Julian Ochoa Alzate jochoa@areaandina Cll 71 No. 13 - 21 Bogotá	
Fundación Universitaria San Martín	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Mara Luz Rangel Imitola mrangel@sanmartin.edu.co Cll 61 A No. 14 - 28 Bogotá	
Universidad Sergio Arboleda	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Juan Carlos Rondon Avendano Juan.rondon@usa.edu.co Cll 74 No. 14 - 14 Bogotá	
Universidad de la Salle	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Jaime Augusto Porras jporrasjimenez@lasalle.edu.co Crr 5 No. 59 A - 44 Bogotá	
Universidad Agraria	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	sandra Patricia Amado cdempresarial@uniagraría.edu.co Cll 170 No. 50 - 90 Bogotá	
Sociedad Salesiana Centro Don Bosco	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Erwin Ernesto Cata;eda Sopo erwincastaneda@msm.com Avenida el Dorado No. 65 - 96	
Universidad de los Andes	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Gonzalo Torres Cadena gotorres@uniandes.edu.co Crr 1 No. 18 A - 10 Bogotá	
Politécnico Gran Colombiano	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Jaime Fernando Rodríguez Rocha jfrrodriguez@poligran.edu.co Cll 57 No. 3 - 00 Este Bogotá	
Fundación Universitaria los Libertadores	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Nelson Riveros Leal cempresarial@cit.ulibertadores.edu.co Crr 16 No. 63 A - 68 Bogotá	
Universidad Piloto de Colombia	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Alejandra Pulido Lopez apulido@unipiloto.edu.co Crr 9 No. 45 A 44 Bogotá	

Universidad EAN	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Francisco Javier Matiz fjmatiz@ean.edu.co Cll 72 No. 9 - 71 Bogota	
Universidad Militar Nueva Granada	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Carlos Ernesto Gonzalez Soler carlos.gonzalez@unimilitar.edu.co Crr 11 No. 101 - 80 Bogota	
Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Jhon Jairo Gil Toledo johngito@gmail.com Crr 5 Numero 12 - 64 Bogota	
Corporación Universitaria Rafael Nunez	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	mailto:luzelenav@curon.edu.co Crr 204 No. 203	
Universidad Tecnológica de Bolívar	Coordinación de Emprendimiento	Luis Carlos Arraut larrau@unitecnologica.edu.co Crr 21 Calle del Bouquet No. 25 - 92 Cartagena	
Universidad de Cartagena (unicartagena)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Jose David Patino Moncada fceconomicas@unicartagena.edu.co Crr 6 A No. 36 - 100 Cartagena	
Centro de Gestión Administrativa y Fortalecimiento Empresarial (SENA - Boyacá)	Coordinación de Emprendimiento	Dagoberto Juan Berdugo sberdugo@sena.edu.co Cll 19 No. 12 - 29 Tunja	
Fundación Universitaria de Boyacá	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Hugoberto Sanchez Sanchez hsanchez@uniboyaca.edu.co Crr 2 A Este No. 64 - 169 Tunja	
Universidad pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC Tunja)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Milton Orlando Burbano Galan mburbano@tunja.uptc.edu.co Avenida Central del Norte de Tunja Tunja	
Universidad Santo Tomas (sede Tunja)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Carlos Gomez Estrada cgomez@ustatunja.edu.co Crr 9 No. 51 - 11 Tunja	
Corporacion Universitaria LaSallista	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Claudia Isabel Cruz Segura ciacruz@lasallista.edu.co Crr 51 No. 118 Sur - 57 Manizales	
Universidad de Manizales	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Lina Maria Arbelaez Rendon emprendimiento@umanizales.edu.co Crr 9 No. 19 - 03 Manizales	

Universidad Autonoma de Manizales	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Franciana Echeverri Gallego francinae@autonoma.edu.co Antigua Estacion del Ferrocarril Manizales	
Universidad de Caldas	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Juan Felipe Vanegas Marin jufe100@yahoo.com Cll 65 No. 26 - 10 Manizales	
Universidad de la Amazonia (uniamazonia)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Sonia Marcela Ochoa Endo uie@uniamazonia.edu.co Avenida Circunvalar Barrio el Porvenir Florencia - Caqueta	
Universidad del Cauca	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Reinalzo Erazo Rodriguez rero@unicauca.edu.co Cll 5 No. 4 - 70 Popayan - Cauca	
Universidad Cooperativa de Colombia	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Orlando Montenegro Sanchez ormonsa@yahoo.com Crr 17 No. 8 - 23 Popayan Cauca	
Fundación Universitaria Mario Cano (Sede Popayán)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Elizabeth Roldan Gonzalez eli1109@hotmail.com Cll 23 No. 8 - 76 Barrio Ciudad Jardin Popayan Cauca	
Colegio Mayor del Cauca	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	mailto:uemprendimiento@colegiomayorcauca.edu.co	
Corporación Universitaria Autónoma del Cauca (Cauca)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Marcel Cabrera Angel jmcabrera@uniautonomaeu.edu.co Cll 5 No. 3 - 80 Popayan Cauca	
Corporación Universitaria de Santander - UDES (Sede Valledupar)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Vladimir Alvarez Cano emprendimiento@valledupar.udes.edu.co Crr 6 No. 14 - 27 Valledupar	
Universidad Popular del Cesar	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Arinda Esther Penaloza Arias arinpena@yahoo.com Valledupar	
Corporación Universitaria del Sinu (CUS)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Juan Carlos Saibis Sakr centroemprendimiento@inisinu.edu.co Cll 38 Carrera 1 W Barrio Juan XXIII Montería - Córdoba	

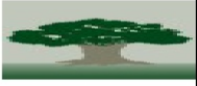
Tecnológico de Antioquia (TDEA)	Unidad de Emprendimiento Empresarial	Jose Maria Gutierrez Londono E-mail josemagutierrez@gmail.com Calle 788 o. 72 a - 220 Medellín	
Fundación Universitaria Autónoma de las Américas	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Juan Diego Gomez Garcia judigoga@emp.net.co Circunvalar 73 No 35 - 04	
Fundación Universitaria Luis Amigo	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Mirid Sornoza Argumedo monteria@funlam.edu.co Cll 64 No. 6 -108 Montería - Córdoba	
		Jaime Ararat Herrera jaimeararat@sinu.unicordoba.edu.co Cll 6 No. 76 - 103 Montería Córdoba	
Universidad Pontificia Bolivariana	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Hernando Sejin Cano administracion@upbmonteria.edu.co Km 8 vía Cerete Montería - Córdoba	
Universidad Cooperativa de Colombia Sede Qibdo	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Gloria Patricia Perez Saavedra univcooperativag@yahoo.com.mx Crr 5 No. 27 - 19 Qibdo - Choco	
Universidad Tecnológica del Choco	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Lila Maria Sierra Andrade lymasi@hotmail.com Ciudadela Universitaria Quibdo - Choco	
Universidad Surcolombia (USCO)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Antonio German Castaneda Hernandez gercas@usco.edu.co Avenida Pastrana Borrero - Carrea 1 A Neiva - Huila	
Universidad Cooperativa sede Neiva	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Erica Laguna Rojas centroempresarialneiva@ucc.edu.co Cll 11 No. 1 G - 31 Neiva - Huila	
Universidad de la Guajira	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Noralbis Carde;o Portela unidadguajira@gmail.com Kilometro 5 salida Maicao Riohacha la Guajira	
Universidad Cooperativa de Colombia (Sede Santa Marta)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Oscar de Jesus Londono Montoya uniemprendimiento@ucc.smr@gmail.com Troncal caribe sector Mamatoco Santa Marta Magdalena	
Universidad del magdalena	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Jhon Jairo Gonzalez Mejia jhonygm2066@yahoo.com Crr 32 No. 22 - 08 Sector san Pedro Alejandrino Santa Martha Magdalena	
Universidad Sergio Arboleda (sede santa Marta)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Maria Elena Gamez maria.gamez@usa.edu.co Cll 74 No. 14 - 14 Santa Marta	

