

**CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN DE EGRESADOS DEL SENA
REGIONAL SANTANDER, CON MIRAS A LA CREACIÓN DE UNA
COOPERATIVA DE SERVICIOS**

LUIS ANTONIO SUÁREZ MARTÍNEZ

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
ESCUELA DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA PÚBLICA
BUCARAMANGA**

2005

AGRADECIMIENTOS

Agradezco el apoyo constante de mi esposa EVERLIDES OSPINO RUEDA, y de mis hijos, WILLIAN JAVIER, LUIS CARLOS y NATALIA ISABEL, quienes me han dado la fortaleza y el socorro necesario para continuar con mis metas y cumplir a cabalidad con todos mis sueños. A Dios por depositar en mí, la grandeza del deber cumplido desde los principios éticos que el hombre requiere hoy día

RESUMEN

1. TITULO

CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN DE EGRESADOS DEL SENA REGIONAL ANTANDER, CON MIRAS A LA CREACIÓN DE UNA COOPERATIVA DE SERVICIOS *

2. AUTOR

LUIS ANTONIO SUÁREZ MARTÍNEZ **

3. PALABRAS CLAVES

Cooperativismo, trabajo, solidaridad, capacitación.

4. DESCRIPCIÓN

Este trabajo muestra una forma de asociación y organización de un grupo de personas, que bajo el principio de la solidaridad, buscan crear un modelo alternativo como solución al grave problema social de desempleo, tomando como sustento básico, la educación y capacitación que se ha venido impartiendo dentro de las aulas del SENA.

La propuesta nace desde el estudio descriptivo de una población altamente calificada para asumir roles laborales de todo tipo, acorde con las necesidades que la demanda productiva, comercial y de servicios requiere hoy día. La cooperativa que en su esencia será clasificada dentro del modelo integral, tendrá como requisito único e indispensable la vinculación de egresados del SENA, ya que bajo los elementos de calidad y competitividad proclamados por esta institución durante años, se formará a su vez esta entidad, la cual mantendrá como base diferenciadora dentro del trabajo a realizar esas características propias del ente estudiantil.

Para cumplir con este fin, se seguirá un cronograma de actividades con miras a culminar en el año 2007. El estudio de factibilidad que a futuro se propone dentro del proyecto, tendrá iniciación el año entrante, constituyendo así, con base en los resultados arrojados, las políticas internas y externas que determinen la constitución fáctica de la cooperativa

El aporte social es el objetivo último del trabajo a realizar; los principios éticos serán su estructura, pues el impacto real, busca connotaciones en donde todo ese personal egresado, con capacitación técnica y tecnológica, encamine su conocimiento hacia aquellas especialidades en donde fueron preparados, posibilitando una mano de obra altamente calificada.

La ganancia será conjunta, pues como es bien sabido, la demanda insiste en no engrosar sus nóminas, sino por el contrario requerir servicios que atiendan a la contratación desvinculante generalizada actualmente. La prestación de servicios y outsourcing, serán los modos de contratación.

* Trabajo de grado

** Escuela de Economía y Administración. Especialización en Gerencia Pública

ABSTRACT

1. TITTLE:

CHARACTERIZATION OF THE ALUMNI FROM SENA REGINAL SANTANDER, WITH THE AIM OF CREATING A COOPERATIVE OF SERVICES*

2. AUTHOR:

LUIS ANTONIO SUAREZ MARTINEZ**

3. KEYWORDS:

Cooperative, work, solidarity, training.

4. DESCRIPTION

This paper shows a way of association and organization of a group of people, which based on the principle of solidarity, aim at the creation of an alternative model as a solution for the social problem of unemployment in our country, having as its bases, the education and training given by SENA to all its students.

This proposal emerges from a descriptive study of a group of people highly qualified to take up different kinds of roles within the workplace, taking into account the needs that the productive, commercial and services demand requires nowadays. This cooperative, which will be classified into the integral model, will have as indispensable and unique requirement hiring alumni from SENA, since based on the quality and competitiveness supported by this institution for many years, this new cooperative will have also these two elements as its main characteristics.

To achieve this objective, a schedule with all the activities to do will be fixed and followed ending in year 2007. The feasibility study proposed in this project will start next year, providing in this way and based on the results, the internal and external polices which determine the feasible creation of this cooperative.

The main objective of this project is its social benefits. The cooperative will be structured within ethical principles, since its real impact looks for ways in which all the alumni, with technical and technological training, use their knowledge in those particular areas on which they were formed, providing highly qualified people for the workforce.

The final gains will be for everybody, since as it is known, demand does not insist on incrementing its payroll, instead it requires services to support the detaching of people which is a generalized phenomenon nowadays. The giving of services and outsourcing will be the ways of recruitment.

* Work of grade

** School of Economy and Administration Specialization in Management Publishes

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCION	1
1. CONTEXTO GEOGRAFICO Y DEMOGRAFICO	3
1.1 SENA REGIONAL SANTANDER	4
1.2 BUCARAMANGA SEDE PRINCIPAL	5
1.3 CENTROS DE FORMACIÓN	8
1.3.1 El Centro de Comercio y Servicios de Bucaramanga	9
1.3.2 Centro Multisectorial de Barrancabermeja	11
1.3.3 Centro Industrial de Floridablanca	14
1.3.4 Centro Industrial de Girón	16
1.3.5 Centro Multisectorial de Atención a la Provincia de García Rovira	18
1.3.6 Centro de Atención Integral al Sector Agropecuario Piedecuesta	19
1.3.7 Centro Multisectorial de Atención a la Provincia Guanentina y Comunera	22
1.3.8 Centro Multisectorial de Atención a la Provincia de Vélez	23
2. ANTECEDENTES DEL COOPERATIVISMO EN COLOMBIA Y SU DELIMITACIÓN CONSTITUCIONAL	25
2.1 EL ESTADO Y SU CONCEPCIÓN DE COOPERATIVISMO	25
2.2 EL COOPERATIVISMO Y SUS EXCEPCIONES CONSTITUCIONAALES	27
2.2.1 Las empresas de economía solidaria en el Estado Social de Derecho	28
2.2.2 Propiedad asociativa y solidaria	30
5 MARCO LEGAL	45
6 DISEÑO METODOLÓGICO	57
6.1 TIPO DE ESTUDIO	57
6.2 UNIVERSO Y MUESTRA DEL ESTUDIO	57

6.3 TÉCNICA E INSTRUMENTOS	58
6.431 Fuentes primarias	58
6.3.2 Fuentes secundarias	58
6.4 CRITERIOS DE INCLUSIÓN	58
6.5 CRITERIOS DE EXCLUSIÓN	58
6.6 VARIABLES ANALIZADAS	59
6.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS	60
7. PROPUESTA A FUTURO DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD A REALIZAR EN EL DEPARTAMENTO DE SANTANDER CON MIRAS A LA CREACIÓN DE UNA COOPERATIVA DE EGRESADOS SENA	65
7.1 OBJETIVOS	65
7.1.1 General	65
7.1.2 Específicos	65
7.1.3 Descripción del servicio	66
7.1.5 Productos sustitutos	67
7.1.6 Servicios complementarios	68
7.1.7 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia	68
7.2 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	68
7.2.1 Mercado potencial	68
7.2.2 Mercado objetivo	69
7.3 LA DEMANDA	69
7.3.1 Investigación de mercados	69
7.4 LA OFERTA	72
7.4.1 Necesidades de información	72
7.4.2 Ficha técnica	73
7.5 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA	74
7.6 CANAL DE COMERCIALIZACIÓN	75
7.7 PRECIO	76

7.7.1 Análisis de precios	77
7.8 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	77
7.8.1 Objetivos	77
7.8.2 Logotipo	78
7.8.3 Lema	78
7.8.4 Análisis de medios	78
7.8.5 Selección de medios	79
7.8.6 Estrategias publicitarias	79
7.8.7 Presupuesto de publicidad y promoción	80
7.9 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	80
8. ESTUDIO TÉCNICO	81
8.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	81
8.1.1 Descripción del tamaño del proyecto	82
8.2 LOCALIZACIÓN	82
8.2.1 Macrolocalización	82
8.2.2 Microlocalización	82
8.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TECNICA DEL PROYECTO	83
9. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	85
9.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA SOCIEDAD	88
9.3.1 Organigrama	88
10. ESTUDIO FINANCIERO	90
10.1 INVERSIONES	91
10.2 EVALUACIÓN DEL PROYECTO	91
10.3 IMPACTO SOCIAL	91
10.4 IMPACTO AMBIENTAL	92
BIBLIOGRAFIA	96

LISTA DE MAPAS

	pág.
Mapa 1. Mapa físico – político del Departamento de Santander	4
Mapa 2. Mapa físico-político de la ciudad de Bucaramanga	5
Mapa 3. Ubicación de los centros de formación del SENA, conforme a la distribución geográfica por provincias del departamento de Santander	8
Mapa 4. Provincia de Soto	10
Mapa 5. Provincia de Mares	12
Mapa 6. Provincia de Soto	15
Mapa 7. Provincia de Soto	16
Mapa 8. Provincia de García Rovira	18
Mapa 9. Provincia de Soto	20
Mapa 10. Provincia Guanentina y Comunera	22
Mapa 11. Provincia de Vélez	23

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Especialidades preponderantes en desocupados	61
Figura 2. Especialidades preponderantes en ocupados	62
Figura 3. Tiempo de desempleo	62
Figura 4. Alternativas de trabajo	63
Figura 5. Aportes para beneficio de la Cooperativa	64
Figura 6. Desempeño laboralmente según su especialidad	64
Figura 7. Canal de comercialización propuesto	75
Figura 8. Precio del servicio a ofrecer	76

INTRODUCCION

Desde sus orígenes el cooperativismo, se concibió como un sistema que diera respuesta a la inequitativa distribución de la riqueza propia del sistema capitalista; por ello, se afirma, que la organización cooperativa tiene como objetivos primordiales facilitar la participación de los asociados en la toma de decisiones y efectuar una repartición equilibrada de los beneficios.

Es así, que este concepto primario debe analizarse desde la autogestión, la cual se torna fundamental para las organizaciones asociativas de hoy día. Este se entiende como la capacidad que tienen éstas organizaciones de mantener una determinada actividad económico productiva por medio de sus propios recursos y capacidades. Si bien se entiende que la intervención del Estado es necesaria en un primer momento para impulsar una actividad, el dinamismo posterior debería correr idealmente por parte de los asociados en la organización de la que se trata.

Es decir, en el Estado existe el concepto de que son las mismas cooperativas las principales responsables de su propio desarrollo económico, tanto en lo que respecta a las actividades económicas que realizan, como a las formas en que deben llevar a cabo esas actividades y las estrategias que utilizan para desarrollarlas.

Conforme a ello, este sistema societal debe implicar viabilidad en su objeto y requerir de toda la infraestructura necesaria para evaluar y planificar su mejor desarrollo.

Desde esta perspectiva, se ha estudiado la posibilidad de impulsar la creación de una cooperativa, que permita la vinculación del Estado, la comunidad y el sector económico productivo, a una propuesta que incida en la problemática social que el

desempleo ha traído consigo desde hace varias décadas, y que afecta al territorio nacional en general. Esta iniciativa implica compromiso, eficiencia y trabajo, en la búsqueda de mayores alternativas que propicien de forma directa una respuesta laboral, para todos aquellos egresados del SENA, quienes a pesar de su esmerada preparación, no han tenido la posibilidad de vincularse de manera estable al sector productivo de la región santandereana.

Son múltiples los factores que impiden la vinculación laboral de estos profesionales, ya que los costos para las empresas representan un alza considerable en sus nóminas; como consecuencia de lo anterior y a falta de una cultura empresarial, gran parte de esta población termina realizando actividades diferentes a las que recibieron como formación inicialmente, olvidando con el tiempo los aprendizajes impartidos por el SENA y por ende perdiéndose los recursos oficiales invertidos en su formación.

1. CONTEXTO GEOGRAFICO Y DEMOGRAFICO

Fue fundamental para el desarrollo del proyecto, el análisis geográfico y demográfico de los centros de formación a cargo de la regional del SENA en el Departamento de Santander, junto con toda su población vinculada a los programas académicos ofrecidos por esta institución como punto de partida en la ubicación espacio - temporal del estudio de factibilidad que se aplicará a mediano plazo con miras a la constitución de una Cooperativa de Egresados del SENA.

Esta descripción permitirá que a futuro se tenga una aproximación con el universo a analizar dentro del estudio de factibilidad a realizar, puesto que, se requerirá establecer los criterios medibles en cuanto a cantidad de servicios a ofrecer procedentes del proyecto, que las empresas y personas residentes en el Departamento de Santander estarían en disposición de adquirir a determinado precio. Además facilitará el conocimiento de las necesidades y características de los consumidores potenciales, de los canales de distribución, estrategias de promoción y publicidad, evolución de la demanda, condiciones de proveedores, etc.

Santander y Boyacá, al sur con Boyacá, y al oeste con los departamentos de Antioquia y Bolívar.

Santander tiene una superficie de 30.537 km² y posee una gran variedad climática. Su relieve se caracteriza por su sistema montañoso, aunque posee una extensa zona llana. Los principales accidentes montañosos son la cordillera de Los Lloriqués, el cañón del Chicamocha, la mesa de los Santos y los páramos del Almorzadero y Santurbán, entre otros. En cuanto a la hidrografía, cuenta con los ríos Chicamocha, Magdalena, Opón y Sogamoso y las ciénagas Potrerito, Colorada, Opón y San Silvestre².

1.2 BUCARAMANGA SEDE PRINCIPAL

Mapa 2. Mapa físico-político de la ciudad de Bucaramanga



Fuente: Biblioteca Virtual Encarta. 2005

El objeto de estudio en el proyecto de factibilidad a realizar, tendrá su área de influencia sobre la ciudad de Bucaramanga, capital del departamento de Santander; la cual se encuentra estratégicamente ubicada conformando un eje en

² Biblioteca de Consulta Microsoft Encarta 2005

el que convergen las vías que la unen con Bogotá, en 442 km.; con Cúcuta a 191 km.; con Medellín a 478 km.; y con la Costa Atlántica a 534 km. La posición geográfica de la ciudad se encuentra a 7° 08' de latitud norte y a 73° 08' de latitud oeste; hacia el norte limita con Ríonegro, al oriente con Matanza, Charta, Tona; al sur con Floridablanca y al occidente con Girón; su temperatura promedio es de 23°.

Bucaramanga es una ciudad comercial que nutre una amplia zona del oriente colombiano, razón por la cual a lo largo de los años el sector comercial y de servicios ha crecido con un fuerte impulso, convirtiéndola en un importante centro de atracción de personas y de productos.

La ciudad es escenario del nuevo milenio por estar ubicada en una de las zonas más productivas de Colombia, por ser punto equidistante con todo el país en las actividades de transporte y comercialización; además se interconecta con las vías de la Costa Atlántica, el Centro del país y la zona fronteriza con Venezuela. Hoy se puede describir esta ciudad como un gran centro de negocios y comercio, siendo líder del oriente colombiano.

La industria, el comercio y las finanzas ocupan una posición importante dentro de la región en donde se apoya el sector, de tal manera que la comunidad opta por la posibilidad de ampliar sus ingresos y mejorar constantemente su calidad de vida. Confecciones, calzado, marroquinería, artes gráficas, alimentos, metalmecánica, joyería y maderas son las principales actividades industriales que concentran la mayor parte de la demanda comercial, que sumado a la presencia del sector artesanal permite destacar a la ciudad en el exterior con sus excelentes trabajos.

Bucaramanga se ha convertido en una ciudad adelantada en su infraestructura vial, ha mejorado su red de conexiones con el resto del país atendiendo a que es paso casi obligado para quienes se desplazan desde la mayoría de las regiones

colombianas hacia la Costa Atlántica y sus circuitos turísticos. En Bucaramanga convergen las vías que unen a Santanfé de Bogotá, Cúcuta, Medellín y la Costa Atlántica.

El empresario de Bucaramanga se caracteriza por poseer valores como la creatividad para la creación de productos de buena calidad, la prestación de servicios basados en recursos humanos y técnicos con alta eficiencia, una visión empresarial enfocada al mercado exterior, capacidad de integración en las relaciones internas y externas de la organización, la valoración de poseer un capital humano que forja el carácter competitivo, todo ello, es lo que representa el trabajo para los bumangueses, llevándolo a perseguir nuevos riesgos y objetivos, propiciando un mayor posicionamiento de la industria y el comercio dentro de la región.

Bucaramanga cuenta con una excelente infraestructura de servicios, por tal razón es catalogada como una de las mejores ciudades de Colombia en poseer calidad en los servicios públicos (agua, luz, gas y telecomunicaciones), con alta tecnología y personal capacitado que ofrece una excelente atención al cliente, realizan mantenimiento y tratamiento en todos los sectores; además provee no solo al departamento de Santander, sino que llega también a expandirse a los departamentos del oriente colombiano y a los que conforman parte de la zona central³.

El crecimiento económico de la ciudad y su expansión en la comercialización de servicios, permiten explorar dentro del ámbito cooperativo, una alternativa de desarrollo y solución a la continúa demanda laboral, equilibrando esta situación desde las necesidades empresariales tanto en el sector público como privado y la

³ Revista Bucaramanga Preferencial. El escenario del nuevo milenio. Editorial Preferencial de Colombia. Bucaramanga 2000.

presentación de un portafolio de servicios que permitirán un conocimiento exacto y especializado entre lo que se requiere y se ofrece.

1.3 CENTROS DE FORMACIÓN

Mapa 3. Ubicación de los centros de formación del SENA, conforme a la distribución geográfica por provincias del departamento de Santander



Fuente: www.senasantander.org. Ubicación geográfica de los centros

El Servicio Nacional de Aprendizaje "SENA", cuenta con una de sus regionales en el departamento de Santander, ubicando su sede principal en la ciudad de Bucaramanga y ocho (8) centros de formación adscritos a esta institución a lo largo de la región santandereana.

