

**SEGUIMIENTO EMPRESAS FAVORECIDAS POR FONDO EMPRENDER EN
SANTANDER**

XENIA VIVIANA RODRIGUEZ VEGA

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE ECONOMIA Y ADMINISTRACIÓN
BUCARAMANGA
2010**

**SEGUIMIENTO EMPRESAS FAVORECIDAS POR FONDO EMPRENDER EN
SANTANDER**

**Trabajo de Grado para optar por el título
De ECONOMISTA**

XENIA VIVIANA RODRIGUEZ VEGA

**DIRECTOR:
ISAAC GUERRERO**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE ECONOMIA Y ADMINISTRACIÓN
BUCARAMANGA
2010**

RESUMEN

TITULO: SEGUIMIENTO EMPRESAS CREADAS POR FONDO EMPRENDER EN SANTANDER*

AUTOR: Xenia Viviana Rodríguez Vega**

PALABRAS CLAVES: Seguimiento, Fondo Emprender, Tic`s, Logística, Talento Humano, Capacitaciones, Sectores de Talla Mundial.

Mediante una revisión del entorno económico que presenta las micro, pequeñas y medianas empresas en la región y en el País se determinaron unos Diagnósticos de productividad, en los cuales se revisaron principalmente tres factores, utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, en el manejo de la logística en las empresas y Gestión del talento humano, además de otros factores como son la competitividad basada en la innovación y en la aplicación de Tecnología, que tiene gran influencia en las empresas y en el desarrollo de la Región, como eje central del trabajo se realiza el diagnóstico de la empresas creadas en Santander bajo el programa de capital semilla “ Fondo Emprender”, culminando la primera parte con la comparación de Diagnostico.

Por medio de esta revisión se pretende tener claridad en cuanto a las necesidades de capacitación de cada una de las empresas creadas en Fondo Emprender en Santander relacionadas con en el medio en el cual se desarrollan de igual forma se plantean los indicadores de evaluación para identificar las fortalezas y debilidades de dichas empresas, mediante la realización de una ruta problemática se atender las necesidades mas urgentes de capacitación.

Basado en la anterior se realizo una propuesta de capacitación debidamente estructurada la cual contiene justificación, temas propuestos y resultados esperados de cada una de las áreas en las que se encontraron las debilidades, de igual forma se realizaron sugerencias respecto a las necesidades que generan las apuestas competitivas de la región y del país como son los sectores de talla mundial.

* Proyecto de Grado

** Universidad Industrial de Santander, Facultad de Ciencias Humanas, Director: Isaac Guerrero

ABSTRACT

TITLE: FOLLOW-UP COMPANIES FUND CREATED BY TAKE IN SANTANDER*

AUTHOR: Xenia Viviana Rodriguez Vega**

KEY WORDS: Monitoring, Launching Fund, TIC's, Logistics, Human Talent, Training, World Class Industries.

A revision of the economic environment you present micro, small and medium enterprises in the region and around the country were determined Diagnostics productivity, which were revised mainly three factors, use of information technologies and communication, in logistics management in business and human talent management, and other factors such as competition based on innovation and application of technology which has great influence in business and in development of the Region, as central to the diagnostic work is done in the Santander companies created under the seed capital program "Launch Fund", completing the first part with a comparison of Diagnosis.

Through this review aims to have clarity about the training needs of each of the companies created in Santander Undertaking Fund related to the environment in which to develop similarly raised the evaluation indicators to identify strengths and weaknesses of these companies, by conducting a route problem is most urgent needs for training.

Based on the above proposal we made a properly structured training which includes justification, proposed themes and expected outcomes of each of the areas where weaknesses were found, similarly suggestions were made to the needs generated by bets competitive in the region and the country as are world-class sectors.

* Proyecto de Grado

** Universidad Industrial de Santander, Facultad de Ciencias Humanas, Director: Isaac Guerrero

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
1. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA – ALCANCE	3
2. ANTECEDENTES	5
3 JUSTIFICACIÓN	9
4. OBJETIVOS	10
41 OBJETIVO GENERAL	10
42 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	10
5. MARCO TEÓRICO	11
6 DIAGNOSTICO GENERAL DE LAS MIPYMES	15
EN COLOMBIA	15
7 DIAGNOSTICO DE LAS MIPYMES EN SANTANDER	19
8 DIAGNOSTICO DE EMPRESAS DEL FONDO EMPRENDER	21
EN SANTANDER	21
9. PROYECTOS APROBADOS POR CENTROS	23
91 CONTROL A LOS INDICADORES DE GESTIÓN Y RESULTADOS	23
9.2 GESTIÓN EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO	24
9.3 RESULTADOS EN LA EJECUCIÓN PRESUPUESTAL:	27
9.4 GESTIÓN EN MERCADEO	28