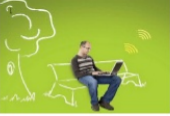
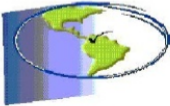
Universidad de los Llanos (Unillanos)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Victor Julio Villamizar Rodriguez viveempredimiento@hotmail.com Vereda Barcelona Via Puerto Lopez KM 12	
Corporación Universitaria de Santander (UDES)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Mayron Dario Arevalo Quintero marevalo@cucuta.udes.edu.co Avenida 4 Esq Calle 10 N Cucuta Norte de Santander	
Corporación Bolivariana de Educación Superior (CORBES)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Jaime Fernando Erazo jaimefe@corbes.edu.co Avenida 4 No. 15 - 38 Cucuta	
Corporación Bolivariana de Educación Superior (CORBES)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Nohora Sayago nhoraesperanza@yahoo.com.mx Avenida 3 No. 13 - 34 Cucuta	
Universidad Francisco de Paula Santander	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Marina Sierra de Rodriguez marsie46@hotmail.com Avenida Gran Colombia No. 12 E - 96 Cucuta	
Universidad Cooperativa de Colombia	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	mailto:uccuraba@edatel.net.co	
Politécnico Marco Fidel Suárez (PMFS)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Juan Gabriel Velez Manco emprendimiento@pmfs.edu.co Cil 48 No. 50 - 30 Bello Antioquia	
Universidad la Gran Colombia (Seccional Armenia)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	William Paez Diaz dircomp@ugcarmen.edu.co Crr 14 No. 7 - 46 Avenida Bolivar Armenia	
Escuela de Administración de Mercadotecnia del Quindío	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Luz Elvira Londono de Lopez cdeam@eam.edu.co Avenida Bolivar No. 3 norte de armenia Armenia	
Universidad del Quindío (uniquindio)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Fabiola Restrepo Sanchez economica@uniquindio.edu.co Crr 15 No. 12 norte Armenia Quindio	
Universidad tecnológica de Pereira	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Samuel Ospina Martin saospi@utp.edu.co La julieta Pereira	

Universidad Cooperativa de Colombia (Sede Pereira)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Gilberto Alvarez Mejia gilalme@telesat.com.co Complejo Educativo la Julieta Pereira	
Universidad Católica Popular de Risaralda (ucpr)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Nelson Londono Pineda nelpirock@ucpr.edu.co Avenida de las Americas Frente al parque del Café Pereira	
Universidad Libre (Sede Pereira)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Gustavo Mejia Jaramillo gmejia@unilibrepereira.edu.co Cll 40 No. 7 - 30 Pereira	
Fundación Universitaria del área Andina	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Ricardo ramirez Cardona rramirez@unandi.edu.co Crr 24 No. 8 - 55 Pereira	
Corporacion Universitaria Autonoma de Narino (Autonoma de Narino)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Tito Jaime Colounge Benavides tjcolunge@gmail.com Cra 42 No. 5c 14 Barrio Tequendama Cali	
CUA Corporación Universitaria de los Andes	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Carlos Hernana Isaziga David vicerrector@cua.edu.co Cra 40 No. 5a - 32 Cali	
Corporación Educativa Centro Superior de Cali (CECS)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Octavio Augusto Calvache Salazar investigacion@cecs.edu.co Cll 14 Norte No. 8 N - 35 Cali	
Universidad de San Buenaventura sede Cali	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Jose Alonso Gonzalez jagonzal@usbcali.edu.co Avenida 10 de Mayo La Umbria Pance Cali	
Universidad Santiago de Cali (USC)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Jorge Eliecer Catillo Nieves emprendimiento@usc.edu.co Cll 5 Carrera 623 Campus Pampalinda Cali	
Pontificia Universidad Javeriana (sede Cali)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Jorge Enrique Jimenez jimenez@puj.edu.co Cll 18 No. 118 - 250 Canasgordas Cali	
Institución Universitaria (Antonio José Camacho)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Yenny Adriana Villamar Martinez fomentoitm@hotmail.com Cll 29 - A Norte No. 5 N - 01 Cali	

Universidad autónoma de Occidente (CUAOA)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Ricardo Lopez ralopez@uao.edu.co Campus Vall del Lilia calle 25 No. 115 - 8 5 Km 2 vía a Jamundi	
Universidad del Valle (UNIVALLE)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Alejandro Bermudez Restrepo jovenesconempresas@univalle.edu.co Ciudad Universitaria Melendez Cali	
Universidad Cooperativa de Colombia (Sede Cali)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Arturo Montoya Serrano emprendimiento_cali@ucc.edu.co Avenida 3 Norte No. 54 - 23 Cali	
Universidad Icesi (ICESI)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Cll 18 No. 122 - 135 Rodrigo Varela Villegas rvarela@icesi.edu.co Cali	
Universidad Cooperativa de Colombia (Sede Arauca)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Carmen Yarisma Colmenares Cisneros yacocita@hotmail.com Cll 14 No. 29 - 60 Arauca	
Centro Agroindustrial Y de Fortalecimiento Empresarial de Casanare (SENA - Casanare)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Nubia Esperanza Blanco Angarita nblanco@sena.edu.co Cra No. 36 - 68 Yopal	
Universidad Popular del Cesar (Seccional Aguachica)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Giovany Enrique Pertuz Campo upcaqchi@latinmail.com Carrera 40 vía al mar Aguachica Cesar	
Corporación autónoma de Nariño (Aunar)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Alvaro Antonio Colunge Benavides acolunge@anarcali.edu.co Cll 19 No. 27 - 80 Pasto	
Universidad Cooperativa de Colombia (sede Pasto)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Carlos Folleco Erazo dirpasto@correoucc.edu.co Cll 18 No. 47 - 150 Pasto	
Universidad Mariana	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Jorge Arturo Dorado Goyes jorgedor17@yahoo.com Cll 18 No. 34 - 104 Pasto	
Universidad de Nariño	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	* Fernando Panesso fer@udenar.edu.co Ciudad Universitaria torobajo pasto	