Como objetivo principal del proyecto se tomaron rasgos generales en cuanto a ubicación y población de los centros de formación, entendiendo que esta

característica sirve de estrategia en la aplicabilidad a mediano plazo del proyecto de factibilidad y los objetivos perseguidos en la constitución de la cooperativa.

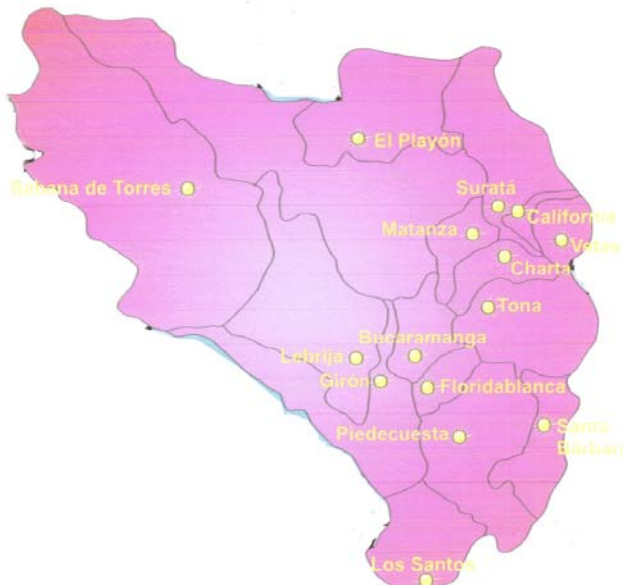
Parte del perfil del egresado del SENA, se puede determinar desde la caracterización de algunos criterios que llevan consigo desde sus estudios de pregrado, en cuanto a las expectativas particulares que se tienen por el conocimiento a adquirir a través de su capacitación y su interacción en la solución de múltiples conflictos sociales acaecidos en su entorno real y cotidiano (aspiraciones en el ingreso a la parte productiva y remunerativa del sector Nacional; continuación en su formación académica; sostenibilidad familiar en cuanto alimentos, salud, etc.).

El SENA cumpliendo con su función social, se ha caracterizado en ofrecer soporte técnico a los trabajadores colombianos, a través de la oferta y ejecución de programas de formación profesional integral para el trabajo productivo. Este beneficio se extiende a la región santandereana, desde una perspectiva clara, conforme a la realidad acontecida en su comunidad, incluyendo programas con cobertura específica y dispositivos de trabajo ajustados a su localidad.

La promoción de los servicios ofrecidos por la cooperativa, se suscribe a la ubicación de estos centros de formación, pues facilitan la comercialización y especialización de los mismos dependiendo de la zona vinculada.

1.3.1 El Centro de Comercio y Servicios de Bucaramanga, se encuentra ubicado en la Cra. 27 N. 15 – 08 del Barrio San Alonso, contiguo al edificio del área administrativa. Atiende a las comunidades que requieren capacitación en el área comercial o formación especial para que el alumno desarrolle su actividad laboral con excelente calidad. Subdirector Dr. Javier Enrique Ducón Angarita.

Mapa 4. Provincia de Soto



Fuente: www.senasantander.org. Ubicación geográfica de los centros

El Centro cuenta actualmente con 2700 alumnos de estratos socioeconómicos 1, 2, y 3 matriculados en los siguientes planes académicos⁴:

- Mesero – Barman
- Cocinero
- Auxiliar de Comercio
- Auxiliar en Administración de Documentos
- Técnico Profesional en Archivística
- Auxiliar de Comercio Exterior
- Técnico Profesional en Secretariado
- Auxiliar de Contabilidad
- Técnico Profesional en Contabilidad y Finanzas
- Técnico Profesional en Banca e Instituciones Financieras
- Vendedor Profesional

⁴ SENA, Base de Datos Regional Santander, sede Bucaramanga. 2005

- Técnico Profesional en Distribución Comercial
- Técnico Profesional en Mercadeo
- Técnico Profesional en Administración del Recurso Humano
- Técnico Profesional en Seguros
- Auxiliar en Enfermería
- Técnico Profesional en Administración de Agencias de Viajes
- Guía de Turística Local
- Supervisor de Operaciones Logísticas
- Administrador Punto de Venta
- Cursos de Actualización

El enfoque que el Centro de Bucaramanga le ha dado a todas sus especializaciones, se constituye en el aumento competitivo de su recurso humano a través, de elementos modernos para la Formación Profesional Integral y la aplicación de servicios tecnológicos, en pro de la disminución del desempleo nacional y el incremento de la productividad y eficiencia del sector productivo.

1.3.2 Centro Multisectorial de Barrancabermeja. Está ubicado en Barrancabermeja en la avenida del SENA entre calles 56 Y 58. Es generador del desarrollo tecnológico del trabajador colombiano. Capacita los tres sectores económicos en los niveles local, regional y nacional. Sus esfuerzos están concentrados en impulsar el desarrollo empresarial de la Provincia de Mares, Sur de Bolívar, Sur del Cesar, Norte de Antioquia así como, de todos los municipios adscritos a la zona Centro de Colombia. Subdirector Dr. Cesar Manuel Portacio Serpa.

Mapa 5. Provincia de Mares



Fuente: www.senasantander.org. Ubicación geográfica de los centros

El centro cuenta actualmente con 1030 alumnos de estratos socioeconómicos 1, 2, y 3 en su mayoría y vinculados a los siguientes programas de formación⁵:

- Soldador por soplete y arco
- Mecánico reparación de motores de combustión interna
- Instrumentación Industrial
- Operador de plantas de procesos industriales
- Mecánico de mantenimiento de plantas industriales
- Metalista de plantas industriales
- Electricista de instalaciones y mantenimiento
- Analista químico

⁵ SENA, Base de Datos Regional Santander, sede Bucaramanga. 2005

- Técnico profesional en soldadura
- Técnico profesional en instrumentación y control de procesos
- Técnico profesional en electricidad industrial
- Técnico profesional en mantenimiento electrónico
- Técnico profesional en laboratorio químico
- Técnico profesional en procesos químicos industriales
- Tecnólogo en procesos químicos industriales
- Tecnólogo en instrumentación y control de procesos
- Secretariado general
- Técnico profesional en secretariado
- Secretaria auxiliar contable
- Auxiliar contable
- Técnico profesional en contabilidad y finanzas
- Técnico profesional en administración del recurso humano
- Auxiliar en enfermería
- Operario de confecciones industriales
- Oficial en construcción
- Trabajador calificado en explotaciones diversificadas
- Asistente de manejo de empresas ganaderas
- Acciones de actualización del sector agropecuario
- Actualización comercio y servicios
- Actualización industrial
- Desarrollo empresarial

El objetivo primordial del centro, se basa en la atención a la comunidad en general, empresas grandes, medianas y pequeñas, de los sectores económicos a nivel local, regional y nacional; organizaciones sociales que requieren capacitación especial para que puedan desarrollar su actividad laboral que les permita competir con eficiencia y excelente calidad en el mercado.

De igual manera se busca ampliar la cobertura, dada las características de las especialidades de orden nacional, formando y capacitando aprendices y técnicos profesionales para el Valle del Cauca, Cauca, Risaralda, Caldas, Antioquia y otros departamentos importantes del país.

El impulso y desarrollo empresarial del municipio de Barrancabermeja y todos los municipio adscritos a la zona centro, tendrán su fundamento en la eficiencia y calidad del equipo humano que día a día hace parte de la institución, respondiendo de manera integral a las necesidades del aparato productivo del país.

1.3.3 Centro Industrial de Floridablanca. La meta del Centro Industrial de Floridablanca es aumentar la competitividad del recurso humano, aplicando los elementos modernos de la Formación Profesional Integral y los servicios tecnológicos, para disminuir el desempleo regional y nacional e incrementar la productividad y eficiencia en los subsectores básicos de la economía santandereana.

El centro se encuentra localizado en el Km. 6 Autopista Floridablanca, y dirigido por el Dr. Hernando Uribe Márquez, subdirector.

Mapa 6. Provincia de Soto



Fuente: www.senasantander.org. Ubicación geográfica de los centros

El Centro Industrial de Floridablanca, cuenta con la asistencia de 712 estudiantes a los programas ofrecidos en:

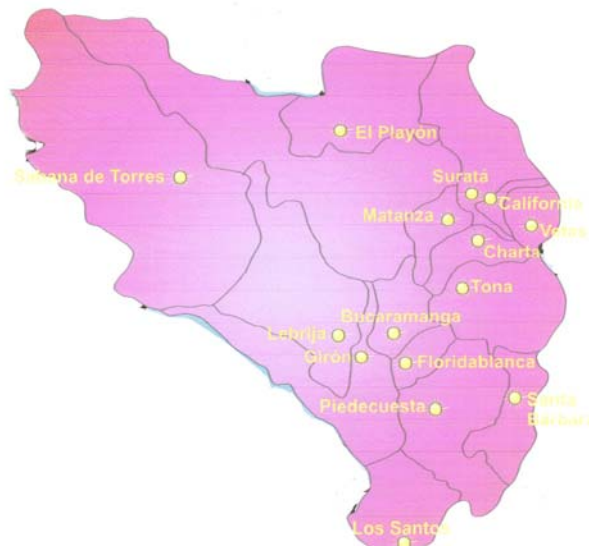
- Confecciones
- Calzado y cueros
- Ebanistería industrial
- Transporte – conductor de bus
- Oficial de construcción
- Instructor de conducción de bus
- Carpintería de construcción
- Joyería – joyero industrial
- Cursos de actualización

Su objetivo es contribuir al desarrollo socio-económico del país a través de la formación y el mejoramiento de la calidad y productividad de los trabajadores

calificados, que requieran los subsectores de confección, calzado y cuero; madera y muebles; construcción; transporte terrestre; joyería y panadería industrial, mediante la prestación de acciones de formación profesional, servicios tecnológicos y la información para el empleo.

1.3.4 Centro Industrial de Girón. El Centro Industrial de Girón lidera y desarrolla la capacitación, difusión y transferencia de tecnologías industriales; contribuye al mejoramiento de la calidad de vida, a la modernización y adecuación de procesos y equipos de la micro, pequeña, mediana y gran empresa santandereana y nacional. Esta situado en el barrio Palenque sobre el Anillo Vial Vía Rincón de Girón. Subdirector Dra. Claudia Celina Marín Ariza.

Mapa 7. Provincia de Soto



Fuente: www.senasantander.org. Ubicación geográfica de los centros

El Centro Industrial de Girón, ofrece capacitación a 608 alumnos actualmente, de los estratos 1, 2 y 3 en su mayoría, conforme a los siguientes programas en las especialidades de:

- Operador de excavadora
- Operador motoniveladora
- Operador retroexcavadora
- Mecánico reparador de motores diesel
- Tornero fresador
- Mecánico reparador de motores de combustión interna
- Soldador por soplete y arco
- Mecánico de mantenimiento general
- Electricista de instalaciones y mantenimiento
- Moldeador fundidor
- Técnico profesional en mantenimiento electrónico
- Técnico profesional en mantenimiento industrial
- Técnico profesional en electricidad industrial
- Técnico profesional en automatización industrial
- Técnico en mantenimiento de hardware
- Técnico profesional en diseño mecánico
- Tecnólogo en autotrónica
- Tecnólogo en automatización industrial
- Desarrollo de software
- Servicios tecnológicos
- Cursos de actualización

El centro busca permanentemente ampliar sus esfuerzos, en la capacitación de talento humano, la prestación de asistencia técnica y de servicios tecnológicos a toda la comunidad industrial.

1.3.5 Centro Multisectorial de Atención a la Provincia de García Rovira. La función de este Centro es contribuir al desarrollo socio-económico de los municipios que conforman la provincia de García Rovira; la cual esta conformada por 12 Municipios y 15 Municipios de las provincias de norte y Gutiérrez de Boyacá. Se encuentra ubicado en la carrera 11 No 13-13 Málaga. Subdirector centro Dr. David Hernando Suárez Gutiérrez.

Mapa 8. Provincia de García Rovira



Fuente: www.senasantander.org. Ubicación geográfica de los centros

El SENA, desde este centro atiende una demanda de 450 alumnos matriculados en:

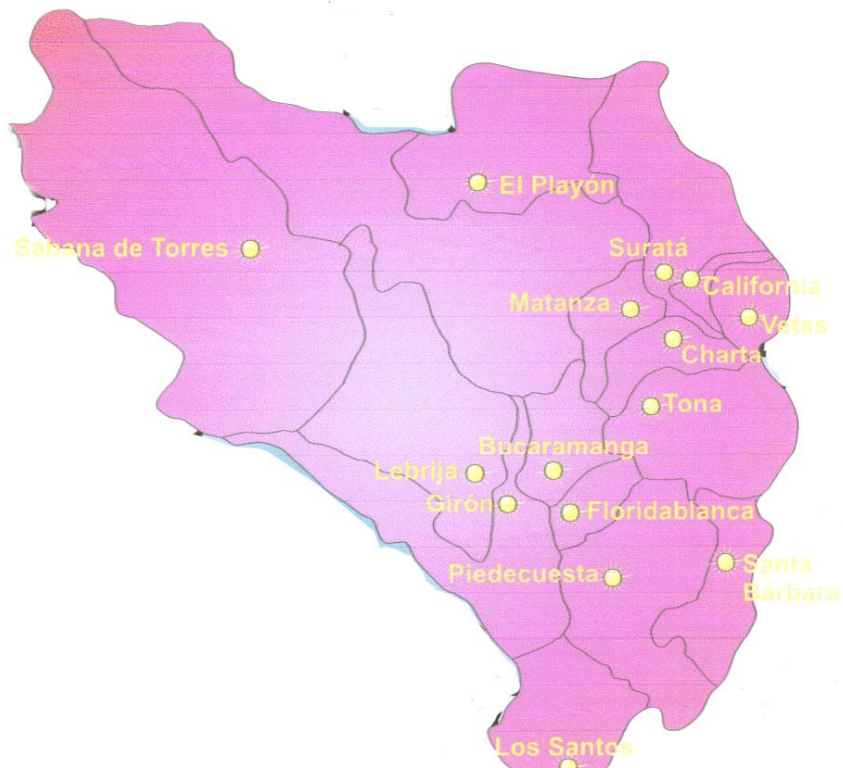
- Técnico profesional en administración de empresas agropecuarias
- Técnico profesional en distribución comercial
- Técnico profesional en producción pecuaria
- Trabajador pecuario
- Trabajador calificado en explotaciones diversificadas
- Trabajador calificado en operación de tractores
- Secretaria auxiliar contable
- Auxiliar de comercio
- Panadero auxiliar
- Modista
- Cursos de actualización

El centro busca una difusión y atención técnica – tecnológica, propicia para el desarrollo de todo el sector económico de la provincia y sus alrededores.

1.3.6 Centro de Atención Integral al Sector Agropecuario Piedecuesta. Su objetivo es impartir formación profesional en las áreas agrícolas, pecuarias, agroindustriales y de mercado, buscando un desarrollo sostenible en el tiempo.
Subdirector

Dr. Eduardo García Rodríguez.

Mapa 9. Provincia de Soto



Fuente: www.senasantander.org. Ubicación geográfica de los centros

Actualmente, se cuenta con un número de 440 aprendices de los estratos socioeconómicos 1, 2, y 3 en su mayoría, vinculados a los programas de⁶:

- Asistente de manejo de empresas ganaderas
- Trabajador calificado en explotaciones diversificadas
- Trabajador calificado en corte de carnes
- Técnico especialista en cuencas hidrográficas

⁶ SENA. Base de Datos sede Bucaramanga, 2005

- Técnico profesional en producción pecuaria
- Técnico profesional en producción agrícola
- Técnico profesional en administración de empresas agropecuarias
- Técnico profesional en gestión de recursos naturales
- Técnico profesional en procesamiento de alimentos
- Programa nacional de manejo post – cosecha y comercialización de frutas y hortalizas
- Criador de ponedoras y pollos de engorde
- Auxiliar de aseo
- Fontanero
- Viverista del caucho
- Beneficio y procesamiento del caucho
- Cultivador de palma de aceite
- Cursos de actualización

1.3.7 Centro Multisectorial de Atención a la Provincia Guanentina y Comunera. La función de este Centro es contribuir al desarrollo socio-económico de los municipios que conforman las provincias Guanentina y Comunera, con sus 34 municipios que la componen. Calle 22 No. 9-82 San Gil. Subdirector Dr. Orlando Arenas Villar.

Mapa 10. Provincia Guanentina y Comunera



Fuente: www.senasantander.org. Ubicación geográfica de los centros

El centro cuenta con 617 aprendices matriculados en las áreas de:

- Técnico profesional en contabilidad y finanzas

- Técnico profesional en gestión de recursos humanos
- Trabajador calificado en explotaciones diversificadas
- Técnico profesional en administración de empresas agropecuarias
- Asistente en el manejo de empresas ganaderas
- Secretaria auxiliar contable
- Panadero auxiliar
- Cursos de actualización

Se ha propiciado el desarrollo y capacitación de mano de obra requerida por el sector económico de la región.

1.3.8 Centro Multisectorial de Atención a la Provincia de Vélez. Se propone contribuir al crecimiento y desarrollo de la Provincia de Vélez a través de sus 19 municipios, mediante la formación integral de los estudiantes, convirtiéndolos en trabajadores capaces y generadores de empresa. Avenida las Cuadras Carrera 2 no. 8 - 92 Vélez. Subdirector Dr. Orlando Ariza.