9.5 RESULTADO AL EJECUTAR LOS RECURSOS PARA EL MUNICIPIO APROBADO	29
9.6 MONITOREO A LOS INDICADORES DE EFECTIVIDAD EMPRESARIAL	30
9.7 MONITOREO A LAS VENTAS	30
9.8 MONITOREO DE LA OPERACIÓN	32
10. COMPARACION DE DIAGNOSTICOS	36
11. IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES Y PROPUESTAS DE CAPACITACIÓN:	46
CONCLUSIONES Y PROPUESTAS	60
BIBLIOGRAFIA	62

LISTA DE TABLAS

TABLA 1. PROYECTOS NO CONDONABLES	33
TABLA 2. EMPRESAS CENTRO EMPRESARIAL Y TURISTICO	39
TABLA 3. EMPRESAS CENTRO C.A.S.A.	40
TABLA 4. EMPRESAS CENTRO FLORIDABLANCA	41
TABLA 5. EMPRESAS CENTRO GIRON	42
TABLA 6. EMPRESAS CENTRO BARRANCABERMEJA	43
TABLA 7. EMPRESAS CENTRO MALAGA	44
TABLA 8. EMPRESAS CENTRO SAN GIL	44
TABLA 9. ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA COMPETITIVA	47
TABLA 10. PLANEACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	49
TABLA 11. MERCADEO Y VENTAS	51
TABLA 12. CONTABILIDAD	53
TABLA 13. LOGÍSTICA Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN	55
TABLA 14. ANALISIS FINANCIERO	58

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es una cualidad innata en los seres humanos, en los cuales se tiene la posibilidad de innovar y generar bienes y servicios de una forma creativa, generando un valor agregado, o bien dando origen a algo novedoso. Si bien es cierto en tiempos de depresiones económicas las personas suelen ser creativas e innovadoras; de hecho las grandes ideas y los grandes inventos, han sido la respuesta a momentos críticos de la humanidad. Esto debe ser suficiente para que una persona afectada por una crisis económica derivada del desempleo, pueda idear más de una forma de crear algún negocio, si es que se lo propone y considera como alternativa de solución a su problema.

Lo que se ha venido denominando “cultura del emprendimiento” no es más que una “manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión global y de un liderazgo equilibrado, de la gestión de un riesgo calculado, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad”; tal como lo promulga la ley 1014 de 2006.

Si bien es cierto, en la actualidad acceder a un empleo dadas las circunstancias, hacen percibir la “cultura del emprendimiento” como un escenario propicio para solucionar el problema de desempleo de manera total y no parcial, puesto que ya quedaron atrás los tiempos donde se conseguía trabajo para toda la vida. Hoy las empresas contratan a corto plazo, de suerte que obtener un empleo, es una solución a medias y sólo por un tiempo, al cabo del cual volverá a la misma situación, convirtiéndose en un ciclo sin fin.

Cada día los empleos son más escasos y los salarios más bajos. De modo que buscar empleo no es la decisión más sabia. La mejor decisión es buscar una solución definitiva al problema del desempleo, y no es otra que convertirse en empleador, en empresario, donde cada quien será el que decida cuándo y cuanto trabajar, y cuanto quiere ganar.

Tradicionalmente en nuestro país a quien corresponde manejar gran parte de la responsabilidad en el fomento de emprendimiento y formación de empresa en el país ha sido al SENA además de otras instituciones de carácter público y privado, sin embargo el rol del SENA ha sido fundamental si se tiene en cuenta los indicadores que la posicionan como la “madre” de pequeñas, medianas y hasta grandes empresas de distintos sectores de la economía.

En ese orden de ideas, es necesario apuntar hacia ese sentido, si bien el Servicio Nacional de Aprendizaje ha hecho ingentes esfuerzos en hacer de Colombia un país de emprendedores y empresarios, es también prioritario evaluar las empresas financiadas por fondo emprender, y mas que evaluar acompañar y brindar apoyo efectivo a dichas empresas en cada una de sus etapas.

1. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA – ALCANCE

El Fondo Emprender, tiene como objetivo “apoyar proyectos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas. El Fondo facilita el acceso a capital al poner a disposición de los beneficiarios los recursos necesarios en la puesta en marcha de las nuevas unidades productivas”.