Centro de Formación Integral para el Trabajo (CEFIT)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Abel Jose Mier Granada emprendimiento@cefite.net Diagonal 32 No. 34 D sur 105 Envigado	
Institución Universitaria de Envigado	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Oscar Diego Munos Nevarro oscar.m@epm.net.co Crr 27 B No. 39 A sur 57 Envigado	
Instituto ASYS Computadores (I.E.N.F)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Gabriel Orrego.Rojas@emprendimiento@institutoasys.com	
Corporación Uniandina de altos Estudios (UNIANDINA)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Rosalba Rios Galvis pice@uniandina_med.edu.co Cll 75 Sur No. 34 - 210 Sabaneta Antioquia	
Corporación Universitaria de Investigación y Desarrollo (UDI - Sede Barrancabermeja)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Alejandro Acevedo Amorochio jp.administrativas@udi.edu.co Cll 9 No. 23 - 55 Barrancabermeja Santander	
Universidad Cooperativa de Colombia (Sede Barrancabermeja)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Fernando Jose Mosquera Zúñiga fjmosqueraz@hotmail.com Cll 57 entre Carreras 24 y 27 del Barrio Galan Barrancabermeja Santander	
Instituto Tecnológico de Soledad Atlántico (ITSA)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Luis Fernando Cortazar lcortazar@itsa.edu.co Cll 18 km 2 Via a Soledad Soledad Atlántico	
Corporación de Estudios Técnicos de la Costa (CETEC)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Alejandro Arturo Barros Benitez abciec@yahoo.com Cll 17 No. 10 - 67 Barrio Olaya Magangue Bolivar	
Universidad Cooperativa de Colombia	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Albeiro Cuesta Meza albeirocuesta@correoucc.edu.co Crr 3 No. 5 - 06 Villamaría Caldas	
Universidad de Cundinamarca Sede Fusagasuga	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Cesar Rafael Diaz safar ceradisa@yahoo.com.ar Diagonal 18 No. 20 - 20 Fusagasuga Cundinamarca	
Universidad Cooperativa de Colombia (sede Villavicencio)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Hernan Eduardo Laskar Acero hernan1472@hotmail.com Cll 23 No. 33 - 42 San Francisco de Puerto Lopez	
Politécnico Andino	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Esperanza Corre Rueda esperanza.correa@intertek.com Cll 8 No. 14 - 45 La Mesa	
Universidad Cooperativa de Colombia (sede Espinal)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Mario Fernandez Avella uccespinal@yahoo.es Cll 10 No. 7 - 35 Espinal Tolima	
Fundación Universitaria del Espinal (FUNDES)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Jose Roberto Vasquez Guantiva emprendimiento@fundes.edu.co Crr 7 No. 10 - 37 Espinal Tolima	

Universidad del Pacifico (Unipacifico)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Maria del Carmen Qunonez unpa@telecom.com.co Avenida Simon Bolivar No. 54 A - 10 Buenaventura Valle del Cauca	
Universidad del Valle (Sede Tulua)	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Ana Julia Colmenares de Velez anajulia@univalle.edu.co Cll 43 No. 43 - 33 Tulua Valle del Cauca	
Universidad Cooperativa de Colombia	Coordinación de Emprendimiento de la Universidad	Rosalba Hurtado Hernandez rosalbahurtadoh@hotmail.com Crr 4 No. 13 - 54 Cartago Valle del Cauca	
Incubadoras			
Incubadora de Empresas del Oriente (Incubar Boyacá)	La Incubadora de Empresas del Oriente, Incubar Boyacá, es una Corporación Civil, sin ánimo de lucro, su principal objetivo es fomentar el desarrollo empresarial y la proyección de individuos, organizaciones, grupos, comunidades y regiones mediante la identificación y ejecución de ideas sobre nuevos proyectos empresariales	Sandra Lilliana Cely Andrade sandriscely@hotmail.com Crr 9 No. 28 - 34 Barrio Maldonado Tunja	
Corporación Incubadora de Empresas Base Tecnológica de Manizales (INCUBAR MANIZALES)	Promover a través del modelo de incubación la creación de empresas competitivas y rentables de base tecnológica basadas en el conocimiento, que respondan a las necesidades de la comunidad y generen nuevas alternativas de desarrollo económico, social, cultural, educativo y medioambiental de la región.	Juliana Carmona Giraldo jcarmona@incubar.org Manizales	
Coorporacion Incubadora de Empresas del Cesar _ (Incubar Cesar)	Incubarcesar es un centro del nuevo empresarismo que busca, fortalecer el desarrollo empresarial orientada a los emprendedores y empresas privadas en dar soluciones administrativas y técnicas, identificando y apoyando iniciativas originadas en equipos de alta competencia estratégica	Darlinson Adalberto Ramirez Velez emprendercesar@hotmail.com Cll 15 No. 4 - 33 4to piso Oficina 407 Valledupar	
Incubadora de Empresas Culturales e Industrias Creativas	Apoya ideas e iniciativas de potenciales emprendedores de la cultura y las artes, así como de empresas de la cultura y de las artes, así como de empresas en gestion que esten enmarcadas de las industrias creativas y servicios relacionados	Juan carlos Catumba Arias paranainc@gmail.com Cll 10 No. 5 - 22 Bogota	
Corporación Incubadora de Empresas de Base Tecnológico de Antioquia (IEBTA)	La Incubadora es, en esencia un laboratorio para el aprendizaje continuo, siendo agente dinamizador de la creación y desarrollo de empresas	Diego Fernando Sanchez Trujillo E. Mail. diego.sanchez@creame.com.co E-mail. info@incubadora.org.co Calle 46 No. 41 -69 Itagui Antioquia Tels. 377 20 20 FAX. 377 54 44	
Incubadora de Agrupamientos agroindustriales de Uraba	Su objetivo es generar y consolidar empresas agroindustriales mediante la aplicación de procesos y tecnologías innovadoras que apoyen y soporten los clusters regionales.		
Fundación Incubar Colombia	Responder a las altas demandas y necesidades de los emprendedores, adecuándonos a sus restricciones de capital y de recursos.	Andriana Mercedes Palacios Carvajal adryanapalacios@hotmail.com.com Crr 7 No 48 - 27	
Incubar Caribe	Fundación sin ánimo de lucro que busca crear y renovar la base empresarial del caribe colombiano por medio del acompañamiento, la asesoría y la consultoría con el objetivo de impulsar la innovación y la transferencia de tecnología a empresarios actuales y potenciales.	Incubar del Caribe Via 40 No. 36 - 135 Estación del Tranvia PBX: (57-5) 379-9911	
Incubar Futuro	promover y apoyar la creación y consolidación de empresas de base tecnológica en todos los sectores económicos, tanto urbanas como rurales, que mediante la aplicación del conocimiento (científico y tecnológico) comercialicen innovadoramente o produzcan bienes o servicios competitivos a nivel internacional que generen empleo estable,		