Mapa 11. Provincia de Vélez



Fuente: www.senasantander.org. Ubicación geográfica de los centros

El Centro Multisectorial cuenta con 276 estudiantes cursando los siguientes planes académicos:

- Técnico profesional en control de la producción
- Técnico profesional en banca e instituciones financieras
- Técnico profesional en contabilidad y finanzas
- Técnico profesional en gestión de recursos naturales
- Técnico profesional en procesamiento de alimentos
- Trabajador calificado en explotaciones diversificadas
- Asistente en el manejo de empresas ganaderas
- Auxiliar contable
- Guía turística local
- Oficial de construcción
- Secretaria auxiliar contable
- Técnico profesional en producción pecuaria
- Técnico profesional en administración de empresas agropecuarias
- División de gestión y desarrollo empresarial
- Cursos de actualización

El centro ha propiciado el desarrollo de planes y programas requeridos por la mano de obra, para su calificación, igualmente califica empresarios y recurso humano, en especialidades requeridas por la región.

2. ANTECEDENTES DEL COOPERATIVISMO EN COLOMBIA Y SU DELIMITACIÓN CONSTITUCIONAL

Es necesario y fundamental que en la conformación de una cooperativa, se determinen los elementos macroeconómicos y microeconómicos que a futuro permitan su permanencia y viabilidad en el mercado. Por ello, se considero importante describir, el manejo público y legal con que se ha venido delimitando la función social del sector cooperativo en Colombia, ajustando estas políticas a la aplicación del estudio de factibilidad en la constitución de una Cooperativa de Egresados del SENA, proyecto a desarrollar como un objetivo a mediano plazo.

2.1 EL ESTADO Y SU CONCEPCIÓN DE COOPERATIVISMO

Un primer aspecto que debe señalarse acerca de las concepciones del Estado respecto tanto del cooperativismo como de otras formas de asociatividad, es que éstas se perciben como instrumentos para la realización de sus objetivos, tengan éstas fines sociales o económicos, de tal manera que la asociación y la cooperación no son objetivos en sí mismos, sino vías para llegar a determinadas metas.

Por otra parte durante mucho tiempo la participación del Estado en la sociedad fue de corte paternalista, y generó una serie de relaciones clientelistas y agentes sociales y económicos con una existencia “virtual” que precisaban constantemente de la asistencia estatal para su desarrollo.

Pese a que el cooperativismo es capaz por sus propios medios de generar beneficios para sus miembros, hoy enfrenta un período singularmente complejo y dinámico en cuanto a las relaciones que sus integrantes mantienen entre sí.

Por una parte el Estado, desde sus diversas instituciones, diseña políticas, que si bien no son abiertamente contradictorias, todavía están distantes de actuar de manera concertada, respecto al cooperativismo y a otras formas de asociatividad, a algunos sectores les cuesta distinguir su acción de fomento del paternalismo que lo caracterizó en otras épocas, por lo cual actúan con una cautela que a veces es exagerada e impide el desarrollo dinámico de instrumentos y políticas de desarrollo.

Otros asumen la labor de reformar sus instituciones asumiendo la idea de que es indispensable la reformulación de las estructuras para operar en un medio que ha experimentado infinidad de cambios y que plantea cientos de nuevos desafíos a las estructuras ya existentes, y otros parecen olvidar que el mercado no siempre es igualitario en la asignación de los recursos y la equidad y redistribución de la riqueza, dejando de lado un mínimo imprescindible de dirección y control por parte del Estado en éstos aspectos.

Por otra parte el mercado se presenta agresivo y competitivo, cargando su balanza hacia el lado de los grandes capitales y de aquellos que logran adaptarse a su permanente cambio de escenarios, situación a la que formas no instrumentales de la racionalidad no pueden adaptarse con facilidad, generándose así altos niveles de acumulación y concentración de la riqueza, de manera que se exige implacablemente a los pequeños productores que busquen formas de competir dinámicas e inteligentes para poder integrarse en el actual sistema productivo, en vista de ello, la asociatividad ha resultado un concepto y una práctica fundamental para éstos.

Finalmente por parte de los mismos cooperativistas persisten deficiencias en aspectos como la capacidad de asociación e integración; el dinamismo de las estructuras cooperativas en lo que se refiere a gestión y administración, la capacidad para poder presentar sus razones al Estado de manera de quitarse de encima viejos prejuicios e instalar sobre las mesas de diálogo las potencialidades que el cooperativismo ofrece a los objetivos del Estado, en tanto forma de asociatividad, en el mundo de hoy.

Sin embargo, se mantienen rasgos sustanciales diferenciadores, que hacen de las cooperativas organizaciones especiales con tratamiento especial, permitiéndoles en medio del caos socio – económico, equilibrar su desempeño frente al sector empresarial en general. Ejemplo claro del manejo diferenciador que reciben, parte de las normas consagradas en la Constitución y demás leyes que regulan el tema en materia cooperativista.

2.2 EL COOPERATIVISMO Y SUS EXCEPCIONES CONSTITUCIONALES

El sistema cooperativo desde sus orígenes en la Rochdale Society of Equivale Pioneers, constituida en 1844 en Inglaterra, se apoya en un principio esencial, que define su propia naturaleza y que hoy se acepta universalmente: la realización de su objeto social prescindiendo del ánimo de lucro⁷. Dicho principio lo adoptó la legislación colombiana y actualmente se encuentra consagrado en la Ley 79 de 1988, "Por la cual se actualiza la legislación cooperativa", norma que en su artículo 4 define este tipo de organización de la siguiente manera:

"Es cooperativa la empresa asociativa sin ánimo de lucro, en la cual los trabajadores o los usuarios, según el caso, son simultáneamente los aportantes y

⁷ HENRI DESROCHE. Le Projet Cooperatif. Editions économie et humanisme. Les éditions ouvrières. París, 1976. Traducción libre del francés.

los gestores de la empresa creada con el objeto de producir o distribuir conjunta y eficientemente bienes o servicios para satisfacer las necesidades de sus asociados y de la comunidad en general."

El concepto colombiano de cooperativismo, se fundamenta en el desarrollo de actos mercantiles, necesarios para su propia existencia como empresas privadas, las cuales requieren de la generación de lucro para garantizar su funcionamiento y permanencia; dichos actos, en reiteradas ocasiones han propiciado polémica y su respectivo estudio constitucional, ya que deben estar excluidos de los condicionamientos y restricciones a los que están sometidos aquellos actos que sí reúnen las condiciones necesarias para ser calificados como actos cooperativos.

En consecuencia, se ha solicitado la elaboración y unificación de la norma, que someta dichos actos mercantiles, a la aplicabilidad de la legislación comercial vigente, pues se considera que al someterlos a la legislación cooperativa se están contrariando los principios en vigencia de un orden justo y de igualdad ante la ley, consagrados en los artículos 2 y 13 de la Carta Política de Colombia.

2.2.1 Las empresas de economía solidaria en el Estado Social de Derecho. La actividad económica que caracteriza las sociedades contemporáneas, no puede circunscribirse a los límites de un determinado y rígido esquema, dada la pluralidad de formas de empresa que en ella coexisten, para las cuales es necesario el diseño y aplicación de tratamientos y sistemas regulativos heterogéneos; así lo reconoce cualquier Estado Social de Derecho, sin que Colombia sea una excepción.

La Constitución Política reconoce esa pluralidad de formas de organización estructural de las empresas, que se constituyen, desarrollan y coexisten en un contexto de economía de mercado y libre competencia, en el cual la propiedad cumple una función social que implica obligaciones. Así lo consagra expresamente el artículo 58 de la Carta Política de Colombia.

"Se garantizan la propiedad privada y los demás derechos adquiridos con arreglo a las leyes civiles, los cuales no pueden ser desconocidos ni vulnerados por leyes posteriores. Cuando de la aplicación de una ley expedida por motivo de utilidad pública o interés social, resultaren en conflicto los derechos de los particulares con la necesidad por ella reconocida, el interés privado deberá ceder al interés público o social."

"La propiedad es una función social que implica obligaciones. Como tal, le es inherente una función ecológica."

Dentro del ordenamiento jurídico nacional, el derecho de propiedad se configura como un derecho subjetivo que tutela intereses individuales, derecho que encuentra los límites del poder conferido al titular para su ejercicio, en el cumplimiento, precisamente, de la función social que le corresponde; en consecuencia, esa función social no se debe entender como un mero límite externo para su ejercicio, sino como parte sustancial del mismo. Sobre el particular ha dicho la Corte Constitucional:

"Un cometido específico del Estado Social de Derecho, consiste en hacer realidad la función social de la propiedad, con su inherente función ecológica, y de la empresa, protegiendo, fortaleciendo y promoviendo las formas asociativas y solidarias de propiedad (arts. 58, inciso 3o. y 333, inciso 3o. de la Constitución Política), en las cuales, la base de la unión asociativa no la constituyen únicamente los aportes de capital con fines exclusivamente especulativos o de utilidad, sino primordialmente el trabajo personal y el esfuerzo conjunto, todo ello encaminado a lograr unos propósitos de interés común, que se reflejan en la mejora de las condiciones económicas de sus miembros, mediante la distribución equitativa y democrática de los excedentes económicos y en la satisfacción de urgentes y apremiantes necesidades colectivas de los asociados, en lo familiar, social y cultural." (Sentencia C-37/94. Magistrado Ponente Dr. Antonio Barrera Carbonell).

La función social de la propiedad presenta diversas y matizadas caracterizaciones, las cuales están determinadas por la naturaleza de los bienes, su clase, y la entidad que es titular de los derechos que de ella emanan, así como también por la posición económica de las personas que la poseen. "La función social tiene, por una parte, el significado de moderar y restringir el alcance del derecho de propiedad, mientras que por otra parte, le corresponde el de implicar una mayor afirmación de ciertas clases de propiedad".⁸

En Colombia el Constituyente de 1991, en el ya citado artículo 58 de la Constitución Nacional, no sólo concedió un carácter especial y preferencial a las distintas formas de economía solidaria, al consagrar que "El Estado protegerá y promoverá las formas asociativas y solidarias de propiedad", sino que atribuyó a los poderes públicos una responsabilidad específica para el efecto. Sobre el particular ha dicho la Corte Constitucional:

2.2.2 Propiedad asociativa y solidaria. La Carta Política de 1991 consagra, la garantía de nuevas formas de propiedad: la propiedad colectiva y solidaria.

"Así, el artículo 58 señala de manera imperativa que el Estado protegerá y promoverá las formas asociativas y solidarias de propiedad".

En el mismo sentido se manifiesta en el artículo 60 de la Carta Política, el establecer como principio rector de la actividad pública que el Estado "promueva, de acuerdo con la ley, el acceso a la propiedad. Se trata, pues, de un mandato constitucional al legislador para que adopte las medidas que considere oportunas en desarrollo de esta norma fundamental.

⁸ JOSÉ GREGORIO HERNÁNDEZ GALINDO. Exmagistrado y presidente de la Corte Constitucional Colombiana. Derecho Constitucional. Editorial Temis, Bogotá, 1994.

En su segundo inciso, al regular la privatización de las empresas del Estado, el mismo artículo señala que se debe ofrecer a los trabajadores, a las organizaciones solidarias y de trabajadores, condiciones especiales para acceder a la propiedad accionaria.

En consonancia con el artículo anterior, el art. 64 de la Constitución Nacional establece la obligación del Estado de promover el acceso progresivo, en forma individual o asociativa a la propiedad de la tierra y de prestar ciertos servicios públicos a los trabajadores del campo.

También el artículo 333 de la Constitución Nacional, inciso tercero, consagra como obligación imperativa del Estado, fortalecer las organizaciones solidarias y estimular el desarrollo empresarial.

No cabe duda entonces que fue voluntad del Constituyente la de garantizar de manera especial estos tipos de propiedad, tal como se desprende de las normas arriba señaladas.

De otra parte, una lectura de los antecedentes constitucionales de tales normas demuestra también, la especial preocupación del constituyente por la protección y estímulo de la propiedad asociativa y solidaria. Así, por ejemplo, en el informe-ponencia para primer debate en plenaria, sobre régimen económico se lee:

Empresa privada, solidaria y estatal

“Las formas de economía solidaria son consideradas no solo como una eficaz alternativa para satisfacer necesidades colectivas apremiantes mediante una distribución democrática de los excedentes, que excluye el afán indiscriminado de lucro, sino también, lo que no es menos valioso, como una pedagogía contra los excesos del individualismo”.

Por esa razón, desde hace varios años las más variadas iniciativas han propuesto otorgar garantías constitucionales a las formas de propiedad y economía solidaria.

Estas propuestas encontraron amplia resonancia no sólo en sectores comprometidos tradicionalmente con el movimiento cooperativo sino también en otros, como el de los indígenas, cuya presencia en la vida política ha sido vista con especial complacencia, como quiera que constituye el carácter pluricultural y pluriétnico de la Nación colombiana y valioso aporte en el enriquecimiento del nuestro ordenamiento jurídico.

"Igualmente se ha sugerido que la solidaridad se constituya en elemento propio y característico de algunas formas de propiedad, lo cual, en verdad, no es nada distinto a reconocer la existencia de este fruto natural de su función social...."

En virtud de todo lo anterior, lo que ahora se busca, es pues, darle carta de ciudadanía en la nueva constitución, al menos en igualdad de condiciones con otras formas de organización económica destinadas también a satisfacer necesidades sociales.

Más aún, varios proyectos proponen que el texto constitucional ordene que se promueva o estimule la propiedad o economía solidaria. La propuesta se fundamenta en que no basta con reconocer su igualdad formal, sino que necesita del apoyo estatal para superar la condición de debilidad en que, con frecuencia, concurre al mercado frente al vigoroso desarrollo de la empresa privada y estatal, en razón de que esta forma de organización ha sido objeto de discriminación y abandono por parte del Estado.

"La lectura de los antecedentes y de los respectivos textos constitucionales, evidencian que el constituyente consagró como una obligación especial de los poderes públicos fomentar, fortalecer y proteger estos tipos de propiedad. El legislador no puede entonces descender la garantía especial que la Carta otorga a la propiedad solidaria y asociativa; tampoco puede la administración pasar por alto

la prioridad en su fomento y protección. Igualmente, los jueces y especialmente la jurisdicción constitucional, encargada de velar por la integridad de la Carta deben en cumplimiento de sus funciones contribuir dentro de su órbita al logro de tales propósitos." (Corte Constitucional, Sentencia C-074, de febrero 25 de 1993, Magistrado Ponente Dr. Ciro Angarita Barón).

Dichos propósitos se traducen, obviamente, en tratamientos diferenciales, de preferencia y estímulo, que exigen una legislación especial, distinta de la aplicable a otro tipo de empresas, como por ejemplo, a las de carácter comercial, por tratarse de supuestos y objetivos diferentes. Si bien este tema ha generado discrepancia normativa con la promulgación de la Carta de 1991, ella misma coincide en su filosofía y disposiciones con los mandatos del ordenamiento superior vigente, al establecer un régimen especial para el sistema cooperativo, con miras a promocionarlo y protegerlo; así lo consagra el artículo 2 de la Ley 79 de 1988:

"Artículo 2o. Declárese de interés común la promoción, la protección y el ejercicio del cooperativismo como un sistema eficaz para contribuir al desarrollo económico, al fortalecimiento de la democracia, a la equitativa distribución de la propiedad y del ingreso, a la racionalización de todas las actividades económicas y a la regulación de tarifas, tasas, costos y precios, en favor de la comunidad y en especial de las clases populares."

"El Estado garantiza el libre desarrollo del cooperativismo, mediante el estímulo, la protección y la vigilancia, sin perjuicio de la autonomía de las organizaciones cooperativas."

2.2.3 Evolución del concepto "ausencia de ánimo de lucro". Como toda institución que surge del proceso de interacción social, las cooperativas han evolucionado en sus principios y formas propias de organización, adecuando sus conceptos básicos a las exigencias de un mundo que se caracteriza por la

celeridad en los cambios de orden político, económico, social, técnico y tecnológico; si bien en su origen ellas fueron estrechamente relacionadas con determinados modelos ideológicos, especialmente con el socialismo, han demostrado una especial capacidad para adaptarse a otros, siendo reivindicadas actualmente en todo el mundo, como importantes y útiles instrumentos para contrarrestar la concentración de la propiedad, regular el mercado y redistribuir los recursos, por lo que han merecido el reconocimiento y protección constitucional en un significativo número de Estados.

Ello explica por qué su característica esencial, que en los inicios del sistema se entendía necesaria en todas y cada una de sus actuaciones, y excluyente de cualquier otra posibilidad, referida a la ausencia total del animus lucrandi en el desarrollo de sus actividades y que actualmente persista pero bajo presupuestos más flexibles, que se han ido adecuando a las necesidades que se desprenden de su condición, también esencial, de empresa.

En algunos países ese concepto básico, ausencia de ánimo de lucro, ha evolucionado de manera tal que en su acepción categórica y excluyente ha desaparecido de las correspondientes normativas; para el caso colombiano, el concepto de ausencia de ánimo de lucro se mantiene explícito en la normativa que rige el sistema cooperativo, consagrándolo de manera expresa en la legislación básica contenida en la ley 79 de 1988.

Sin embargo, él mismo no es radical y excluyente, pues si bien hace parte de las definiciones de "acuerdo cooperativo" y de cooperativa, artículos 3 y 4 de la Ley 79 de 1988, ello no puede entenderse como una restricción, que impida a las organizaciones cooperativas realizar actos mercantiles, los cuales se realizan dentro del marco señalado por la Carta Política, ya que de otra forma no podrían funcionar adecuadamente, al margen de los fines que cumplen como empresas que si bien tienen objetos propios necesitan realizar actos civiles y mercantiles para participar en la vida económica, jurídica y social.