Para acceder a los recursos del fondo emprendedor, el emprendedor debe presentar un plan de negocios debidamente estructurado. Este plan de negocios se presenta en el momento que el fondo abra las convocatorias, lo que implica que el plan de negocios debe competir con otros proyectos por el financiamiento, toda vez que son muchos los proyectos que se presentan, y los recursos de financiación son limitados.

El fondo financia hasta el 100% del valor del proyecto, teniendo como un tope máximo 224 salarios mínimos mensuales. Estos recursos no son reembolsables en la medida en que el emprendedor cumpla con unos indicadores y objetivos, y en el caso de no cumplirlos, deberá rembolsar los recursos pagando intereses muy cómodos.

Las empresas beneficiadas con los recursos del fondo emprendedor, reciben un acompañamiento durante su primer año de ejecución por parte de FONADE¹ fondo Nacional de Desarrollo, el cual administra los recursos en dicho periodo, lo cual busca garantizar la condonación² de los recursos, al finalizar este tiempo

¹ Fondo Nacional de Desarrollo, encargado por el Gobierno Nacional para administrar los recursos del programa Fondo Emprender.

² Los recursos no son reembolsables, es decir el dinero entregado pasa al patrimonio de la empresa como

cada empresario debe hacerse responsable de su empresa, momento en cual salen a relucir falencias en diferentes campos especialmente en el administrativo en el técnico incluido todo tipo de procesos, servicios y en el tecnológico, todos estos aspectos amenazan la permanencia y competitividad de dichas empresas en el mercado.

Mediante la implementación de un acompañamiento y seguimiento a las empresas financiadas por el programa fondo emprender se pretende asegurar la permanencia de las mismas en el mercado, este acompañamiento consta de visitas bimensuales en las cuales se llevara una ficha técnica que permitirá tener un análisis de gestión y productividad, que a su vez arroje las posibles deficiencias, se implementara comunicación directa con los empresarios para poder dar respuesta efectiva a los sectores productivos contribuyendo a la mejora continua de cada empresa, brindando a los empresarios posibilidades de actualización e innovación tecnológica que los hagan mas productivos y competitivos.

capital propio.

2. ANTECEDENTES

ESTUDIO: LA PRODUCTIVIDAD, EL EMPRENDIMIENTO Y EL EMPLEO.

En dicho trabajo se menciona el emprendimiento como una cadena de valor en la cual el empresario siempre emprendedor pasa por cada una de las etapas que tiene una empresa para este caso el autor JUAN CAMILO MONTES plantea cinco etapas las cuales son:

1. **Sensibilización:** Que se refiere a la Transformación del proyecto de vida hacia el emprendimiento. Cuando una persona toma la decisión de lanzarse al agua y se ve como empresario en un futuro próximo.
2. **Identificación:** Habla de la Identificación del grado de madurez de una iniciativa y su posición en el entorno. Es concretamente como esta iniciativa en el mercado, sus virtudes y defectos frente al sector, sus compradores y sus competidores.
3. **Formulación:** Trata de la Potencialización del grado de madurez de la iniciativa a través de la elaboración del plan de negocios.
4. **Puesta en Marcha:** Es la Construcción de la propuesta de valor de la empresa y comienzo de las operaciones en el mercado.
5. **Aceleración:** Maximización del valor agregado de la compañía a través de la internacionalización y la innovación continua para repensar el negocio constantemente.

Ley 1014 de 2006

Dicha ley promueve la Formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad, autoestima autonomía sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad y desarrollo del gusto por la innovación y estímulo a la investigación y el aprendizaje permanente. Así como Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo en torno a proyectos productivos con responsabilidad social, reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una sociedad.

Y principalmente promueve aspectos de Apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde la perspectiva social, cultural, ambiental y regional.

ESTUDIO: HERREMIENTAS PARA EL EMPRENDIMIENTO

En Colombia y en Santander existen algunas herramientas para los Emprendedores, las cuales se han creado en el camino de la búsqueda del autosostenimiento de las Regiones y los Países en general, las más conocidas en la Región Santandereana son:

Fondo emprender:

La cual es una iniciativa del Gobierno Nacional que busca apoyar a los jóvenes Colombianos en sus iniciativas de crear y desarrollar sus empresas propias, iniciativas que surgen durante su etapa de formación, este programa facilita el acceso a recursos de Capital Semilla y contribuye de dicho modo al

desarrollo económico y social de las regiones.

Latino - emprendedores:

Esta es una entidad privada que se encuentra en varios países de Latinoamérica y al igual que Fondo Emprender realiza una convocatoria anual de iniciativas de creación de empresa, esta ofrece servicios de financiamiento y publicidad y bolsa de trabajo, estos recursos no son condonables.