Incubar de Manizales	Su proceso de incubación tiene como objetivo promover, a través de un modelo propio, la creación de empresas de base tecnológica basadas en el conocimiento, que respondan a las necesidades de la comunidad.	Incubar de Manizales Carrera 23 No. 26-60 Edificio Camara de Comercio Tels. 8838324 - 8973582	
Corporación Incubadora de Empresas Base Tecnológica del Huila INCUBARHUILA	Fortalecer las empresas existentes y promover la creación de nuevas unidades económicas competitivas y rentables que incorporen innovación científico y tecnológica, aplicable a las cadenas productivas del país	Jairo Trujillo Delgado directiva@incubarhuila.org Crr 5 No. 3 - 158 Sur Ofc 4 Edificio Neivana de Gas Neiva Huila	
Corporación incubadora de Empresas Base tecnológica de Córdoba (Incubar Córdoba)	Estimula la innovación y la creatividad de los emprendedores de la ciudad de Córdoba proporcionando capacitación, asesoramiento profesional, financiamiento e infraestructura apropiada para crecer y desarrollarse en un mercado de alta exigencia y velocidad de cambio.	Emiro Jesus Madera Reyes incubarcordoba@gmail.com Avenida Circunbalar Clis 24 y 27 Montería - Córdoba	
Incubadora de Empresas de la guajira (Corporación Incubadora de Empresas de la Guajira)	Se apoya un buen emprendedor para hacer realidad su idea de negocio, y eso es lo que ha pretendido ser la CIEG en el departamento	Nelis Rubiela Mascote Ortiz ciadelaguajira@yahoo.es Cll 21 avenida Aeropuerto Riohacha La guajira	
Corporación Incubadora de Empresas del departamento del Meta (INCUBARMETA)	Aceleran el proceso de creación, crecimiento y consolidación de empresas innovadoras a partir de las capacidades emprendedoras de los ciudadanos.	Directora Alba Lucia Mosquera E-mail. Alamosquera.com Tel (315) 8005662. Villavicencio, Meta	
Coordinación Propulsora de Empresas de Norte de Santander (PROEMPRESAS)	Corporación sin animo de lucro que propende a la creación y fortalecimiento empresarial en el Norte de Santander	Monica Maria Fonseca Vigoya ing_mmfv@hotmail.com Avenida Gran Colombia No. 12 E - 96 Barrio COLSAG Cucuta	
Corporación Incubadora de Agrupamientos Agroindustriales de Urabá (INCUBAR URABÁ)	Ente sin animo de lucro, que te ayuda a formar tu propia empresa	Maria Patricia Bedoya maripatri2001@yahoo.es Km 1 vía Turbo Centro Multisectorial SENA Apartado Antioquia	
Corporación Incubadora de Empresas de Innovación y Base Tecnológica del Quindío (Incubar Quindío)	Ayuda a la creación de empresas a emprendedores	Luz Stella Sanchez Lara incubar63@sena.edu.co Crr 18 No. 7 - 75 Sena galan Armenia	
Corporación Incubadora de Empresas de Base Tecnológica del Eje Cafetero (INCUBAR EJE CAFETERO)	Incubar eje cafetero es su aliado para desarrollar empresas innovadoras	Jose Eduardo Navarrete Velasquez aleucipo@hotmail.com Crr 31 No. 15 - 87 Barrio San Luis Pereira	
Corporación Incubadora Internacional de Bionegocios (INBIO)	Corporacion sin animo de lucro	Herberth Eduardo Lopez Ceron hedualopez@gmail.com Carrera 27 No. 19 - 54 Pasto	
Corporación Incubadora de Empresa de Nariño (CIEN)	El proceso de acompañamiento de la CIEN esta basado en desarrollar una cadena de lineamientos para la creación de empresas. Este proceso se realiza partiendo de una etapa de sensibilización, que busca motivar a la gente para que se involucre en el emprendimiento y el desarrollo empresarial empezando a generar ideas de negocio	Cristina Isabel Daza cidf3@yahoo.com Edificio Camara de Comercio de Pasto Tercer Piso salon 4 Pasto	
Corporacion Bucaramanga	centro de servicios empresariales que ofrece un portafolio de apoyo y acompañamiento para contribuir a la generación de ventajas competitivas de proyectos y empresas innovadoras en etapas de nacimiento y consolidación.	Bucaramanga Santander Tel. (7) 6700577 Ext. 109 Cr 19 No. 35 - 02 esquina P3 E- mails. martha@bucalincu.org pradilla@bucalincu.org	
Corporacion de Planeacion y transferencia tecnologica agropecuaria - plannta	Organización No Gubernamental sin ánimo de lucro, legalmente constituida según registro S0015710 de la Cámara de Comercio de Bogotá, Número de Identificación Tributaria 830.092.262-8, y Resolución de Aprobación de Estatutos 2946 de la Secretaría de Educación de la Alcaldía Mayor de Bogotá, fundada el día 21 de Septiembre de 2001 por un grupo de profesionales de ciencias agrarias interesados en trabajar por el desarrollo integral del sector agropecuario.	Bogota Tel. (1) 2550951 Cra 7 No. 67 - 57 Oficina 310B E-mail. fomento_empresarial@corplannta.org	

Corporación Incubar Tolima (INCUBAR TOLIMA)	Desde hace varios años en el departamento las iniciativas emprendedoras son apoyadas por La Corporación Incubar Tolima, organización de carácter privado creada por instituciones de reconocida trayectoria en el desarrollo de la región	Sandra Liliana Neira sandyneira@hotmail.com Cll 11 No. 3 - 32 Ibagué	
Corporación Incubadora de Empresas Base Tecnológica del Suoccidente (Incubar Futuro)	Promover y apoyar la creación y consolidación de empresas de bases tecnológicas en todos los sectores económicos, tanto urbanas como rurales, que mediante la aplicación del conocimiento (científico y tecnológico)	Avenida Estacion 5 CN - 56 OFC 201 Stella Johanna Mendez contacto@incubarfuturo.org.co Cali	
Corporación Incubadora de Empresas de Base Tecnológica del Oriente Antioqueño (Génesis)	organización sin ánimo de lucro creada para formar en emprendimiento, acompañar la creación y consolidación de empresas con un importante componente de innovación y desarrollo tecnológico aplicado al sector rural y cadenas productivas regionales	Catalina Jaramillo Rendon incubgenisis@une.net.co Via Porvenir Aeropuerto JMC Rionegro Antioquia	
Corporacion incubadora de empresas de Nariño CIEN	Organización privada, sin ánimo de lucro, dedicada a fomentar el emprendimiento, la creación y fortalecimiento de empresas competitivas. Sirve al sector productivo, a las entidades públicas y a la comunidad en general, bajo los principios basados en la ética, la asociatividad, la creatividad, la innovación y la armonía con el medio ambiente, contribuyendo a la generación de valor agregado a la Región. La CIEN es la promotora y organizadora del CONCURSO DE IDEAS DE NEGOCIO INNOVADORAS 2008.	Pasto Nariño Tels. (2) 7310295 Fax. (2) 7310295 Edificio Camara de Comercio de Pasto, 3er, Salon 4 Mail. incubadora100@fastmail.fm edwintarapuez@hotmail.com	
Corporacion Innovar	Impulsar la creación y consolidación de empresas innovadoras y de base tecnológica, potenciar capital intelectual y propiciar el uso de la innovación como una nueva manera de hacer negocios; también ofrece asesorías empresariales especializadas puntuales en temas de desarrollo tecnológico o innovación, directamente o través de programas como el de mejoramiento continuo y aseguramiento de la calidad.	Bogotá Tel. (1) 3684983 Calle 26 No. 37-28 Mail. info@innovar.org	
Fundacion Parque Experimental binacional de Empresas - PEEXE	Ayuda a la creación de empresas a emprendedores	Ipiales Nariño (2) 772 4665 - 77342470 Fax. (2) 7734047 Camara de Comercio de Ipiales CRA 11 No. 15 - 28 info@innovar.org	
Incubadora de Empresas de base tecnologica de Medellin	Es una agencia para la formulación, gerencia e implementación de programas, proyectos y estrategias de desarrollo productivo, competitivo y empresarial. CREA-ME, consta de 7 Centros de Servicios, a los que personas naturales, entidades públicas y privadas podrán acceder.	Medellín antioquia (4) 3772020 Ext 106 Calle 46 No. 41 - 69 ITAGUI lgallego@incubadora.org.co mceron@incubadora.org	
Incubara Bolívar	Ayuda a la creación de empresas a emprendedores	Cartagena Bolívar (5) 6816542 Centro Comercial Bocagrande Local 1 - 13 dluanpardo@yahoo.es	
Incubar Colombia	Incubar Colombia es una Incubadora de Empresas de Base Tecnológica e Innovación en los sectores transversales de la industria, tales como: 1. Electrónica, 2. Telecomunicaciones, 3. Software Aplicado a Prototipos, 4. Biotecnología, 5. Energías Alternativas, 6. Diseño Multimedia, 7. Nuevos Materiales y 8. Maquinaria Automatizada, integrando equipos de trabajo compuestos por jóvenes emprendedores, inventores e inversionistas, brindando servicios novedosos y efectivos para apoyar la creación de nuevas empresas en el centro del país.	Bogotá D.C (1) 2458726 Cra 7 No. 48-25 jcbotero@incubarcolombia.org.co juancbotero@gmail.com	
Parque Tecnológico del Software Popayan	Ayuda a la creación de empresas a emprendedores	Popayan Cauca (2) 8220517 Ext 120 Cll. 4 No. 8 - 30 Of. 401 razs25@hotmail.com	
Proempresas	A través de éstas las personas reciben orientación en la identificación de su oportunidad de negocio, se les ayuda en el diseño del plan y la selección de los mercados a los cuales se dirigirá el producto o servicio.	Cucuta Noret de Santander Av. Gran Colombia No. 12E - 96 Barrio Coltag. Univ. Francisco de Pula Santander. Edificio Fundadores Piso 3 proempresas@colombia.com	
Parque Tecnológico del Quindío	Es un innovador modelo de asociación que facilita la creación y desarrollo de empresas que provean al mercado de productos y servicios de base tecnológica.	Armenia Quindío (6) 7410261 - 7410265 Fax. 7410173 Cll 23 No. 14 15 Torre B. Edificio Camara de Comercio jamejia@parquesoft.com	
Coordinacion Incubadora de Empresas del Area Andina (Incubadora de Empresas del Area Andina)	Centro de orientación a la creación de Empresa	Angela Mayellis Melo ideaa@misena.edu.co Cll 2 No. 9 - 60 piso 2 El Tambo Nariño	