Las cooperativas, como personas jurídicas de derecho privado, realizan, en cumplimiento de su objeto social, multiplicidad de actos jurídicos; sin embargo, no todos esos actos pueden calificarse como actos cooperativos, pues ellos están definidos expresamente en el artículo 7 de la Ley 79 de 1988:

"Artículo 7o. Serán actos cooperativos los realizados entre sí por las cooperativas, o entre éstas y sus propios asociados, en desarrollo de su objeto social."

Otros actos los realiza la cooperativa con terceros no afiliados en cumplimiento de su objeto social; en ambos casos pueden producirse, como de hecho se producen, actos comerciales, sin que con ello se desvirtúe o contraríe el objeto social de dichas empresas, o se vulnere disposición superior alguna. Así lo establece el artículo 10 de la ley 79 de 1988:

"Artículo 10. Las cooperativas prestarán preferencialmente sus servicios al personal asociado. Sin embargo, de acuerdo con sus estatutos, podrán extenderlos al público no afiliado, siempre en razón del interés social o del bienestar colectivo. En tales casos, los excedentes que se obtengan serán llevados a un fondo social no susceptible de repartición."

El destino que señala la norma citada para los excedentes obtenidos por el desarrollo de operaciones con terceros no afiliados, las cuales pueden ser de naturaleza mercantil, desde ningún punto de vista puede considerarse contrario a las disposiciones del ordenamiento superior, pues tal previsión se ajusta en todo al objeto esencial de las cooperativas, en tanto organizaciones solidarias que propenden por el interés de sus asociados.

Es esencial por lo anterior destacar el concepto de solidaridad, el cual, anota, consigna la Carta Política en su artículo 1 como principio fundamental del Estado Colombiano.

La solidaridad, dice, es elemento esencial para diferenciar entre las sociedades comerciales "...que tienen por finalidad la obtención de utilidades ilimitadas con respecto al aporte individual de capitales..." y las empresas cooperativas "...que funcionan para servir y no para ganar."

Dentro de este marco de principios y desarrollo constitucional, se deberá ejecutar el estudio de factibilidad en la creación de una Cooperativa de Egresados del SENA, en concordancia con el objeto y función que el concepto solidario imprime ha este tipo de organizaciones desde su compromiso social.

3. EL SENA Y SU LABOR SOCIAL

El SENA como institución, ha propiciado cambios sustanciales con miras a la necesidad de modernizar y reformar el sistema de formación y capacitación del talento humano.

Transformaciones motivadas por el rumbo que ha tomado la economía mundial; caracterizada por el tránsito de una economía dominada por la oferta a una economía basada en la demanda; como segunda medida, porque las reglas del mercado exigen a las empresas adoptar modelos de producción flexible que, a su vez, requieren esquemas de organización flexible y abierta que se basen en redes y equipos de trabajo, ya no en la concepción atomística y aislada del puesto de trabajo.

Este cambio institucional, consideró la transformación en el contenido de los puestos de trabajo. En un modelo de producción flexible, el individuo debe ser capaz de incorporar y aportar, cada vez más, sus conocimientos al proceso de producción y de participar en el análisis y solución de los problemas que obstaculizan el aumento de la calidad y la productividad dentro de la empresa.

El enfoque dado a la formación del egresado SENA, se ha diseñado desde la perspectiva de la oferta, con programas elaborados, aplicados y evaluados desde la academia y las áreas de recurso humano de las empresas, terminando por desaparecer los programas extensos que carecían de flexibilidad, entre otras razones, porque se habían diseñado con una sola entrada y una única salida; por la incompatibilidad que existía entre los servicios de capacitación organizados por

especialidades y, en algunos casos, hasta por puestos de trabajo y las demandas actuales de la población y la planta productiva.

El SENA ha propuesto incrementar la competencia productiva, mediante características formadoras, en cuanto al enfoque que la demanda ha impuesto al mercado laboral; basado en resultados e integrado por los mismos usuarios, posibilitando a mediano plazo una mayor coordinación institucional, así como una mayor permeabilidad entre centros de trabajo y oferta de capacitación.

Esta demostrado, que el trabajo coordinado entre Estado, empresa y comunidad, facilitan la eficiencia económica y social que tanto se requiere. Es así, que el SENA proveyendo al mercado de información veraz y oportuna sobre lo que los individuos saben hacer en el ámbito de trabajo y orientando la toma de decisiones de los agentes económicos, se ha logrado cumplir con los objetivos únicos de la institución, manifestados en los aportes concretos a la baja del índice de desempleo a nivel nacional⁹.

3.1 ESPECIALIZACION Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD

El enfoque dado a la competencia laboral, se ha relacionado con los cambios que, en diferentes ámbitos, se registran actualmente a nivel global. En particular se han asociado estas competencias¹⁰ con la estrategia para generar ventajas competitivas, con la estrategia de productividad y la gestión de recursos humanos.

Rápidamente las empresas han entendido la necesidad de prevalecer en el mercado generando ventajas competitivas; por ello, el problema puede sintetizarse en el siguiente interrogante: ¿cómo pueden diferenciarse las empresas en un

⁹ SENA. Centro de Información para el Empleo – CIE. Bucaramanga, 2005.

¹⁰ MERTENS, Leonard. Competencia Laboral, sistemas, surgimiento y modelos. Pags: 23-34. Cinterfor/OIT. Montevideo. 1997. Disponible en la Base de Datos U.I.S.

mercado tendiente a globalizarse y que facilita la difusión rápida y masiva de mejores prácticas organizativas e innovaciones tecnológicas?

Se han observado cómo las estrategias empresariales hacia la competitividad terminaron generando elementos de diferenciación a partir de su estructura organizacional y de la incorporación de elementos que antes sólo hacían parte de su entorno. Terminaron así construyendo redes de colaboración entre la función productiva y otros agentes clave como los proveedores, consultores, contratistas, clientes, trabajadores, etc.

Se crearon verdaderas estructuras virtuales en las que, lo importante no eran los activos físicos y financieros sino otros intangibles muy valiosos como el conocimiento, la formación, la capacidad de innovación, el manejo del mercado, los sistemas de motivación, etc. Uno de los componentes clave en esta arquitectura naciente es el factor humano.

La contribución que efectúan las personas y colaboradores de la organización a favor de los objetivos de la empresa. Así, se concluye que el surgimiento del enfoque de competencia laboral está relacionado plenamente con la estrategia de competitividad, dada la necesidad de la empresa por diferenciarse en el mercado a partir del desarrollo de sus recursos humanos.

3.2 EL EGRESADO SENA Y SU APOORTE PRODUCTIVO

Al referirse la institución a competencia laboral, se manifiestan elementos incorporados a la formación académica del egresado SENA, que lo distinguen dentro de la población potencialmente productiva en general.

Estas características involucran al graduado hombre y mujer, sea joven o viejo de especialidad cualquiera, en la diferenciación y significación de aplicaciones

prácticas del concepto de competencia. Se basa en un proceso, que permite al profesional identificar estas competencias, la normalización de las mismas, formarse dentro de los parámetros exigidos y su total certificación.

Dentro de los grandes aportes que el SENA ha entregado a la comunidad desde la perspectiva de identificación y certificación, ha sido el reconocimiento que las empresas han hecho a su gente, como principal fuente de diferenciación y competitividad. Se recogen cada día más, experiencias de organizaciones empresariales que orientan sus esfuerzos competitivos a fortalecer su activo humano.

El enfoque de competencias aclara notablemente el panorama para la selección de personal, el cual puede apoyarse ya no sobre diplomas sino sobre capacidades demostradas. Las nuevas líneas en materia de vinculación de personal efectivo se escriben sobre el cumplimiento de perfiles basados en competencia.

La simplificación en las atiborradas y muchas veces inoperantes descripciones de puestos se facilita enormemente con conceptos como el de los niveles de desempeño y las áreas de competencia antes que por la tradicional y desgastada forma de bautizar puestos y crear diferenciaciones innecesarias entre colaboradores que interactúan a niveles similares y con altos grados de interdependencia.

La formación de los trabajadores tiene una más fácil identificación y provisión, mediante mecanismos de evaluación de las competencias disponibles que faciliten la identificación de aquellas competencias a desarrollar y por tanto de las acciones de formación requeridas.

4. MAPA CONCEPTUAL

Este capítulo señala términos utilizados de principio a fin, en la elaboración del proyecto enunciado y aquellos que implican crítica y análisis objetivo, en las teorías y conceptos a seguir en el tema solidario.

-La cooperativa es una unión de personas económicamente débiles que suavizan la rudeza de las relaciones económicas por hábitos de ayuda mutua y de solidaridad, pero que al mismo tiempo ponen en juego el esfuerzo y la responsabilidad personal.

- SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE "SENA"

-Organizaciones de la Economía Social (OES's). Surgen cuando un grupo de personas identificadas y cohesionadas por la necesidad de enfrentar un problema se asocian para enfrentarlo sin intermediarios. El primer objetivo de estas organizaciones será entonces el de enfrentar el problema o las necesidades de quienes la constituyen, lo que no será obstáculo para proyectar sus actividades hacia terceras personas siempre que las trate con las mismas condiciones de aquellos y no obtenga, ni ella ni sus miembros, lucro de ellas.

La relación que establecen las personas con la organización puede calificarse como de uso, la organización responderá por las responsabilidades individuales que cada persona constituyente depositó en ella, socializándolas, es decir, convirtiéndolas de individuales en colectivas.

Son diversas las organizaciones de hecho y de derecho que pudieran incluirse en el conjunto de las OES's. Existe un consenso en cuanto a que ese conjunto estaría al menos integrado por las mutuales, las asociaciones y las cooperativas, tal como se precisará en el punto siguiente.

-Organizaciones con lógica de capital o de economía de capital. Surgen para satisfacer necesidades a personas diferentes de quienes constituyen la organización. Persiguen fines de lucro pues sus miembros cobran a terceros por las actividades realizadas para ellos. Sobre la lógica de la economía de capital funciona el sistema económico dominante en el mundo y su manifestación más elevada la constituye la Globalización Neo-liberal que en él se desarrolla.

-Organizaciones públicas. Sin entrar acerca de reflexiones sobre el carácter instrumental que para el dominio de clases sociales pudiese tener el Estado (propias de marxistas como Althusser o Poulanzas), puede afirmarse que las organizaciones públicas surgen para satisfacer necesidades colectivas que no pueden normalmente ser enfrentadas por las opciones mencionadas. Sobre la lógica pública se han tejido sistemas complejos que han llegado al extremo de dominar sociedades enteras bajo el rotulo de un socialismo mal entendido: el socialismo estatista.

Un sistema que por concentrar en el Estado y sus representantes todo el poder y atribuirle en exclusividad las responsabilidades socio-económicas colectivas, impidió que la gente pudiese buscar salidas diversas a sus propios problemas gracias a formulas participativas y autogestionarias como las mismas OES's. El extremo del mal uso del Estado se observó con los regimenes que hacían del Estado y su desarrollo un fin en si mismo, una suerte de corporación que justificaba cualquier medio para lograr ese tautológico fin, lo que llevó a esos estados, particularmente a la Alemania de Hitler y a la Italia de Mussolini, a los mas grandes genocidios de la historia y a su autodestrucción.

Obvio es, que cuando un estado limita sus acciones a satisfacer con la participación democrática de los afectados las necesidades colectivas de una población, los impactos de su intervención pueden ser positivos y, en algunos casos, hasta favorecer desarrollo de OES's.

-Combinación de las opciones 1 y 2. Esta opción da origen a organizaciones entre el sector de la economía social con la de capital; generalmente utiliza como mecanismos los convenios, acuerdos, la coparticipación, la codecisión, el *outsourcing*, hasta llegar en el mejor de los casos a una equitativa cogestión. Ejemplo de las relaciones sector de economía de capital – OES's se tienen en las actividades cooperativas de consumo que se abastecen con productos de empresas privadas.

-Combinación de las opciones 1 y 3. Esta opción se ocupa con la constitución de organizaciones o realización de procesos entre OES's y el sector público como la de los programas sociales públicos con participación de cooperativas. Un ejemplo de esta combinación se consigue en aquellas cooperativas que apoyan programas sociales públicos.

Esta opción constituye el eje central de las llamadas políticas de la “tercera vía”, término que se confunde con el de tercer sector de la economía o con la economía social misma, dependiendo del ámbito en el que se utilice.

-Combinación de las opciones 2ª y 3ª. Constituye la opción mas frecuente en el espectro interorganizacional de las sociedades capitalistas: organizaciones de capital y organizaciones públicas en acciones concretas. Ejemplos sobran.

-Combinación de las opciones anteriores. Ésta opción se encuentra en organizaciones que sintetizan actividades conjuntas de los tres sectores. Normalmente se impone en situaciones de emergencias socio- económicas.

Constituidas las organizaciones por cualquiera de las opciones señaladas y a lo largo de su vida activa, ellas asumen diversas vías para lograr sus objetivos. Estas vías implican desde funcionar como organizaciones de hecho o adoptar una personalidad jurídica como la de las cooperativas, por ejemplo; hasta adoptar formulas burocráticas, participativas y hasta autogestionarias de comportamiento; pasando por considerar a las comunidades en sus programas o aprovecharse egoístamente e de ellas.

5. MARCO LEGAL

La filosofía del contrato cooperativo, está consagrada en la ley, por lo que la definición de sus actos ha de encontrarse en la intención que los origina; así, se puede afirmar que ella genera excedentes y no lucro, en cuanto lo que persigue es el beneficio de todos y cada uno de los asociados sin distinguirlos por la cuantía de sus aportes, y no la obtención de una ganancia o una remuneración para su capital.

Por ello las leyes enunciadas, sirvieron como marco en la construcción y desarrollo de los objetivos propuestos. En este capítulo se delimitan las normas consultadas y estudiadas. Conforme al problema planteado y directrices de la investigación se tomaron en cuenta:

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. Se tomaron los artículos necesarios, que fundamentaran el respaldo constitucional de la actividad en general y la legalidad de la propuesta.

Artículo 58, señala de manera imperativa que el Estado protegerá y promoverá las formas asociativas y solidarias de propiedad.

Artículo 60, establece como principio rector de la actividad pública que el Estado promueva, de acuerdo con la ley, el acceso a la propiedad.

Artículo 60, inciso 2, se debe ofrecer a los trabajadores, a las organizaciones solidarias y de trabajadores, condiciones especiales para acceder a la propiedad accionaria.

Artículo 64, establece la obligación del Estado de promover el acceso progresivo, en forma individual o asociativa a la propiedad de la tierra y de prestar ciertos servicios públicos a los trabajadores del campo.

Artículo 333, inciso tercero, consagra como obligación imperativa del Estado, fortalecer las organizaciones solidarias y estimular el desarrollo empresarial.

LEY 79 DE DICIEMBRE 23 DE 1988. La cual permite adoptar al sector cooperativo de un marco propicio para su desarrollo como parte fundamental de la economía nacional, de acuerdo con los siguientes objetivos:

ARTICULO 1o. "El propósito de la presente ley es":

1. Facilitar la aplicación y práctica de la doctrina y los principios del cooperativismo.
2. Promover el desarrollo del derecho cooperativo como rama especial del ordenamiento jurídico general.
3. Contribuir al fortalecimiento de la solidaridad y la economía social.
4. Contribuir al ejercicio y perfeccionamiento de la democracia, mediante una activa participación.
5. Fortalecer el apoyo del Gobierno Nacional, Departamental, y Municipal al sector cooperativo.
6. Propiciar la participación del sector cooperativo en el diseño y ejecución de los planes y programas de desarrollo económico y social, y

7. Propender al fortalecimiento y consolidación de la integración cooperativa en sus diferentes manifestaciones.

LEY 454 DE 4 DE AGOSTO 1998. Por la cual se determina el marco conceptual que regula la economía solidaria, se transforma el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas en el Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria, se crea la Superintendencia de la Economía Solidaria, se crea el Fondo de Garantías para las Cooperativas Financieras y de Ahorro y Crédito, se dictan normas sobre la actividad financiera de las entidades de naturaleza cooperativa y se expiden otras disposiciones. A continuación se transcriben artículos referentes al tema investigado:

Artículo 39. Actividad financiera y aseguradora. El artículo 99 de la Ley 79 de 1988 quedará así: La actividad financiera del cooperativismo se ejercerá siempre en forma especializada por las instituciones financieras de naturaleza cooperativa, las cooperativas financieras, y las cooperativas de ahorro y crédito, con sujeción a las normas que regulan dicha actividad para cada uno de estos tipos de entidades, previa autorización del organismo encargado de su control.

Las cooperativas multiactivas o integrales podrán adelantar la actividad financiera, exclusivamente con sus asociados mediante secciones especializadas, bajo circunstancias especiales y cuando las condiciones sociales y económicas lo justifiquen, previa autorización del organismo encargado de su control.

La actividad aseguradora del cooperativismo se ejercerá siempre en forma especializada por las cooperativas de seguros y los organismos cooperativos de segundo grado e instituciones auxiliares del cooperativismo de seguros.

Para efectos de la presente ley se entenderá como actividad financiera la captación de depósitos, a la vista o a término de asociados o de terceros para colocarlos nuevamente a través de préstamos, descuentos, anticipos u otras operaciones activas de crédito y, en general, el aprovechamiento o inversión de los recursos captados de los asociados o de terceros. Solamente las cooperativas financieras podrán prestar servicios a terceros no asociados.

Parágrafo. En concordancia con las previsiones del artículo 335 de la Constitución Política, la Superintendencia encargada de la vigilancia de la entidad infractora, adelantará las medidas cautelares establecidas en el numeral 1° del artículo 108 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero respecto de las entidades que adelanten actividad financiera sin haber recibido la autorización pertinente, sin perjuicio de lo previsto en el numeral 3° del artículo 208 del mismo ordenamiento.

Artículo 42. Aportes sociales mínimos. Las cooperativas financieras deben acreditar y mantener un monto mínimo de aportes sociales pagados equivalente a una suma no inferior a mil quinientos millones de pesos (\$1.500.000.000).

Las cooperativas de ahorro y crédito y las cooperativas multiactivas e integrales con secciones de ahorro y crédito, deberán acreditar y mantener un monto mínimo de aportes sociales pagados no inferior a quinientos millones de pesos (\$500 millones).

El Gobierno Nacional podrá establecer montos mínimos inferiores a los señalados en este artículo, teniendo en cuenta el vínculo de asociación, y la insuficiencia de servicios financieros en el área geográfica de influencia. En todo caso, el ejercicio de esta facultad deberá responder a la fijación de criterios generales aplicados a las cooperativas que se ajusten a ellos.

Parágrafo 1o. En concordancia con lo dispuesto en la Ley 79 de 1988 deberá establecerse en los estatutos que los aportes sociales no podrán reducirse respecto de los valores previstos en el presente artículo.

Parágrafo 2o. Las cooperativas que adelanten actividad financiera en los términos de la presente ley, se abstendrán de devolver aportes cuando ellos sean necesarios para el cumplimiento de los límites previstos en el presente artículo así como de los establecidos en las normas sobre, margen de solvencia.

Parágrafo 3o. El monto mínimo de capital previsto por este artículo deberá ser cumplido de manera permanente por las entidades en funcionamiento.

Parágrafo 4o. Los valores absolutos indicados en este artículo se ajustarán anual y acumulativamente a partir de 1999, mediante la aplicación de la variación del índice de precios al consumidor, total ponderado, que calcula el DANE.

LEY 510 DE AGOSTO 1999. Por la cual se dictan disposiciones en relación con el sistema financiero y asegurador, el mercado público de valores, las Superintendencias Bancaria y de Valores y se conceden unas facultades enunciadas a continuación:

Artículo 19. Modifícase el artículo 113 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero de la siguiente forma:

1. Adiciónase un primer inciso al artículo 113 cuyo texto es el siguiente:

Sin perjuicio de las medidas que las entidades financieras deban adoptar en cumplimiento de las disposiciones que dicte el Gobierno Nacional en ejercicio de las facultades que le confiere el artículo 48, literal i), de este Estatuto, la

Superintendencia Bancaria podrá adoptar individualmente las medidas previstas en los numerales 1, 2, 3, 4, 5, 6, y 7 de este artículo.

1. Adiciónase el artículo 113 con los siguientes numerales:

6. Programa de recuperación. El programa de recuperación es una medida encaminada a evitar que una entidad sometida al control y vigilancia de la Superintendencia Bancaria incurra en causal de toma de posesión de sus bienes, haberes o negocios o para subsanarla. En virtud de dicha medida, la entidad afectada deberá adoptar y presentar a la Superintendencia Bancaria un plan para restablecer su situación a través de medidas adecuadas, de conformidad con las disposiciones que dicte el Gobierno Nacional.

1. Sin perjuicio de lo establecido en el numeral 6 del artículo 13 de la Ley 454 de 1998, las instituciones financieras de naturaleza cooperativa sujetas al control y vigilancia de la Superintendencia Bancaria podrán convertirse en sociedades anónimas, en circunstancias excepcionales y con autorización previa de la Superintendencia Bancaria, mediante reforma estatutaria adoptada por su asamblea general. En este caso, los asociados recibirán acciones en proporción a sus aportes en la fecha de la respectiva asamblea que determina la conversión.

Artículo 113. El artículo 43 de la Ley 454 de 1998 quedará así:

Las cooperativas de ahorro y crédito y las multiactivas e integrales con sección de ahorro y crédito estarán obligadas a mantener como máximo una relación de 1 a 3 entre sus aportes sociales pagados y sus captaciones.

El incumplimiento de esta norma dará lugar a la imposición de las correspondientes sanciones por parte de la Superintendencia de la Economía Solidaria, de acuerdo con la reglamentación que para el efecto expida el Gobierno Nacional.

Las cooperativas que a la fecha de expedición de esta ley tengan una relación entre sus aportes sociales pagados y sus captaciones superior a la señalada en este artículo, deberán presentar a la Superintendencia de la Economía Solidaria un plan de ajuste que contemple el incremento de los aportes sociales o la disminución en los ahorros hasta que se logre el cumplimiento de la relación establecida o la conversión en cooperativas financieras. El plazo para la presentación del plan de ajuste será de tres (3) meses a partir de la expedición de la ley, y el plan mismo no deberá ir más allá de un (1) año después de expedida la ley. En caso de incumplimiento del plan, la Superintendencia de Economía Solidaria adoptará los procedimientos administrativos que aseguren el cumplimiento del presente artículo, sin perjuicio de las sanciones a que haya lugar.

Cuando quiera que una cooperativa de ahorro y crédito registre durante dos meses consecutivos un monto de captaciones superior en dos (2) veces a los aportes mínimos requeridos para una cooperativa financiera, deberá solicitar autorización para su conversión en cooperativa financiera.

ACUERDO 007 DE JUNIO DEL 2005. Por el cual se establece el reglamento interno del Fondo Emprender y se derogan los Acuerdos números 007 y 0015 de 2004. El Consejo Directivo del Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, en ejercicio de las facultades legales que le confiere el parágrafo del artículo 40 de la Ley 789 de 2002, el Decreto 249 de 2004 y en desarrollo de lo dispuesto en los artículos 4º y 5º del Decreto 934 de 2003.

Artículo 1º. Establecer el reglamento interno del Fondo Emprender el cual quedará así:

CAPITULO I

Beneficiarios y recursos del Fondo Emprender

Artículo 2°. Beneficiarios. Podrán acceder a los recursos del Fondo Emprender, los ciudadanos colombianos, mayores de edad, que estén interesados en iniciar un proyecto empresarial en cualquier región del país y que acrediten, al momento del aval del plan de negocios, alguna de las siguientes condiciones:

1. Alumno Sena que haya finalizado la etapa lectiva de un programa de formación.
2. Alumnos o egresados de cursos Sena de poblaciones especiales que contemplen un componente de práctica, que haya alcanzado el 50% de la duración del programa. Para el caso de los egresados la certificación se deberá haber obtenido dentro de los últimos 24 meses.
3. Alumnos Sena que hayan obtenido certificación en una salida parcial, cuya duración sea mínima de 440 horas y la certificación se haya obtenido dentro de los últimos 24 meses.
4. Egresado con certificación de aprobación, emitida por el Sena y/o entidad educativa aprobada por el Estado, de un (1) curso o programa de formación profesional integral con una duración no inferior a 500 horas, que haya culminado y obtenido la certificación dentro de los últimos 24 meses.
5. Estudiante que se encuentre cursando los dos (2) últimos semestres en un programa de educación superior reconocido por el Estado de conformidad con las

Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994 y demás que las complementen, modifiquen o adicionen.

6. Personas que hayan concluído materias, dentro de los últimos doce (12) meses, de un programa de educación superior reconocido por el Estado de conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994 y demás que las complementen, modifiquen o adicionen.

7. Profesional universitario cuyo primer título haya sido obtenido durante los últimos 24 meses, de un programa de educación superior reconocido por el Estado de conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994 y demás que las complementen, modifiquen o adicionen.

Parágrafo. La presentación de un plan de negocio podrá realizarse de manera individual o asociativa. En el caso de las asociaciones estas tendrán que estar integradas por lo menos por el 51% de aprendices; el resto de la asociación podrá integrarse con los demás beneficiarios de que trata el artículo 2º del presente acuerdo.

Artículo 3º. Recursos. El Fondo Emprender se regirá por el derecho privado, y su presupuesto estará conformado por el 80% de la monetización de la cuota de aprendizaje, incluidos los ingresos por intereses por mora, multas por mora en monetización y las multas por no contratación de aprendices; así como por los aportes del presupuesto general de la nación, recursos financieros de organismos de cooperación nacional e internacional, recursos financieros de la banca multilateral, recursos financieros de organismos internacionales, recursos financieros de fondos de pensiones y cesantías, recursos de fondos de inversión públicos y privados, donaciones y rendimientos financieros generados por los recursos del fondo.

Parágrafo. Los entes gubernamentales del territorio nacional, podrán aportar recursos de su presupuesto para que sean parte del Fondo Emprender, con el propósito de financiar planes de negocio que sean viables y propicien el desarrollo socioeconómico de su región, de acuerdo con los lineamientos que para tal fin, establezca el Director General del Sena.

Artículo 4°. Calidad de los recursos. De conformidad con lo señalado en el artículo 40 de la Ley 789 de 2002, los recursos entregados por el Fondo Emprender tendrán la calidad de capital semilla, no reembolsable, siempre y cuando la destinación que se les dé, corresponda a lo establecido en el plan de negocios aprobado por el Consejo Directivo del Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, en su calidad de Consejo de Administración del Fondo Emprender y cumpla con los indicadores de gestión formulados en el mismo.

LEY 275 DE 1999. Por la cual se señala la actividad financiera del cooperativismo en Colombia y decreta:

ACTIVIDAD FINANCIERA DEL COOPERATIVISMO. Superintendencia de Economía Solidaria. Supervisión de entidades sometidas. Define la actividad financiera del cooperativismo, señala las entidades sometidas a la supervisión de la Superintendencia de Economía Solidaria que pueden ejercer la actividad financiera. También define las relaciones entre captaciones y aportes, el concepto de especialización, el de conversión y las excepciones a los montos mínimos legales. (Circular 01 27 de octubre de 1999 Superintendencia Economía Solidaria. Tomado de Fax Derecho Vigente No. 275 / 99).

COOPERATIVAS. Actividades de Supervisión. Intervención por Dansocial. Superintendencia de Economía Solidaria. Solicitud de informes a Cooperativas intervenidas. Señala que en relación con las actividades de supervisión de las cooperativas que fueron objeto de intervención por parte de Dansocial y que ahora

han pasado a la vigilancia de la Superintendencia de Economía Solidaria, se hace necesario solicitar a los agentes especiales, liquidadores, contralores y revisores fiscales de esas entidades un informe inicial que permita conocer la situación actual y las perspectivas de estos procesos (Circular 02 del 5 de noviembre de 1999 Superintendencia Economía Solidaria. Tomado de Fax Derecho Vigente No. 275 / 99).

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA SOLIDARIA. Actos que requieren registro e inscripción. Señala que los actos de registro e inscripción a los actos y documentos respecto de los cuales la ley exige esa formalidad, para las entidades sometidas a la supervisión de la Superintendencia de Economía Solidaria, los continuarán realizando las Cámaras de Comercio. (Circular 04 del 8 de noviembre de 1999 Superintendencia Economía Solidaria. Tomado de Fax Derecho Vigente No. 275 / 99).

SUPERINTENDENCIA GENERAL DE PUERTOS. Creación del Centro de Monitoreo de Información. Entrega de información por entes vigilados respecto del año 2000. Crea el Centro de Monitoreo de la Superintendencia General de Puertos, señala sus funciones y ordena el cumplimiento de la entrega de una información a los entes vigilados por la misma entidad con respecto al año 2000. (Resolución 1000 del 8 de noviembre de 1999 Superintendencia General de Puertos. Tomado de Fax Derecho Vigente No. 275 / 99).

GOBIERNO NACIONAL. Garantía de pago de entidades estatales. Operaciones de crédito público externo e interno. Amplía las autorizaciones conferidas al Gobierno Nacional para celebrar operaciones de crédito público externo e interno y operaciones asimiladas a las anteriores, así como garantizar obligaciones de pago de otras entidades estatales. (Ley 533 del 12 de noviembre de 1999 Congreso de la República. Tomado de Fax Derecho Vigente No. 275 / 99).

FIJACIÓN DE REQUISITOS PARA CONSTITUCIÓN Y EJERCICIO DE COOPERATIVAS. Regulación de aportes sociales mínimos. Fija los requisitos para la constitución y autorización para el ejercicio de la actividad financiera de las cooperativas de ahorro y crédito y las multiactivas o integrales con sección de ahorro y crédito sometidas a la inspección, control y vigilancia de la Superintendencia de la Economía Solidaria. También reglamenta lo relativo a los aportes sociales mínimos. (Resolución 162 del 12 de noviembre de 1999 Superintendencia de Economía Solidaria. Tomado de Fax Derecho Vigente No. 277 / 99).

SUPERINTENDENCIA DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA. Suspensión de Términos en asuntos de su competencia Suspende a partir del 17 de noviembre de 1999 y por un lapso de 20 días los términos de todos los asuntos relacionados con el control, inspección y vigilancia que sean competencia de la Superintendencia de la Economía Solidaria que estaban siendo conocidos por el Departamento Administrativo de Economía Solidaria –Dansocial-, según lo establecido en la Ley 454 de 1998. (Resolución 165 del 17 de noviembre de 1999 Superintendencia de Economía Solidaria. Tomado de Fax Derecho Vigente No. 276 / 99).

6. DISEÑO METODOLÓGICO

6.1 TIPO DE ESTUDIO

Como herramienta indispensable en el análisis y desarrollo de la propuesta, se sujetaron los objetivos a seguir al estudio y evaluación de la teoría descriptiva, en la investigación. Con criterios a observar concernientes al índice de desempleo en Bucaramanga para lo que va transcurrido del año 2005, y el total de egresados del SENA en Santander para el período 2004, soportándolos con los datos arrojados por la encuesta aplicada a veinte (20) egresados SENA.

6.2 UNIVERSO Y MUESTRA DEL ESTUDIO

Como fundamento para el desarrollo del presente estudio y sus objetivos, se tomaron como universo y muestra, veinte egresados SENA, desempleados, a quienes se les aplicó el cuestionario diseñado para la descripción de los motivos por los que se requiere la constitución de una cooperativa. De igual manera, se observó la tasa de desempleo del área Metropolitana de Bucaramanga, que al cierre del primer trimestre de 2005, registró según la encuesta continúa de hogares (DANE) una tasa de desempleo del 18.8%, superior en 3,6 puntos a la registrada en igual período del año 2004.

De igual forma se analizó el número de egresados del SENA por especialidades, que ascendió en el 2004 a los dos mil trescientos (2300) nuevos técnicos, operarios y tecnólogos que hicieron parte de la fuerza productiva laboral a nivel regional y nacional. Conforme a este referente, se describieron las posibles circunstancias por las que gran número de egresados del SENA, no han logrado sus expectativas laborales.

6.3 TÉCNICA E INSTRUMENTOS

La información que sustentó la viabilidad de la investigación se analizó desde la descripción cuantitativa y cualitativa de los datos obtenidos conforme al cuestionario aplicado a 20 egresados del SENA.

6.31 Fuentes primarias. Información obtenida a través de los cuestionarios aplicados a egresados SENA, en sus diferentes especialidades. Anexo

6.3.2 Fuentes secundarias. Datos estadísticos sobre índice de desempleo (DANE), y datos estadísticos de egresados SENA.

Bibliografía legal-administrativa que permitiera la sana crítica de la propuesta y sustentará el desarrollo de los objetivos enunciados.

Bibliografía regional, social, política, filosófica y económica, que sirvieran como marco en la contextualización del problema.

6.4 CRITERIOS DE INCLUSIÓN

Para la aplicación y lectura de datos de los cuestionarios aplicados se tomo en cuenta:

- Egresados del SENA
- Egresados del SENA, actualmente ocupados o desocupados
- Egresados del SENA. Regional Santander.

6.5 CRITERIOS DE EXCLUSIÓN

Dentro del análisis particular se excluyeron:

- Personal no egresado del SENA

6.6 VARIABLES ANALIZADAS

1. Actualmente se encuentra: Ocupado _____ Desocupado _____

Este ítem, permitió establecer la necesidad en la comunidad de egresados, de una alternativa que les permita solucionar el problema acaecido actualmente por su condición de desempleados.

2. ¿Cuánto lleva desempleado? Menos de un año _____, Un año _____, Más de un año _____

Esta pregunta estableció, la urgencia con que se deben crear políticas de desarrollo y sostenibilidad en el campo social; con la participación oportuna del sector privado, que en lo referente incluye la propuesta de creación de una cooperativa.

3. La propuesta de creación de una cooperativa significa para usted:

Trabajo _____ Progreso _____ Solidaridad _____ Salario _____

Ninguna de las anteriores _____

El sondeo que se hizo en este ítem, implica en el encuestado la estimación de conceptos de tipo estatal, social, político económico, lo cual genera en el individuo expectativas en cuanto la finalidad y contribución a su calidad de vida, la constitución de esta cooperativa.

4. ¿Está dispuesto a entregar aportes en beneficio de la cooperativa?

Si _____ No _____

Esta pregunta, indago la credibilidad y apoyo que se tiene en este tipo de propuesta y el respeto y respaldo a la institución SENA.

5. ¿Se ha desempeñado laboralmente, según su especialidad?

Si _____ No _____

Aquí se recogió un dato a proyectar en el futuro estudio de factibilidad, puesto que implica el análisis de especialidades a promocionar en los servicios a ofrecer por la cooperativa.