Entidades de Caracter Publico y Privado que Ofrecen Programas de Emprendimiento o Apoyo a Emprendedores			
Fundacion Carvajal	Organizacion sin animo de lucro que promueve el mejoramiento de calidad de vida de las comunidades necesitadas.	Fundacion Carvajal Cr 25-No 2-01 Cali Colombia PBX, +57(2) 554 29 49 E-mail, comunica@fundacioncarvajal.org.co	
Fundacion Corona	Promueve el desarrollo del espíritu empresarial como medio para garantizar el crecimiento del empleo productivo e incremento de los ingresos familiares del sector formal.	Fundacion Corona Calle 90 No. 13 A -20 Oficina 503 Conmutador (571) 4000031 Bogota D.C E-mail, fundacion@corona.org	
Fundación Alvaralice	Entidad sin animo de lucro, que presenta un área llamada generacion de ingresos la cual apoya las iniciativas que a travez de la capacitacion tecnica, asesoria administrativa y financiera y accesos a capital de riesgo micro-creditos proporcionen a la poblacion vulnerable las habilidades, los conocimientos y el capital semilla necesario para la generacion de ingresos	Abel Antonio Piedradita - Coordinador del Programa Edificio avenida 100 carrera 100 No. 16-20 Cali Tel. 3331230 E-mail abelantonio@alvaralice.org	
Comfandi	Busca brindar todo el apoyo al trabajador y su familia, para la conformación y/o consolidación de proyectos de negocios sostenibles, competitivos e innovadores, que les permitan la generación de ingresos y que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida.	Luz Stella Carmona (Coordinadora de Emprendimiento) Calle 21 No. 7-20 Cali Tel. 3340000 Ext. 5166 E-mail, luzstellacarmona@comfandi.com.co	
Fundacion Antonio Restrepo Barco	Además de su labor de promoción del desarrollo social, la Fundación Restrepo Barco desarrolla una actividad financiera destinada a apoyar a los colombianos en la realización de sus proyectos personales y empresariales	Fundacion Antonio Restrepo Barco Carrera 7 No. 73-55 Tel. 3121511- Fax 3121182 frb@funrestrepobarco.org.co Bogota D.C	
Financiera Compartir	facilitar productos de crédito al sector microempresarial, como una herramienta para el desarrollo y crecimiento		
Fundacion MAC	Fundación MAC contribuye al desarrollo economico, politico y social del pais especialmente mediante el apoyo a los microempresarios a travez del programa tutoria empresarial	Fundacion MAC calle 22 No 1N-27 Tel. 8880052- FAX. 8880052 E-mail, Fnu.mac@calicetcol.net.co Cali (Colombia)	
Fundación Promigas	Promueve el emprendimiento productivo mediante la cración y el fortalecimiento de microempresas, buscando mejorar los ingresos familiares y las condiciones de vida en las comunidades	Fundacion Promigas Calle 66 N° 67 - 123, Barranquilla (Colombia) Tel. 3713288 - Fax 3713333 E-mail, info@fundacionpromigas.com.co	
Fundaempresa	Fundaempresa brinda formación y asistencia técnica para la estandarización de procesos de las PYMES de la ciudad de Cali, con propósitos de Certificación ISO 9001:2008	Fundacion Fundaempresa Avenida Roosevelt No. 30-60 Cali Colombia PBX - FAX (57) (2) 556 56 96 E-mail, Info@fundaempresa.org	
Corporacion Minuto de Dios	La Corporación minuto de Dios maneja un programa llamado programa contigo el cual es un programa de financiación, que otorga microcreditos a la pequena y mediana empresa	Sede principal Calle 81 A No. 73 A - 22 Barrio Minuto de Dios Bogota Colombia PBX: (571) 587 4444 - Fax : (571) 5874442 E-mail, Corporacion@MinutoDeDios.org	
Fundacion Coomeva	La Fundacion Coomeva hace parte de la formacion Club de Emprendedores en donde los ninos o jovenes podran beneficiarse de las diferentes alternativas para la creacion de empresa.	Fundacion Coomeva Jackeline Osorio Marquez (auxiliar regional) Calle 13 No. 57 - 50 Piso 4, Oficina 19 Tel. (2)3330000 Ext. 31238 - 31802 - 31807 E-mail: jackeline_osorio@coomeva.com.co Cali - Colombia	
Bancamia	Es un crédito para microempresarios, clientes nuevos o antiguos, máximo con 74 años de edad, con experiencia mínima de 10 meses en la actividad y 6 meses en el sitio de ubicación.	Para Mayor Información http://www.fce.unal.edu.co/Emprendimiento/contenidos.php?id_cont=bancamia	