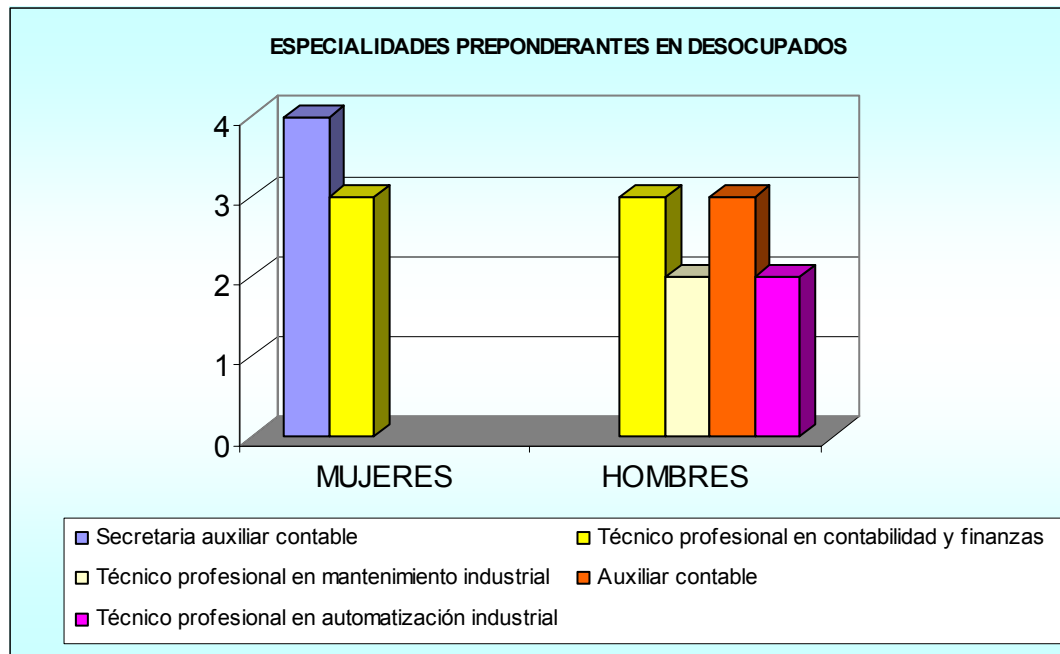
6.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS

1. Actualmente se encuentra: Ocupado _____ Desocupado _____

A la alternativa desocupado contestaron 10 hombres con edad promedio de 29 años y 7 mujeres con edad promedio de 32 años; con especialidades preponderantes en:

ESPECIALIDADES PREPONDERANTES EN DESOCUPADOS	MUJERES	HOMBRES
Secretaria auxiliar contable	4	
Técnico profesional en contabilidad y finanzas	3	3
Técnico profesional en mantenimiento industrial		2
Auxiliar contable		3
Técnico profesional en automatización industrial		2

Figura 1. Especialidades preponderantes en desocupados

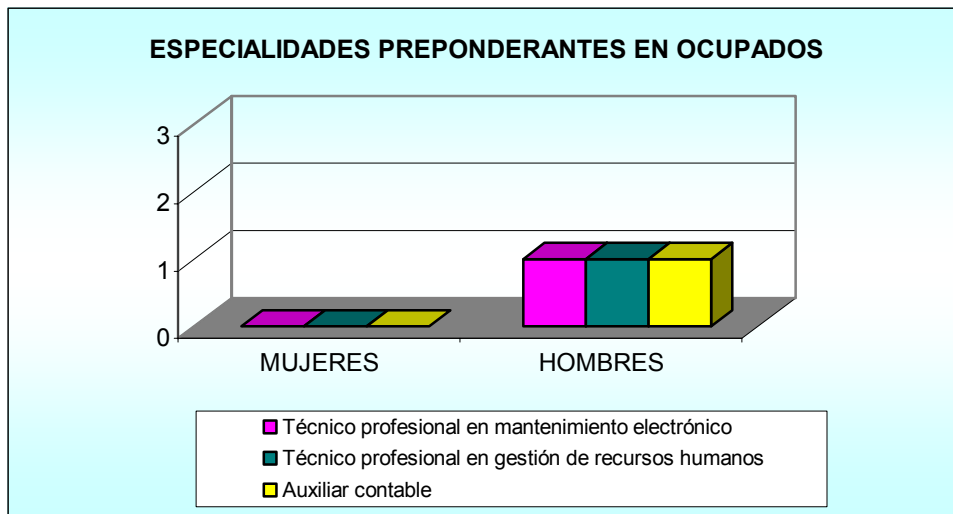


Fuente: Autor del proyecto

A este mismo ítem, fueron 3 los hombres que contestaron ocupado, con edad promedio de y especialidad en:

ESPECIALIDADES PREPONDERANTES EN OCUPADOS	MUJERES	HOMBRES
Técnico profesional en mantenimiento electrónico	0	1
Técnico profesional en gestión de recursos humanos	0	1
Auxiliar contable	0	1

Figura 2. Especialidades preponderantes en ocupados



Fuente: Autor del proyecto

2. ¿Cuánto lleva desempleado? Menos de un año _____, Un año _____, Más de un año _____

	MUJERES	HOMBRES
Menos de un año	7	7
Un año	0	3

Figura 3. Tiempo de desempleo



Fuente: Autor del proyecto

3. La propuesta de creación de una cooperativa significa para usted:

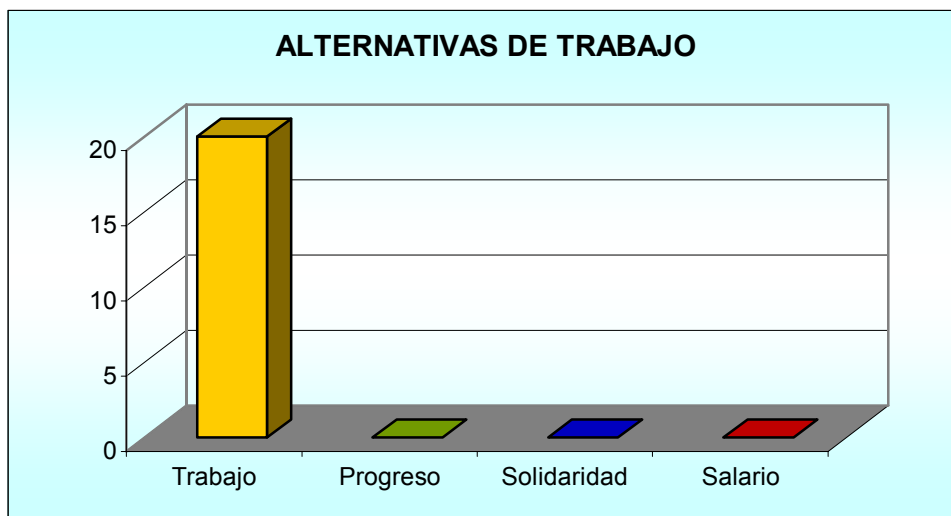
Trabajo _____ Progreso _____ Solidaridad _____ Salario _____

Ninguna de las anteriores _____

La respuesta en esta pregunta fue definitiva, de 20 encuestados, los 20 contestaron la alternativa TRABAJO.

Pregunta	Encuestados
Trabajo	20
Progreso	0
Solidaridad	0
Salario	0

Figura 4. Alternativas de trabajo



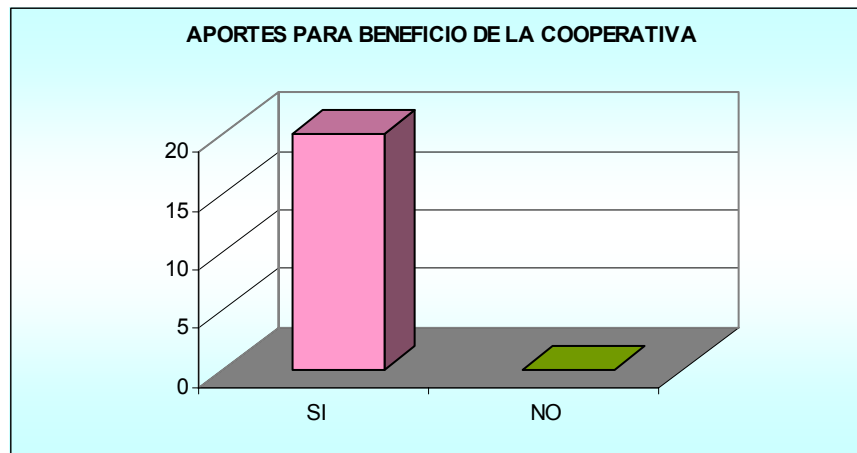
Fuente: Autor del proyecto

4. ¿Está dispuesto a entregar aportes en beneficio de la cooperativa?

Si _____ No _____

Pregunta	Encuestados
SI	20
NO	0

Figura 5. Aportes para beneficio de la Cooperativa



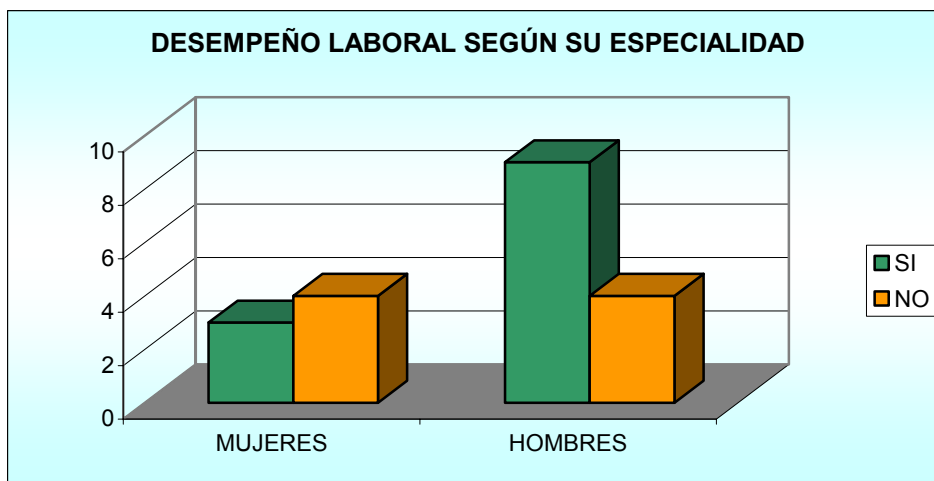
Fuente: Autor del proyecto

5. ¿Se ha desempeñado laboralmente, según su especialidad?

Si _____ No _____

Pregunta	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
SI	3	9	12
NO	4	4	8

Figura 6. Desempeño laboral según su especialidad



Fuente: Autor del proyecto

7. PROPUESTA A FUTURO DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD A REALIZAR EN EL DEPARTAMENTO DE SANTANDER CON MIRAS A LA CREACIÓN DE UNA COOPERATIVA DE EGRESADOS SENA

El estudio de mercados permitirá establecer las cantidades del servicio, procedentes del proyecto, que las empresas y personas residentes en el departamento de Santander estarían en disposición de adquirir a determinado precio. Además facilitará el conocimiento de las necesidades y características de los consumidores potenciales, de los canales de distribución, estrategias de promoción y publicidad, evolución de la demanda, condiciones de proveedores, etc.

7.1 OBJETIVOS

Los principales objetivos que se van a alcanzar a través del estudio a aplicar son los siguientes:

7.1.1 General. Para dar cumplimiento a las expectativas creadas, se planteará el siguiente objetivo.

Realizar una investigación de mercados para la obtención de información necesaria con el fin de determinar y evaluar las características de mercadotecnia que caracterizan el sector donde se desarrollara el servicio.

7.1.2 Específicos. Se formularán los siguientes objetivos específicos para dar cumplimiento al objetivo general.

- Realizar un análisis de la demanda mediante la aplicación de encuestas para conocer toda la información referente a sus preferencias, necesidades, sector, demografía, nivel de ingresos y capacidad de compra, enfocados al servicio que se va a ofrecer.
- Realizar un análisis acerca de la oferta tanto a nivel del servicio ofrecido como el servicio prestado por otras empresas a fin de determinar ventaja, desventajas, así como también la capacidad de competitividad.
- Conocer los sistemas de fijación de precios existentes y seleccionar el sistema más conveniente para la prestación del servicio a ofrecer, teniendo en cuenta como base primordial las características propias y el tipo del mercado en el cual se inserta el servicio.
- Seleccionar la mejor estrategia de promoción y publicidad para ofrecer el servicio con la opción que se ajuste a los recursos destinados para tal fin y que sea eficaz en cuanto al propósito de publicitarlo.
- Estudiar las diversas clases de canales de distribución, para escoger el más conveniente de acuerdo a las características del mercado y del servicio a ofrecer.

7.1.3 Descripción del servicio . El servicio a ofrecer por la Cooperativa de Egresados del SENA, se basará en la asistencia técnica, operaria y tecnológica en aquellas especializaciones dirigidas a minimizar los problemas que con mayor frecuencia presenta el sector industrial y comercial en todo el Departamento santandereano.

7.1.4 Definición, usos y especificaciones del servicio El servicio que se prestará en la nueva cooperativa tendrá los siguientes usos para las empresas del sector.

Usos del servicio.

- Realizar asistencias técnicas, operarias y tecnológicas, a todas las empresas vinculadas al sector económicamente productivo del Departamento, conforme a la necesidad presentada de forma específica en cada una de ellas.
- Elaborar convenios contractuales, con aquellas empresas que requieran personal de tiempo completo.
- Delegar a manos expertas las actividades más importantes en el crecimiento de la empresa como lo son las actividades de tipo legal y financiero.
- Estimular la capacitación y actualización de los socios vinculados a la cooperativa.

7.1.5 Productos sustitutos. En la competencia se ofrecen otros servicios similares en algunas características pero que no se consideran de igual especificación, por lo tanto serán sustitutos indirectos.

En cuanto a la parte tecnológica se hace referencia como producto sustituto la empresa Coomeva, conocida en el mercado con muchos años de experiencia en el campo cooperativo y su experiencia en la prestación de servicios financieros, médicos y su más reciente departamento, denominado servicios compartidos, el cual tiene como objeto, brindar asistencia técnica, operaria y tecnológica a la empresa santandereana. Por otra parte, se tienen los grupos de profesionales

independientes que ofrecen servicios de este tipo y se encuentran registrados en el directorio telefónico.

7.1.6 Servicios complementarios. Se considerarán los siguientes servicios, prestados por otras empresas:

Directorio telefónico guía empresarial, en donde se encuentran registrados los datos personales y profesionales de todas las personas capacitadas en ofrecer el servicio.

7.1.7 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia.

Los servicios técnicos, operarios y tecnológicos, contemplados para la ejecución del futuro proyecto, presentarán las siguientes diferencias con los ofrecidos por la competencia:

- Alta calidad en el servicio, al ser prestado por personal idóneo y suficientemente capacitado y asistencia profesional en aquellas áreas estrictamente especializadas conforme al perfil del egresado del SENA.
- Los servicios se ofrecerán con seriedad, compromiso, técnica, conocimiento, cumplimiento y respaldo en su imagen corporativa.

7.2 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

7.2.1 Mercado potencial. El mercado potencial con que contará la nueva cooperativa, está conformado por todo el sector económico representado por las empresas industriales, comerciales y de servicios ubicados en el Departamento de Santander.

7.2.2 Mercado objetivo . El mercado objetivo a tomar en el futuro proyecto, está compuesto por las empresas y establecimientos comerciales destinados según su objeto social a la transformación, comercialización y venta de servicios ubicadas en la ciudad de Bucaramanga.

Se escogen las empresas cuya mayor actividad económica este dirigida al sector industria, comercio y servicios, con asistencia técnica en sus áreas, administrativas, contables, financieras, manejo de recurso humano, apoyo en los departamentos de mercadeo, ventas, operaciones logísticas, asistencia y mantenimiento de equipos en general y todo lo concerniente al proceso manufacturero de las diferentes actividades desarrolladas en el municipio de Bucaramanga.

Se considerará este sector como mercado objetivo, con base a los índices de desarrollo económico departamental, atribuidos en gran parte, a la actividad empresarial agrupada en este municipio.

7.3 LA DEMANDA

7.3.1 Investigación de mercados. Esta se iniciará con el planteamiento del problema, que conlleva a la necesidad de la información requerida para adelantar la investigación.

- **Planteamiento del problema.** La investigación de mercados es la función que relaciona al consumidor, al cliente y al público a través de la información que se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del mercado. Esta a su vez se convierte en un enfoque sistemático y objetivo en el desarrollo y suministro de información para el proceso de toma de decisiones.

Por lo anterior, se hará necesario, resolver el problema correspondiente a la carencia y a la poca o deficiente información que se tienen en la comercialización de esta clase de servicios, fundamental para el desarrollo de este tipo de investigaciones; ya que no se tienen estudios similares ó documentos especializados que permitan tomar o vislumbrar algún tipo de decisión que corresponda a los objetivos e intereses del estudio de mercados. Ante esto se debe construir y conformar la información requerida para dar satisfacción a los parámetros requeridos en el estudio.

Es importante agregar que toda información a recopilar en la proyección de la cooperativa será procesada, analizada y utilizada, de lo contrario perdería importancia todo el esfuerzo que se hará al respecto.

- Necesidad de información . La siguiente información, será la requerida, para el desarrollo de los objetivos del estudio a realizar:

a) Información sobre la demanda, para conocer el perfil del consumidor e identificar las necesidades sobre las características del servicio que se desea.

b) Información sobre la demanda insatisfecha, para conocer variables que identifiquen el descontento de la población con respecto al servicio que se prestará.

c) Información sobre la oferta, para conocer las demás empresas, que ofrecen actualmente servicios similares, identificando sus características y forma de prestar el servicio.

d) Información sobre el mercado objetivo, para caracterizar y distinguir este mercado del potencial y así delimitar el servicio a ofrecer.

e) Información sobre el canal de comercialización, publicidad y promoción, para conocer las expectativas de los clientes, y así utilizar los medios adecuados para ofrecerles el servicio.

f) Información sobre el costo del servicio y la disponibilidad económica, para poder brindarles un servicio ideal a precios razonables.

g) Información sobre la evolución histórica de la demanda y la oferta, para comprender y conocer las tendencias futuras de este sector y clase de servicios.

- **Ficha técnica.** Para el desarrollo de la investigación, se diseñará la siguiente ficha técnica donde se consideran el tipo y el método de investigación, al igual que la técnica de recolección de información, instrumento y modo de aplicación; también se indicará el proceso de muestreo a utilizar y sus características.