Secretaria de Hacienda Distrital	La Secretaria de Hacienda Distrital apoya a las personas naturales con actividades economicas independientes, en los sectores comercial y productivo, residentes en la ciudad de Bogota, que esten dentro de los estratos 1,2,3 y al mismo tiempo apoya a las Micro, mediana y pequena empresa.	Para mas Informacion http://www.fce.unal.edu.co/Emprendimiento/contenidos.php?id_cont=secre_hac	
Ventures	Los Premios Ventures se realizan anualmente y son organizados por el Diario Portafolio, McKinsey & Co, Ashoka y Compartamos con Colombia. El concurso tiene dos categorias, la Categoria General: en la que pueden participar ideas de negocio con ánimo de lucro en cualquier sector de la economía, y la segunda categoría donde se demanda que el proyecto sea en cualquier sector Productivo	Para mayor Informacion http://www.ventures.com.co/	
WWB Colombia credito a la mujer	En WWB Colombia encontrara diferentes modalidades de crédito que se adaptan a todas sus necesidades y las de su microempresa, de la misma forma encontrara que siendo cliente de WWB Colombia dispondrá de grandes beneficios y facilidades en la solicitud, pago y financiación de su crédito.	Sede administrativa Cali. Av 5n No. 16-57 Línea de Servicio al cliente 018000515656	
Gestar proyectos	La Incubadora ofrece a sus clientes la oportunidad de desarrollar e implementar planes de negocio de jóvenes empresarios y microempresarios o proyectos rentables en el ámbito de proveedores de las grandes empresas	Rafael Gustavo Lizarazo gestar.proyectos@unisabana.edu.co Centro Chia Oficina 200 Chia	

ANEXO B ENCUESTA

Nombre de la Entidad _____
Nit _____ antigüedad _____
Oficina Principal __ Ciudad _____ sucursal __ Ciudad _____
Dirección _____ Tel. _____ cel. _____
Actividad _____ Privada _____ Publica _____
Gerente y/o Director _____
Persona Que atiende la visita _____
Área _____ Cargo _____

1. Según la misión institucional de su entidad, ¿Realiza programas para emprendimiento y/o fortalecimiento micro empresarial?

Si _____ No _____ Cuales:

- 1) _____
2) _____
3) _____
4) _____

2. Frecuencia de capacitación mensual

- a) Uno _____
b) Dos _____
c) Tres _____
d) Cuatro _____
e) Cinco _____
f) Más _____

3. Cuantas personas en promedio realizan cada capacitación

- a) De 1 a 15
b) De 16 a 25
c) De 26 a 40
d) Más de 40

4. Cuando fue la última vez que brindo el servicio

- a) Hace 1 mes
b) Hace 2 meses
c) Hace 3 meses

- d) Hace 6 meses
- e) Un año mas

5. Cuánto dura en promedio una capacitación?

6. Que medios de información utiliza para ofrecer el servicio:

- a) Tv _____
- b) Radio _____
- c) Internet _____
- d) Volantes _____
- e) Perifoneo _____
- f) Ninguno _____
- g) Otro _____

7. En el momento de solicitar un servicio de apoyo a su organización, el alto nivel de interés está en.

- a) Calidad _____
- b) Costo _____
- c) Reconocimiento de la institución _____

8. En que sectores ofrece su servicio.

- a) Urbano _____
- b) Rural _____

9. Como clasifica los usuarios de sus programas.

- a) Por estrato socio-económico _____
- b) Nivel de ingreso _____
- c) Sisben _____
- d) Sector vulnerable _____
- e) Microempresas existentes _____

10. A que segmento de Mercado está dirigido su servicio:

- a) Formal _____
- b) Informal _____
- c) Escasos recursos _____
- d) población vulnerable _____

11. Cuánto está dispuesto a pagar por servicios de capacitación para emprendedores y/o micro empresarios.

- a) 500.000 – 1.000.000 _____
- b) 1.000.001 –1.500.000 _____
- c) 1.500.001 – 2.500.000 _____
- d) 2.500.001 – 3.000.000 _____
- e) Más de 3.000.000 _____

ANEXO C

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Entre los suscritos a saber..... mayor de edad, identificado con la cédula de ciudadanía N°de domiciliado y residente en actuando en nombre y representación de y quien en adelante se denominará el CONTRATANTE, y mayor de edad, identificado con la cédula de ciudadanía N° de domiciliado en actuando en nombre y representación de y quien para los efectos del presente documento se denominará el CONTRATISTA, acuerdan celebrar el presente contrato de prestación de servicios profesionales, el cual se regirá por las normas que regulan la materia especialmente por las siguiente cláusulas:

PRIMERA. Objeto.- El CONTRATISTA en su calidad de se obliga para con el CONTRATANTE a ejecutar los trabajos y demás actividades propias del servicio contratado el cual debe realizar de conformidad con las condiciones y cláusulas adicionales del presente documento.

SEGUNDA. Plazo.- El plazo será de contado desde la firma de este documento, el cual podrá prorrogarse por acuerdo entre las partes con antelación a la fecha de su expiración mediante la celebración de un contrato adicional que deberá constar por escrito.

TERCERA. Valor y forma de pago.- El valor de este contrato es la suma de (\$.....) moneda corriente, el cual será cancelado en cuotas mensuales de (o en dos pagos, o tres pagos etc.) previa la presentación de la cuenta de cobro que el CONTRATISTA hará al CONTRATANTE con días de anticipación ala fecha de vencimiento de cada pago.

CUARTA. Obligaciones del contratante. El CONTRATANTE se obliga a facilitar el acceso a la información que sea necesaria, de manera oportuna para la debida ejecución del objeto del contrato y estará obligado a cumplir con l estipulado en las demás cláusulas y condiciones previstas en este documento.

QUINTA. Obligaciones del Contratista.- El CONTRATISTA se obliga a cumplir en forma eficiente y oportuna los trabajos encomendados y aquellas obligaciones

que se generen de acuerdo con la naturaleza del servicio y en general con las cláusulas de este contrato.

SEXTA. Vigilancia del contrato.- El CONTRATANTE o su representante supervisará la ejecución del servicio profesional encomendado, y podrá formular las observaciones del caso con el fin de ser analizadas conjuntamente con el CONTRATISTA y efectuar por parte de éste las modificaciones o correcciones a que hubiere lugar.

SÉPTIMA. Cláusula Penal.- En caso de incumplimiento por alguna de las partes de cualquier de las obligaciones previstas en este contrato dará derecho al contratante o al Contratista según el caso, a pagar una suma de (\$.....) moneda corriente.

OCTAVA. Forma de terminación.- El presente contrato podrá darse por terminado por mutuo acuerdo entre las partes, o en forma unilateral por el incumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato, por cualquiera de ellas.

NOVENA. Independencia del contratista. El CONTRATISTA, actuará por su propia cuenta con absoluta autonomía y no estará sometido a subordinación laboral con el CONTRATANTE y sus derechos se limitarán, de acuerdo con la naturaleza del contrato, a exigir el cumplimiento de las obligaciones del CONTRANTE y al pago de los honorarios estipulados por la prestación del servicio.

DÉCIMA. Exclusión de la relación laboral.- Queda claramente entendido que no existe relación laboral alguna entre el CONTRATANTE y el CONTRATISTA o el personal que éste utilice en la ejecución del objeto del presente contrato.

DÉCIMA PRIMERA. Cesión del contrato.- Queda prohibido al CONTRATISTA ceder parcial o totalmente la ejecución del presente contrato a un tercero salvo previa autorización expresa y escrita del CONTRATANTE.

DÉCIMA SEGUNDA. Domicilio Contractual.- Para todos los efectos legales, el domicilio contractual será la ciudad de y las notificaciones será recibidas por las partes en las siguientes direcciones. Por el CONTRATANTE EN :por el CONTRATISTA en

DECIMA TERCERA. Cláusula compromisoria.- Toda controversia o diferencia que pueda surgir con ocasión de este contrato, su ejecución y liquidación, se resolverá por un tribunal de arbitramento, de acuerdo con el Decreto 2279 de 1989, Ley 446 de 1998 y Decreto 1818 de 1998, para lo cual se establecen las

siguientes reglas: a) El tipo de arbitraje que se adoptará es (independiente, institucional o legal)) por tanto, el procedimiento establecido para este caso es b) El tribunal estará integrado por tres (3) árbitros, salvo que el asunto a debatir sea de menor cuantía caso en el cual el árbitro será sólo uno c) La organización interna del tribunal se sujetará a las reglas previstas en las disposiciones legales que regulan los centros de arbitraje y conciliación mercantiles d) El tribunal decidirá en (derecho, en conciencia, o en principios técnicos). e) el tribunal funcionará en la ciudad de

En señal de asentimiento las partes suscriben el presente documento en dos ejemplares del mismo tenor en..... el (fecha).

El Contratante:

El Contratista:

Testigos:

Anotaciones:

Seguridad Social en Salud:

En contratos tales como: Contratos de obra, de arrendamiento de servicios, de prestación de servicios, consultoría, Asesoría con duración superior a tres meses la parte contratante deberá verificar la afiliación y pago de aporte en salud.

La base para la cotización será el 40% del valor bruto del contrato, dividido por el tiempo de duración del mismo. En ningún caso se cotizará sobre una base inferior a 2 salarios mínimos legales vigentes.

Sistema general de pensiones:

Las personas naturales que contratan bajo la modalidad de prestación de servicios deberán estar afiliados al sistema general de pensiones y su cotización deberá corresponder a los ingresos que efectivamente perciba el afiliado.

La base sería en todos los casos como mínimo, de un salario mínimo mensual legal vigente y máximo de 25 salarios mínimos legales mensuales vigentes. La base de la cotización deberá ser la misma que la base de la cotización del sistema de seguridad social en salud.

Sistema general de Riesgos Profesionales:

Se aplica a los trabajadores independientes que realicen contratos de carácter civil, comercial o administrativo con personas naturales o jurídicas que cumplan los siguientes requisitos:

- A) Que el trabajador independiente realice de manera personal y por su cuenta y riesgo la actividad contratada.
- B) Que el contrato que se suscriba con el trabajador independiente, cuando es escrito, se establezca: la actividad, el lugar se de la empresa o centro de trabajo donde va a desarrollar sus funciones.
- C) Que en el contrato se determine el valor de los honorarios o remuneración por servicios prestados y el tiempo o período de la labor ejecutada.

ANEXO D
TIPO DE CONTRATO INDEFINIDO

NOMBRE DEL EMPLEADOR	DIRECCION DEL EMPLEADOR
NOMBRE DEL TRABAJADOR	DIRECCION DEL TRABAJADOR
LUGAR, FECHA DE NACIMIENTO Y NACIONALIDAD	CARGO U OFICIO QUE DESEMPEÑA EL TRABAJADOR

SALARIO	
PERIODOS DE PAGO	FECHA DE INICIACION DE LABORES
LUGAR DONDE DESEMPEÑA LAS LABORES	CIUDAD DONDE HA SIDO CONTRATADO EL TRABAJADOR

CIUDAD	FECHA
---------------	--------------

Entre EL EMPLEADOR y EL TRABAJADOR, de las condiciones ya dichas, identificados. como aparece al pie de sus firmas, se ha celebrado el presente contrato individual de trabajo, regido además por las siguientes cláusulas:

PRIMERA:OBJETO. EL EMPLEADOR contrata los servicios personales del TRABAJADOR y éste se obliga: a) a poner al servicio del EMPLEADOR toda su capacidad normal de trabajo, en forma exclusiva en el desempeño de las funciones propias del oficio mencionado y en las labores anexas y complementadas del mismo, de conformidad con las órdenes e instrucciones que

le imparta EL EMPLEADOR directamente o a través de sus representantes. b) a no prestar directa ni indirectamente servicios laborales a otros EMPLEADORES, ni a trabajar por cuenta propia en el mismo oficio, durante la vigencia de este contrato; y c) a guardar absoluta reserva sobre los hechos, documentos, informaciones y en general, sobre todos los asuntos y materias que lleguen a su conocimiento por causa o con ocasión de su contrato de trabajo.

PARAGRAFO: NOMBRE Y DESCRIPCION GENERAL DEL CARGO.

La descripción anterior es general y no excluye ni limita para ejecutar labores conexas complementarias, accesorias o similares y en general aquellas que sean necesarias para un mejor resultado en la ejecución de la causa que dio origen al contrato, pudiendo en consecuencia complementar e implementar la descripción que por vía de ejemplo se establece en este acuerdo.

SEGUNDA: REMUNERACION. EL EMPLEADOR pagará al TRABAJADOR por la prestación de sus servicios el salario indicado, pagadero en las oportunidades mensualmente sin que ello signifique que unilateralmente el empleador pueda pagar por periodos menores. Dentro de la retribución acordada se encuentra incluida los descansos dominicales y festivos. En caso de que se cancele alguna comisión u otra modalidad de salario variable las partes acuerden que el 82.5% de dichos ingresos, constituye remuneración de la labor realizada, y el 17.5% restante está destinado a remunerar el descanso en los días dominicales y festivos establecido en la ley. **PARAGRAFO:** El trabajador autoriza al empleador para que la retribución así como cualquier otro beneficio, sea prestacional, descanso vacaciones etc. originado en la existencia y/o terminación del contrato sean consignadas o trasladadas a cuenta que desde ya el trabajador autoriza al empleador para que sea Abierta a su nombre en una institución financiera.

TERCERA: TRABAJO NOCTURNO, SUPLEMENTARIO, DOMINICALY/O FESTIVO. Para el reconocimiento y pago del trabajo suplementario, nocturno, dominical o festivo, EL EMPLEADOR o sus representantes deberán haberlo autorizado previamente y por escrito. Cuando la necesidad de este trabajo se presente de manera imprevista o inaplazable, deberá ejecutarse y darse cuenta de él por escrito, a la mayor brevedad, al EMPLEADOR o a sus representantes para su aprobación. EL EMPLEADOR, en consecuencia, no reconocerá ningún trabajo suplementario, o trabajo nocturno o en días de descanso legalmente obligatorio que no haya sido autorizado previamente o que, habiendo sido avisado inmediatamente, no haya sido aprobado como queda dicho. El empleador fijara las

jornadas laborales de acuerdo a las necesidades del servicio pudiendo variarlas durante la ejecución del presente contrato.