Tipo de investigación	<ul style="list-style-type: none"> - Exploratorio: permitirá al investigador familiarizarse con el fenómeno que se investiga. - Descriptivo: permitirá identificar características del universo investigado, señala formas de conducta, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba asociación entre variables.
Método de Investigación	<ul style="list-style-type: none"> - Inductivo: proceso de conocimiento que se iniciará por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales que podrán ser aplicadas a situaciones similares a la observada. - Deductivo: proceso de conocimiento que se iniciará con la observación de fenómenos generales con el propósito de señalar las verdades particulares contenidas explícitamente en la situación general. - Análisis: proceso de conocimiento que se iniciará por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad. De esa manera se establecerá la relación causa - efecto entre los elementos que compondrán el objeto de la investigación. - Síntesis: proceso de conocimiento que procederá de lo simple a lo complejo, de la causa a los efectos, de la parte al todo, de los principios a las consecuencias.

Fuentes de Información	- Primarias: Aplicación de encuesta - Secundarias: Directorio telefónico de la ciudad, Cámara de Comercio, DANE, DIAN, Super Intendencia de Industria y Comercio, SENA, revistas, proyectos, libros, internet, etc.
Técnica de recolección de información	Encuesta
Instrumento	Cuestionario
Modo de aplicación	Directa
Definición de Población	Elemento: Se tomarán 100 empresas destinadas a la transformación y comercialización de productos y servicios e inscritas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga.
Proceso de muestreo	Muestreo aleatorio simple
Marco muestral	Empresas productoras, comercializadoras de bienes y servicios inscritas en Cámara de Comercio, en un período de 10 años atrás.
Alcance	Bucaramanga
Tiempo de aplicación	Mes de Enero del año 2006

7.4 LA OFERTA

7.4.1 Necesidades de información . Se requerirá conocer de fuentes primarias la siguiente información para determinar características de la competencia.

- a) Información sobre la oferta en el mercado, para conocer el perfil del competidor e identificar sus debilidades y fortalezas en el servicio que oferta.
- b) Información para conocer los establecimientos que ofrecen actualmente servicios similares, e identificar su dotación física.
- c) Información sobre el canal de comercialización, publicidad y promoción que utilizan para promover los servicios que ofrecen.

d) Información sobre la evolución histórica del servicio que ofrecen, para conocer la tendencia de esta clase de servicios.

e) Información para conocer los beneficios que han tenido las empresas cuando han ofrecido esta clase de servicios.

f) Información para identificar, de acuerdo a la experiencia de administradores o propietarios de esta clase de establecimientos, como son las preferencias y gustos de los clientes.

7.4.2 Ficha técnica. La investigación sobre la oferta se diseñará con base a la siguiente ficha técnica, donde se considerará el tipo y el método de investigación, al igual que la técnica de recolección de información, instrumento y modo de aplicación; también se indicará el proceso de muestreo a utilizar y sus características.

Tipo de investigación	<ul style="list-style-type: none">- Exploratorio: permitirá al investigador familiarizarse con el fenómeno; no que se investiga.- Descriptivo: permitirá identificar características del universo investigado, señalando formas de conducta, estableciendo comportamientos concretos y descubriendo y comprobando la asociación entre las variables.
Método de Investigación	<ul style="list-style-type: none">- Inductivo: proceso de conocimiento que se iniciará por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales que pueden ser aplicadas a situaciones similares a la observada.- Deductivo: proceso de conocimiento que se iniciará con la observación de fenómenos generales con el propósito de señalar las verdades particulares contenidas explícitamente en la situación general.- Análisis: proceso de conocimiento que se iniciará por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad. De esa manera se establecerá la información y relación causa-efecto entre los elementos que conformarán el objeto de investigación.- Síntesis: proceso de conocimiento que procederá de lo simple a lo complejo, de la causa a los efectos, de la parte al todo, de los principios a las consecuencias.

Fuentes de Información	- Primarias: Entrevista
Técnica de recolección de información	Entrevista
Instrumento	Preguntas de conducción
Modo de aplicación	Directa
Definición de Población	Se estudiarán las empresas que prestan servicios técnicos, operativos y tecnológicos, y se encuentren registradas en el directorio telefónico de la ciudad
Proceso de muestreo	Selección al azar
Marco muestral	Empresas, que prestan servicios técnicos, operativos y tecnológicos, y se encuentren registradas en el directorio telefónico de Bucaramanga para el período 2006.
Alcance	Bucaramanga
Tiempo de aplicación	Mes de enero del año 2006

7.5 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA

Para determinar las características propias de la cooperativa, se tendrá en cuenta la población objetivo, la comercialización y promoción de servicios de las empresas, lo cual cobra mayor importancia, donde el gran nivel de competitividad y el afán por formar parte de un mercado se convierte en principal meta para mantenerse o ingresar en él.

Se podrá precisar, por la investigación de mercados, que hay una demanda insatisfecha en la ciudad por la carencia de una cooperativa debidamente especializada en ofertar esta clase de servicios.

En conclusión se podrá precisar, si existe una relación demanda y oferta que le de factibilidad a la creación de una Cooperativa de Egresados del SENA,

especializada en la prestación de servicios técnicos, operativos y tecnológicos en la ciudad de Bucaramanga, con miras a dar cobertura a todo el departamento de Santander.

7.6 CANAL DE COMERCIALIZACIÓN

Para determinar la adecuada comercialización y ofrecimiento del servicio a prestar en la nueva cooperativa, se realizará un estudio teniendo en cuenta los tipos de canales de comercialización empleados en el mercado y los factores limitantes en el ofrecimiento de servicios, con base a lo anterior, se seleccionará el Canal Directo hacia los clientes en Bucaramanga (que a su vez serán intermediarios hasta difundir con sus comentarios el nuevo servicio e incentivar a nuevos clientes potenciales) como la mejor opción.

Figura 7. Canal de comercialización propuesto



Fuente: Autor del proyecto

Será utilizado el Canal Directo (COOPERATIVA – CLIENTE), por no presentar intermediarios, lo cual reducirá costos, teniendo en cuenta que para ese entonces la cooperativa estará iniciando labores. Las características del mercado a tomar en para la utilización del canal directo serán: las que determinen el tipo de cliente, su

ubicación, concentración y dispersión geográfica, frecuencia y conducta para solicitar el servicio.

Como técnica a emplear, en el canal directo, se va a optar por el correo dirigido, para así aprovechar la identificación clara que se tiene de la población objeto y además facilitar su aplicación por ser finita e identificable fácilmente por la concentración que presenta el sector productivo de la ciudad.

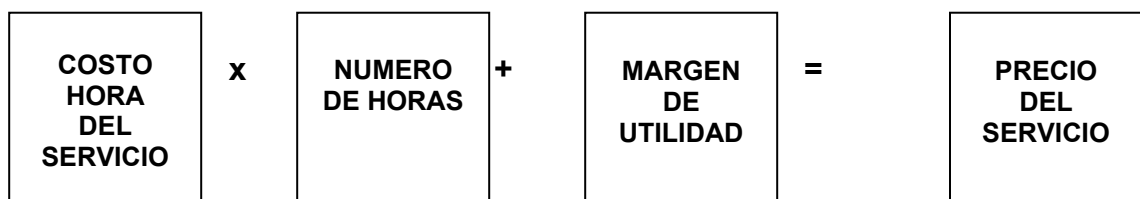
Ese correo será práctico, permitiendo presentar la cooperativa, los servicios a ofrecer e ilustrar al cliente sobre los beneficios comerciales que podrá alcanzar al aplicar la asistencia técnica especializada del recurso humano calificado por el SENA.

7.7 PRECIO

El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un servicio o producto determinado, además, es considerado como una variable que genera entradas e ingresos a la empresa o negocio, y motiva las decisiones de compra y preferencia del cliente, por su parte el establecimiento, negocio o empresa utiliza el precio como factor de competitividad, sin dejar de tener en cuenta otros factores como la estacionalidad y ciclicidad del servicio.

El precio de los servicios que ofrecerá la cooperativa estará constituido por el costo de la realización del mismo, con base en las horas de servicio ofrecidas más un margen de utilidad.

Figura 8. Precio del servicio a ofrecer



Fuente: Autor del proyecto

7.7.1 Análisis de precios. La política sobre el análisis del precio que se empleará, será una guía de acción que facilite las decisiones que a diario se deberán tomar sobre el costo. Además esas políticas deberán ser compatibles con los objetivos y contribuir a su logro, para tal fin deberá tenerse en cuenta que el costo del servicio será en proporción al número de horas ofrecidas por la asistencia técnica, operaria o tecnológica. Además se procurara por que el precio del servicio sea altamente competitivo.

7.8 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

El objetivo a conseguir con la aplicación de publicidad y promoción, es el de incrementar ventas, ya que es una forma de motivar a la gente a comprar servicios o productos, por tanto la publicidad debe hacer que los mensajes plasmados al ofrecer un servicio o producto sean creíbles, aceptables, persuasivos y urgentes, es decir que impacten al público de manera clara y directa.

7.8.1 Objetivos. Los objetivos que se pretenden alcanzar con el desarrollo de estrategias de publicidad y promoción son:

- a) Realizar publicidad de manera limpia con mensajes claros y sencillos para generar impacto en los consumidores del servicio.
- b) Incursionar en el mercado motivando y estimulando a la gente a través de diferentes estrategias publicitarias (eventos promocionales, radio, prensa, volantes, pasacalles), donde se genere un conocimiento e interés por el nuevo servicio.
- c) Crear interés en las personas que lean o escuchen la publicidad motivándolos a solicitar el servicio y recordando siempre el nombre Cooperativa de Egresados del SENA.

d) Consolidar la presencia de la cooperativa en el mercado, asegurando los clientes al brindarles además de un buen servicio una excelente calidad, lo cual se verá reflejada en el logotipo y en el lema o slogan que se utilizará en el lanzamiento de la empresa.

7.8.2 Logotipo. Será el distintivo peculiar de la empresa, éste contará con letras y símbolos de fácil comprensión permitiendo una rápida fijación en la mente del consumidor.

7.8.3 Lema. Es la frase que utilizará la empresa, para expresar el pensamiento que servirá de motivación a la conducta de los clientes. Con esta frase se pretende invitar al cliente a que solicite los servicios para que tengan éxito en su negocio.

7.8.4 Análisis de medios. Con el objeto de seleccionar los medios publicitarios adecuados, para la empresa, se debe determinar el alcance, la frecuencia y el impacto que se pretende lograr para favorecer la comunicación del mensaje en la población objeto.

- Alcance. Se pretende llegar al sector empresarial, industrial y comercial de la ciudad de Bucaramanga
- Frecuencia. Se desea que la población quede expuesta al mensaje a través de medios masivos.
- Impacto. Se busca un impacto normal de comunicación, sin llegar a saturar, que le permita al cliente recordar fácilmente el mensaje.

7.8.5 Selección de medios. Cada medio ofrece ventajas pero también tiene sus limitaciones; por tanto se deberá examinar las siguientes características para definir los medios más adecuados para la cooperativa.

- Hábitos de la audiencia meta. Buscar el medio más eficaz para llegarle al público que se desea para la cooperativa.
- Servicio y/o producto. Cada tipo de medio publicitario tiene su propio potencial de demostración, visualización, explicación, credibilidad y colorido.
- Mensaje. Un mensaje que anuncie un gran evento deberá ser publicado en un medio ágil y de rápida difusión.
- Costo. Hay medios costosos y económicos para la publicidad de mensajes, se debe escoger el más adecuado dependiendo del recurso financiero.

Considerando lo anterior se escogerán los siguientes medios de publicidad y promoción para dar a conocer el servicio a ofrecer en la cooperativa: la radio, la prensa local y volantes.

7.8.6 Estrategias publicitarias. Las estrategias publicitarias a emplear para dar a conocer la cooperativa, se consideran de dos clases: publicidad de expectativa y publicidad de mantenimiento.

a) Publicidad de expectativa. Se utilizara para captar la atención del público, inicialmente se hará al momento del lanzamiento. Después se realizará en días especiales.

- Publicidad radial. Se realizará, teniendo en cuenta la audiencia masiva de los medios de comunicación radial.
- Prensa. Se utilizará la prensa local y nacional.

- Publicidad de exterior. Se enviara correo dirigido a varias empresas interesadas en conocer la nueva cooperativa.

b) Publicidad de mantenimiento. Se utilizará para dar a conocer el servicio durante su crecimiento y posicionamiento, y captar la atención del público.

- Publicidad radial. En las emisoras locales y nacionales.
- Prensa. En los periódicos locales y nacionales.

7.8.7 Presupuesto de publicidad y promoción. Toda clase de publicidad y promoción se debe costear para su financiación.

- **De lanzamiento.** La publicidad de lanzamiento tendrá como fin dar a conocer el servicio a ofrecer en la Cooperativa de Egresados del SENA.

- **De operación.** Esta publicidad de sostenimiento tiene como finalidad incrementar el número de usuarios del servicio.

7.9 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

La viabilidad comercial que presentar el proyecto sobre la creación de una Cooperativa de Egresados del SENA en la ciudad de Bucaramanga, se considerará altamente favorable según lo demuestren los siguientes resultados relevantes a encontrar en el estudio de mercados.

- La ciudad carece de una entidad especializada en ofrecer servicios de asistencia técnica, operativa y tecnológica, que coadyuven en el desarrollo económico de las empresas de la ciudad de Bucaramanga, especialmente las del sector industrial y de comercialización de servicios. Situación a plantear en el análisis de demanda y oferta del estudio de mercados a realizar.

8. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico comprenderá en un principio, la determinación del tamaño del proyecto, en cuanto a la capacidad diseñada, instalada y utilizada en la iniciación en la prestación de los servicios ofrecidos.

Seguidamente se determinará la localización, se diseñaran los procedimientos de prestación de los servicios y se presentaran sus diagramas, para facilitar los procesos de inducción del personal y el control del desempeño de los mismos.

Después se identificarán los recursos requeridos para llevar a cabo el montaje y puesta en marcha de la Cooperativa de Egresados del SENA, teniendo en cuenta las necesidades físicas, humanas, de insumos y logísticas.

Luego se mostrará la distribución en planta del establecimiento, con el fin de distribuir los equipos y las personas en el espacio disponible para ello y finalmente se presentaran las más importantes conclusiones del estudio.

8.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto se definirá, teniendo en cuenta los factores que lo limitan como: el tamaño del mercado, la capacidad financiera, el recurso humano y la tecnología.

Todo esto con el fin de determinar la cantidad de servicios que la empresa podrá prestar y los que realmente prestará.

8.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. El tamaño del proyecto se definirá, como base primordial para fijar la capacidad de prestación de servicios que tendrá la empresa, y su proyección de crecimiento durante los próximos cinco años, teniendo en cuenta los recursos físicos, humanos, financieros y tecnológicos disponibles.

8.2 LOCALIZACIÓN

La Cooperativa de Egresados del SENA, seleccionará su ubicación de manera conveniente para su funcionamiento; esta se determinará teniendo en cuenta diferentes alternativas y seleccionando aquella que ofrezca los máximos beneficios a los menores costos.

8.2.1 Macrolocalización. La oficina para la atención al cliente de la cooperativa, se ubicará en el área urbana de la ciudad de Bucaramanga, ya que en esta ciudad es donde se van a desarrollar sus actividades.

8.2.2 Microlocalización. Consiste en determinar la ubicación más adecuada para el funcionamiento de la empresa. Inicialmente se tendrán tres posibles locales que llenarán las expectativas y cumplirán con los requisitos de carácter general para el funcionamiento de una oficina donde se brinde al cliente la información que requiera y a su vez se formalicen los contratos del servicio.

Para seleccionar de una manera imparcial el local para la oficina de manera conveniente, se va a recurrir a la técnica de selección de ponderación de los factores y puntuación de los factores y grados.

La ponderación de los factores se hará asignándole a cada elemento un valor en porcentaje, dependiendo de su importancia en la localización de la cooperativa;

esto es de menor a mayor importancia; teniendo en cuenta que la suma de la ponderación del total de los elementos escogidos sumara 100%.

El proceso de la puntuación de los factores y de los grados se hará escogiendo un total de puntos a asignar, en este caso de 1000 puntos, que al multiplicarse por la ponderación que cada factor arroja, será el puntaje máximo asignado para los factores escogidos.

Definido el puntaje máximo para los factores se procederá a la asignación de los puntos para cada grado dentro de cada factor, el puntaje mínimo será cero y corresponderá al grado de menor significación; el máximo puntaje se le dará al grado de mayor importancia; la puntuación de los grados intermedios se hará en forma subjetiva dando la puntuación con base en la progresión aritmética, donde la constante aritmética se determinará mediante la formula:

$$K = \frac{(\text{puntaje mayor} - \text{puntaje menor})}{n - 1}$$

- **Determinación de la ubicación.** Una vez definidos los factores y puntajes se procederá a evaluar las alternativas de ubicación, determinando para ello el grado en que se encuentra representado cada factor dentro de determinada localización; la suma de los puntajes obtenidos por factor por cada una de las alternativas dará el parámetro de decisión para la escogencia de la mayor ubicación, que será la que alcance un mayor puntaje.

8.3 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TECNICA DEL PROYECTO

Después de realizar el estudio de factibilidad se concluirá si técnicamente existen todas las posibilidades de llevarlo a cabo, por las siguientes razones:

- a) La viabilidad inicial, si se cuenta con la demanda suficiente para el servicio, según información suministrada.
- b) La planta física que se localizará es completamente viable.
- c) La capacidad en la adquisición de equipos, muebles y mantenimiento en general, con la consulta de varios proveedores que ofrecerán variedad de precios cómodos, a las capacidades del autor del proyecto a ejecutar.
- d) Los procedimientos de facilitación del servicio deberán ser claros y de fácil manejo por parte de las personas encargadas.
- e) El recurso humano y de insumos que se requieran para la operacionalización del proyecto no tendrá dificultad para adquirirse.

9. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El estudio administrativo se realizara con la finalidad de definir los requisitos exigidos, según la forma de constitución de la cooperativa que se espera crear.

Así mismo, comprendera la formulación de los lineamientos básicos que regirán la cultura organizacional de la cooperativa, como son: la visión, la misión, los objetivos y las políticas (de personal, compras y de ventas) que se emplearán en el giro ordinario de la empresa.

También conllevará el diseño de la estructura organizacional de la cooperativa, donde se evidenciará el personal necesario, se describirán sus funciones, los perfiles de los cargos y la estructura salarial.

9.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

9.1.1 Constitución de la Cooperativa Integral de Egresados del SENA:

Conforme a los requisitos legales, contemplados en la ley 79 de 1988 se tendrá en cuenta lo siguiente:

- En desarrollo del acuerdo cooperativo, las cooperativas se constituirán por documento privado y su personería jurídica será reconocida por el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas.
- La constitución de toda cooperativa se hará en Asamblea de constitución, en la cual serán aprobados los estatutos y nombrados en propiedad los órganos de administración y vigilancia.

- El Consejo de Administración allí designado nombrará el representante legal de la entidad, quien será responsable de tramitar el reconocimiento de la personería jurídica.
- El acta de la Asamblea de constitución será firmada por los asociados fundadores, anotando su documento de identificación y el valor de los aportes iniciales.
- El número mínimo de fundadores será de veinte, salvo las excepciones consagradas en normas especiales".

El reconocimiento de personería jurídica se hará con base en los siguientes requisitos:

1. Solicitud escrita de reconocimiento de personería jurídica.
 2. Acta de la Asamblea de constitución.
 3. Texto completo de los estatutos.
 4. Constancia de pago de por lo menos el veinticinco por ciento (25%) de los aportes iniciales suscritos por los fundadores, expedida por el representante legal de la cooperativa, y
 5. Acreditar la educación cooperativa por parte de los fundadores, con una intensidad no inferior a veinte (20) horas".
- En el acto de reconocimiento de personería jurídica se ordenará el registro de la cooperativa, el de los órganos de administración y vigilancia y el de su representante legal, debidamente identificado, y se autorizará su funcionamiento".

- Para todos los efectos legales será prueba de la existencia de una cooperativa y de su representación legal, la certificación que expida el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas.

- Los estatutos de toda cooperativa deberán contener:
 1. Razón social, domicilio y ámbito territorial de operaciones.
 2. Objeto del acuerdo cooperativo y enumeración de sus actividades.
 3. Derechos y deberes de los asociados; condiciones para su admisión, retiro y exclusión y determinación del órgano competente para su decisión.
 4. Régimen de sanciones, causales y procedimientos.
 5. Procedimientos para resolver diferencias o conflictos transigibles entre los asociados o entre éstos y la cooperativa, por causa o con ocasión de actos cooperativos.
 6. Régimen de organización interna, constitución, procedimientos y funciones de los órganos de administración y vigilancia, condiciones, incompatibilidades y forma de elección y remoción de sus miembros.
 7. Convocatoria de asambleas ordinarias y extraordinarias
 8. Representación legal; funciones y responsabilidades.
 9. Constitución e incremento patrimonial de la cooperativa; reservas y fondos sociales, finalidades y forma de utilización de los mismos.
 10. Aportes sociales mínimos no reducibles durante la vida de la cooperativa; forma de pago y devolución; procedimiento para el avalúo de los aportes en especie o en trabajo.
 11. Forma de aplicación de los excedentes cooperativos.
 12. Régimen y responsabilidad de las cooperativas y de sus asociados.
 13. Normas para fusión, incorporación, transformación, disolución y liquidación.
 14. Procedimientos para reforma de estatutos, y
 15. Las demás estipulaciones que se consideren necesarias para asegurar el adecuado cumplimiento del acuerdo cooperativo y que sean compatibles con su objeto social".

- Los estatutos serán reglamentados por el Consejo de Administración, con el propósito de facilitar su aplicación en el funcionamiento interno y en la prestación de servicios.

9.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA COOPERATIVA

- Área administrativa y financiera. Se encargará de la parte administrativa, como lo es el manejo de personal, contratación del personal para la asistencia técnica, operacional y tecnológica, información y logística de los servicios que se ofrecen y realizar la labor de mercadeo. Además realizará el análisis de los costos, manejo de la parte contable y en general tendrá la responsabilidad del buen funcionamiento de la cooperativa.
- Área operativa. Se encargará de la atención y prestación del servicio al cliente, son quienes desarrollarán el mercadeo y publicidad, siendo responsables los responsables de la calidad del servicio a pfercer.

9.3.1 Organigrama. La Cooperativa de Egresados del SENA, presentará el siguiente organigrama como base fundamental para la organización de las actividades a realizar.

Figura 9. Organigrama de la empresa



Fuente: Autor del proyecto

Como se observa será una estructura sencilla y prácticamente plana, esto permitirá dadas las características de la cooperativa una rápida y directa comunicación entre el cargo administrativo y los cargos operativos.

10. ESTUDIO FINANCIERO

Los estudios de mercado y técnico, especialmente este último, permitirán identificar los recursos necesarios para la operación del proyecto, establecer la prestación del servicio y definir las condiciones y demás requerimientos para el funcionamiento. Ahora para el estudio financiero se deberá convertir estos elementos a valores monetarios para establecer el monto de los recursos financieros que serán necesarios para la implementación y operación, confrontando los ingresos esperados con los egresos, pronosticando los resultados de la operación que se va a emprender.

Una vez conocidas las necesidades de recursos financieros deberán estudiarse y definirse las fuentes que los aportarán y examinarse las condiciones en que lo harán, para establecer las más convenientes para el proyecto.

Lo anterior exige determinar para cada uno de los años de implementación y de operación del proyecto el valor de las inversiones iniciales, reinversiones, ingresos y egresos para consolidar de esta manera los datos que permitirán establecer el balance que justifique la ejecución o el rechazo del proyecto a partir de argumentos financieros.

La realización de proyecciones a largo plazo conllevará altas dosis de incertidumbre por los permanentes cambios que se generan en el entorno. En el caso de proyectos que tengan una vida útil larga, se pueden tomar los primeros cinco años de operación, como periodo de evaluación, esto indica que se deberán hacer proyecciones solamente para dichos años.

10.1 INVERSIONES

Estará constituida por el conjunto de erogaciones o de aportaciones que se tendrán que hacer para adquirir todos los bienes y servicios necesarios para la implementación de la cooperativa, o sea para dotarla de su capacidad operativa.

Estas inversiones iniciales serán el resultado del estudio de mercados y el estudio técnico.

La inversión del proyecto comprenderá tres grandes categorías: Activos Fijos, Activos Intangibles y Capital de Trabajo.

10.2 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Todo proyecto que se genere tiene su impacto social y/o ambiental dentro del entorno en que se encuentra, es por ello, que es necesario establecer planes de investigación para determinar los ajustes que llevarán a buen rumbo este tipo de proyectos.

10.3 IMPACTO SOCIAL

La creación de empresas para producir bienes, obtener ingresos y generar empleo son preocupaciones del Gobierno Nacional y de la sociedad en general, a tal punto que los incentivos para crear empresas son numerosos. Este proyecto de inversión privada, responderá a éstas expectativas, generando aportes para la región, como son el mejoramiento de la competitividad por parte de las empresas que se verán beneficiadas en el incremento de sus ventas y en el nuevo posicionamiento que alcanzarían dentro del entorno comercial.

Otro beneficio positivo que traerá consigo el proyecto, es la generación de empleo tanto directo como indirecto, contribuyendo así, a la disminución de la tasa de desempleo en la región. Con esto se contribuye al fortalecimiento del aparato de la producción de servicios y el sector comercial, mediante el empleo de insumos que se producen en la región y el país.

También se contribuirá a la nación, mediante el pago de impuestos tales como, licencias de funcionamiento, impuestos de industria y comercio e impuesto de renta. Además con otros tipo de ingreso estatal como son, retención por compras y otras contribuciones temporales.

10.4 IMPACTO AMBIENTAL

La Cooperativa de Egresados del SENA por su funcionamiento tendrá un impacto ambiental que se podrá considerar como muy mínimo; este se presentará en la generación de desechos propios de la misma prestación del servicio. Estos desechos podrán ser de tipo papelería, generados por la actividad de la oficina.

La actividad no es fuente generadora de olores, gases y temperaturas, el ruido que se pueda generar de la actividad será de un valor permisible dentro de la comunidad.

11. CONCLUSIONES

La misión y cobertura general que se sigue en la constitución de la Cooperativa de egresados del SENA, queda ampliamente demostrado al introducirse uno de los siete principios que gobierna este tipo de institución, el del “interés por la comunidad”, ampliando por lo tanto, este proceso de cooperación mas allá de sus asociados, incluyendo como objetos y sujetos de sus actuaciones a todas las comunidades del territorio santandereano.

Queda ampliamente demostrado que la construcción de capital social y la autoorganización, es el principio democrático que regula la toma de decisiones y el funcionamiento de estas organizaciones, ya que gracias a los diferentes espacios de participación que generan, se promueve un constante aprendizaje social, que facilita los procesos de cooperación.

El SENA desde su labor social, incluye elementos integradores para la construcción de una productividad real y eficiente; al introducir en sus programas de formación, una capacitación exacta que permite a sus egresados ofrecer una asistencia amplia, precisa y técnica, a la demanda empresarial que se torna cada vez más específica y menos consecuente con los criterios que socialmente se han establecido en pro de la clase trabajadora.

El ambiente se torna propicio para la constitución de una Cooperativa de Egresados del SENA; las políticas económicas internacionales y la falta de compromiso estatal advierten la acción del recurso privado desde los principios de calidad, progreso y seriedad, que lo han caracterizado durante años. Por ello, el trabajo a realizar, tan sólo tendrá como garantía el recurso humano gestado desde las aulas de esta reconocida institución.

El apoyo en la creación de esta organización se ha manifestado amplia y definitiva, situación demostrada con el trabajo de campo incluido en la investigación. A la problemática social le urge salidas viables y necesarias, es así, que la intención de crear una cooperativa con las características enunciadas, ha sido acogida positivamente por la población directamente involucrada.

La encuesta aplicada a los egresados del SENA, sirvió como referente al objetivo propuesto, ya que, la aceptabilidad al planteamiento que se les hizo sobre la creación de una cooperativa fue aceptada en su totalidad por todos los encuestados. Con ello, el ambiente para la aplicación del estudio de factibilidad se muestra flexible en cuanto al desempeño de la oferta.

12. RECOMENDACIONES

Es importante desde ya, establecer el cronograma de actividades a seguir conforme a lo enunciado en la aplicación del estudio de factibilidad a realizar en el 2006.

La teoría legal, geográfica y demográfica, deberán ser incluidas y analizadas desde las proyecciones a realizar con el trabajo de campo en la etapa preparatoria de lo que será el estudio de factibilidad.

Dentro de los objetivos a seguir, se recomienda la vinculación de la comunidad, el Estado y el sector económico productivo, como soporte esencial en la viabilidad del proyecto de constitución de la cooperativa. Desde ya, se debe gestionar entrevistas y reuniones con directivos del SENA, representantes legales de la industria y comercio de Santander; dirigentes políticos, dirigentes sindicales, representantes de la administración pública, comunidad en general, y plantearles lo que se propone y espera de esta idea, desde el impacto social y política que constituye en si misma.

Realizar convocatorias de egresados del SENA, con el fin de dar a conocer los principios generales de la cooperativa a constituir, la incidencia de esta institución dentro de la realidad social, fortaleciendo su creación desde la opinión de quienes van a ser parte de este proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

ARBOLEDA ALVAREZ, Olga Lucía. Caracterización histórica de algunas prácticas de economía solidaria en Medellín 1930 -1972. Medellín: Funlam.2000.

BASTIDAS- DELGADO, Oscar. Capitalismo, crisis y vigencia del cooperativo latinoamericano. Octubre 1998. Mecnografiado, 23 p. Ponencia: Seminario Taller: Promoción de la Salud y la Atención Farmacéutica. El Aporte de COHAN a la calidad de la vida y el bienestar de la comunidad. Medellín, 9 y 10 de noviembre de 1998.

CAPACITACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN Y PARTICIPACIÓN COMUNITARIA. Metodología. Bloque modular. Planeación y gestión del desarrollo SENA. Dirección general. Agosto de 1990.

CONTRERAS BUITRAGO, Marco Elias. *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Editorial Guadalupe Ltda, Santafé de Bogotá, 1996.

CORTINA ADELA, La Empresa Frente a la Crisis Del Estado De Bienestar: Una Perspectiva Ética. Madrid: Miraguano, 1999

DANSOCIAL, Cooperativas: Bogotá. Imprenta Nacional. 2001.

DNP. Plan de Desarrollo 2003-2006, Hacia un Estado comunitario.

DATA LEGIS. Base de datos, derecho y ciencias jurídicas. Biblioteca Universidad Industrial de Santander. Bucaramanga, Colombia.

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA "DANE". Base de Datos. Seccional Bucaramanga. 2005

DIARIO LA REPÚBLICA BOGOTÁ. Sección bienestar, Martes 22 de junio de 2004.

HENRI DESROCHE. Le Projet Cooperatif. Editions économie et humanisme. Les éditions ouvrières. París, 1976. Traducción libre del francés.

HERNANDEZ GLINDO, JOSÉ GREGORIO. Exmagistrado y presidente de la Corte Constitucional Colombiana. Derecho Constitucional. Editorial Temis, Bogotá, 1994.

ICONTEC, Normas Técnicas para la Presentación de Trabajos de Investigación Santafé de Bogotá, 2005.

JANY, José Nicolás. Investigación de Mercados. Editorial Mac Graw-Hill S.A., Santafé de Bogotá, 2000.

LONDOÑO CARLOS, Mario. El Estado y la acción política del cooperativismo. Instituto de Educación e investigación cooperativa. Universidad Santo Tomas de Aquino USTA. 2004.

MERTENS, Leonard. Competencia Laboral, sistemas, surgimiento y modelos. Pags: 23-34. Cinterfor/OIT. Montevideo. 1997. Disponible en Base de Datos U.I.S.

MIGLIARO RAZETO, Luis. Base de Datos, ciencias económicas U.I.S. La Economía de la Solidaridad y sus perspectivas en el desarrollo de América Latina, Coomeva Bogotá 2003.

PASTOR ALFREDO, La Aportación de la Empresa a la Sociedad: El Estado y la Empresa. Barcelona, 1997

REVISTA BUCARAMANGA PREFERENCIAL. El escenario del nuevo milenio. Editorial Preferencial de Colombia. Bucaramanga 2000.

SENA, Base de Datos Regional Santander, sede Bucaramanga. 2005

----- Centro de Información para el Empleo – CIE. Bucaramanga, 2005.

SKROMNE EISENBERG, Ari., Análisis De La Responsabilidad Social Como Estrategia Corporativa Para Promover La Prosperidad De La Sociedad Y El Buen Desempeño Financiero De La Empresa. Instituto Tecnológico Autónomo de México. 1996.

RAZETO MIGLIARO, Luis. Base de Datos U.I.S., Foro La Economía de la Solidaridad y sus perspectivas en el desarrollo de América Latina, Coomeva Bogotá 2003.

ZABALA SALAZAR, Hernando y ARBOLEDA ÁLVAREZ, Olga Lucía. Recuperación y análisis de la producción intelectual y organización de la memoria documental del cooperativista Francisco Luis Jiménez. Medellín: Funlam, 2004. (Inédito)

ZABALA SALAZAR, Hernando. Investigación asociativa, estadística y jurídica de los organismos cooperativos con actividad financiera en el Departamento de Antioquia, Medellín, Confecoop Antioquia, 2002.

ZABALA SALAZAR, Hernando. La Cooperación en Colombia: anotaciones para identificar la patología de una crisis. CINCOA, Medellín, 1997.

Internet

www.google.com.co Buscador

www.fogacoop.gov.co Fondo de garantías para las cooperativas.

<http://www.supersolidaria.gov.co> Superintendencia de Economía Solidaria

www.upspiral.com Documentos sobre constitución de cooperativas

http://www.portafolio.com.co/port_secc_online/por Sector financiero en Colombia

www.sena.edu.co.Objetivos, planteamientos institucionales

www.senasantander.org. Ubicación geográfica de los centros

www.secretariassenado.gov.co Sentencias y leyes referentes al cooperativismo

A N E X O S

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA PÚBLICA
BUCARAMANGA
2005**

Encuesta dirigida a los egresados del SENA

Objetivo: La presente encuesta tiene el propósito de conocer su opinión con respecto a la creación de una Cooperativa de Egresados del SENA en la ciudad de Bucaramanga, con el fin de brindarle asistencia técnica, operaria y tecnológica al sector productivo de la ciudad y del departamento.

Nombre: _____

Sexo: _____ Edad: _____

Especialidad: _____

1. Actualmente se encuentra: Ocupado ____ Desocupado ____

2. ¿Cuánto lleva desempleado? Menos de un año _____, Un año _____,
Más de un año _____

3. La propuesta de creación de una cooperativa significa para usted:

Trabajo _____ Progreso _____ Solidaridad _____ Salario _____

Ninguna de las anteriores _____

4. ¿Está dispuesto a entregar aportes en beneficio de la cooperativa?

Si _____ No _____

5. ¿Se ha desempeñado laboralmente, según su especialidad?

Si _____ No _____

Encuestador _____