CUARTA: JORNADA DE TRABAJO. EL TRABAJADOR se obliga a laborar la jornada máxima legal, salvo estipulación expresa y escrita en contrario, en los turnos y dentro de las horas señalados por el EMPLEADOR, pudiendo hacer éste ajustes o cambios de horario cuando lo estime conveniente. Por el acuerdo expreso o tácito de las partes, podrán repartirse las horas de la jornada ordinaria en la forma prevista en la ley, teniendo en cuenta que los tiempos de descanso entre las secciones de la jornada no se computan dentro de las mismas.

QUINTA: PERIODO DE PRUEBA. Los primeros dos meses del presente contrato se consideran como período de prueba y, por consiguiente, cualquiera de las partes podrá terminar el contrato unilateralmente, en cualquier momento durante dicho período, sin que se cause el pago de indemnización alguna.

SEXTA: DURACION DEL CONTRATO. La duración del contrato será indefinida, mientras subsistan las causas que le dieron origen y la materia del trabajo.

SEPTIMA: TERMINACION UNILATERAL. Son justas causas para dar por terminado unilateralmente este contrato, por cualquiera de las partes, las que establece la Ley, el reglamento interno, el presente contrato y/o las circulares que al o largo de la ejecución del presente contrato establezcan conductas no previstas en virtud de hechos o tecnologías o cambios de actividad diferentes a las consideradas en el presente contrato. Se trata de reglamentaciones, órdenes instrucciones de carácter general o particular que surjan con posterioridad al presente acuerdo, cuya violación sea calificada como grave. Expresamente se califican en este acto como faltas graves la violación a las obligaciones y prohibiciones contenidas en la cláusula primera del presente contrato y además las siguientes : A) El incumplimiento de las normas y políticas que tenga la compañía para el uso de los sistemas, informática, software, claves de seguridad, que la empresa entrega al trabajador para la mejor ejecución de sus funciones. Así como violación al lo contenido en el anexo de seguridad informática que hace parte integral de este contrato B) El incumplimiento de las políticas o instrucciones del empleador relacionadas con el régimen de incompatibilidades e inhabilidades, conducta en los negocios y conflictos de interés. C) La utilización para fines distintos a los considerados por el empleador para el cumplimiento de su objeto social de las bases de datos de su propiedad D) Desconocer o actuar omisiva o positivamente en relación con las políticas estatales sobre lavados de activos, manejo de divisas. E) Conceder créditos a compañeros o solicitarlos a su favor.

Tramitar créditos de manera fraudulenta en su propio beneficio o facilitar las condiciones para que terceros lo hagan. F) resultar embargados por autoridades judiciales sistemáticamente. G) Ejecutar o desarrollar actividades paralelas a las propias del objeto social del empleador sin haber recibido la autorización explícita correspondiente. H) Desatender las actividades de capacitación programadas por el empleador así sea en horario diferente a la jornada ordinaria. I) Descuadrarse en caja debitar o acreditar en forma inequívoca cuentas de cualquier naturaleza cuando se compruebe dolo, fraude o improbidad. J) la mala atención y desinterés para con el usuario de los servicios comunicada por los clientes o por el superior inmediato. K) Desatender las obligaciones antes mencionadas constituye justa causa para dar por terminado el contrato por parte del Empleador.

OCTAVA: INVENCIONES. Las invenciones realizadas por EL TRABAJADOR le pertenecen a la empresa siempre y cuando estas sean realizadas con ocasión y dentro de la ejecución del contrato de trabajo, y como parte del cumplimiento de las obligaciones del cargo. También lo son aquellas que se obtienen mediante los datos y medios conocidos o utilizados en razón de la labor desempeñada.

NOVENA: DERECHOS DE AUTOR. Los derechos patrimoniales de autor sobre las obras creadas por el TRABAJADOR en ejercicio de sus funciones o con ocasión ellas pertenecen al EMPLEADOR. Todo lo anterior sin perjuicio de los derechos morales de autor que permanecerán en cabeza del creador de la obra, de acuerdo con la ley 23 de 1982 y la Decisión 351 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena.

DECIMA: TRASLADOS: Desde ya el trabajador acuerda que el empleador podrá trasladarlo desde el lugar, cargo y/o sitio de trabajo de acuerdo a las necesidades del servicio siempre y cuando no se menoscabe el honor la dignidad o se produzca una desmejora sustancial o grave perjuicio con ocasión a la citada orden. El empleador está obligado a asumir los gastos originados en el traslado. Siempre que sea una decisión unilateral de la empresa.

ONCE: BENEFICIOS EXTRALEGALES: El empleador podrá reconocer beneficios, primas, prestaciones de naturaleza extra legal, lo que se hace a título de mera liberalidad y estos subsistirán hasta que el empleador decida su modificación o supresión, atendiendo su capacidad, todos los cuales se otorgan y reconocen, y el trabajador así lo acuerdan sin que tengan carácter salarial y por lo tanto no tienen efecto prestacional o incidencia en la base de aportes en la seguridad social o parafiscal en especial este acuerdo se refiere a auxilios en dinero o en especie, primas periódicas o de antigüedad o en general beneficios de

esa naturaleza los que podrán ser modificados o suprimidos por el empleador de acuerdo con su determinación unilateral tal como fue otorgado.

DOCE: DESCUENTOS: El Trabajador autoriza para que el Empleador descuente cualquier suma de dinero que se cause dentro de la existencia y terminación del contrato de trabajo ya sea por concepto de prestamos, alimentación a bajo costo, bonos de alimentación, vivienda, utilización de medios de comunicación, fondos de empleados, aportes bienes dados a cargo y no reintegrados, Este descuento se podrá realizar de la nomina mensual o de las prestaciones sociales, indemnizaciones, descansos o cualquier beneficio que resulte con ocasión de la existencia o terminación del contrato por cualquier motivo.

TRECE: MODIFICACION DE LAS CONDICIONES LABORALES. El TRABAJADOR acepta desde ahora expresamente todas las modificaciones determinadas por el EMPLEADOR, en ejercicio de su poder subordinante, de sus condiciones laborales, tales como la jornada de trabajo, el lugar de prestación de servicio, el cargo u oficio y/o funciones y la forma de remuneración, siempre que tales modificaciones no afecten su honor, dignidad o sus derechos mínimos ni impliquen desmejoras sustanciales o graves perjuicios para él, de conformidad con lo dispuesto en la Ley.

DECIMA CUARTA: DIRECCION DEL TRABAJADOR. EL TRABAJADOR se compromete a informar por escrito AL EMPLEADOR cualquier cambio de dirección teniéndose como suya, para todos los efectos, la última dirección registrada en la empresa. **DECIMA SEGUNDA: EFECTOS.** El presente contrato reemplaza en su integridad y deja sin efecto cualquiera otro contrato, verbal o escrito, celebrado entre las partes con anterioridad, pudiendo las partes convenir por escrito modificaciones al mismo, las que formarán parte integrante de este contrato.

CIUDAD Y FECHA:

FONDO DE PENSIONES ELEGIDO:

FONDO DE CESANTIAS ELEGIDO:

EPS ELEGIDO:

CLAUSULAS ADICIONALES

NOTA: Las modificaciones al presente contrato podrán elaborarse en una hoja anexa a este documento, la cual hará parte del mismo y donde deberán consignarse los nombres y firmas de las partes contratantes, su documento de identidad y fecha en que se efectúe Modificación-

EL EMPLEADOR

EL TRABAJADOR

NIT.

C.C.

TESTIGO

C.C.