Red universitaria para el Emprendimiento: Es una comunidad universitaria que promueve la cultura del Emprendimiento y busca compartir, construir y aplicar conocimientos y experiencias, que generen proyectos de apropiación tecnológica, desarrollo socioeconómico y humano, por medio del conocimiento y la creatividad llevando a las empresas ser competitivas en sus mercados objetivos.

Las empresas son esenciales para alcanzar ese reto del desarrollo sostenible, por lo que es una prioridad ampliar la base empresarial y garantizar la permanencia de las empresas existentes.

PROGRAMA GEM 07 COLOMBIA

Este programa llega a Colombia en el 2006 y busca la integración de la universidades el sector publico y privado para llegar a conclusiones que permitieran identificar las fortalezas de las empresas en especial las microempresas del país que aportan tanto desarrollo a las regiones, en la demostración de la viabilidad técnica de este programa se obtuvo información estadísticamente representativa de los creadores de empresa en las etapas de nacimiento y de los propietarios de empresas establecidas en las etapas de desarrollo de las empresas, fue el origen de lo que hoy constituye el proyecto

GEM diseñado para proporcionar información sistemática, confiable y longitudinal sobre los primeros años de vida de las nuevas empresas. La metodología empleada se concentraba en el estudio longitudinal de empresas nacientes, y trata de identificar en estas los factores particulares de éxito o fracaso en el transcurso del tiempo.

3 JUSTIFICACIÓN

El interrogante que da paso a la realización de este trabajo de grado, es la preocupación por mantener en el mercado las empresas financiadas por fondo emprender, pues si bien se han creado empresas en santander que están muy solidas como manufacturas Sandoval la cual fue premiada en el 2008 con un premio de Acopi a las mejores industrias santandereanas hay muchas que aunque se mantiene en el mercado cada vez están mas rezagas y en constante riesgo de desaparecer, es una preocupación para la institución pues la creación de empresas mediante las ideas e iniciativas de los emprendedores y el posicionamiento y permanencia en el mercado son la alternativa desde hace algunos año al desempleo y en estos momentos a la crisis que atraviesa nuestro país por tal motivo para el sena el año 2009 es el año del emprendimiento en Colombia donde se dará prioridad a la creación empresas y fortalecimiento de las existentes.

Es de vital importancia realizar un acompañamiento continuo a las empresas jóvenes para poder dar respuesta efectiva y a tiempo que permitan la mejora continua de las mismas así como el aprovechamiento de las oportunidades que les presente el mercado y buscando también dar solución a los problemas que se puedan presentar.

Debido a que las empresas son la esperanza del futura para solucionar los problemas de desempleo, falta de ingresos y la alternativa mas viable para el desarrollo regional, el Sena pretende garantizar la permanencia y crecimiento constante de las empresas creadas bajo su programa de capital semilla llamado Fondo Emprender y de este modo contribuir con el mejoramiento de la calidad de vida de las personas en búsqueda de generar empleo que a su vez genere mas empleos

4. OBJETIVOS

41 Objetivo General

Realizar seguimiento y acompañamiento técnico y administrativo en cada una de las etapas de ejecución a las Empresas favorecidas por Fondo Emprender en Santander, para garantizar su sostenibilidad en el mediano y largo plazo.

42 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Coordinar y programar capacitaciones en el área técnica y administrativa para las empresas, con el fin de garantizar el uso eficiente de los recursos físicos y económicos por parte de los empresarios.

Concienciar a los empresarios, para iniciar un proceso de mejora continua, que permita corregir las deficiencias y errores en el proceso productivo, utilizando como herramienta las evidencias resultantes de las visitas de seguimiento hechas a las empresas.

Brindar las herramientas necesarias a las empresas para que entren en un proceso de actualización tecnológica y así elevar los niveles de productividad y competitividad.

5. MARCO TEÓRICO

El emprendimiento puede definirse como una “manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión global y de un liderazgo equilibrado, de la gestión de un riesgo calculado, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad.

Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. A su vez, a este individuo no sólo le surgen ideas, sino que también es lo suficientemente flexible como para poder adaptarlas y posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una oportunidad.

Como se ha enunciado, un emprendedor posee la característica de ser innovador. Innovar significa introducir un cambio, éste puede ocurrir en la estructura social, en la gestión pública, en la elaboración de un producto o en la Organización de una empresa, entre otros.

La innovación representa un camino mediante el cuál el conocimiento se traslada y se convierte en un proceso, un producto o un servicio que incorpora nuevas ventajas para el mercado o para la sociedad.

Cabe destacar que, si bien la innovación puede estar presente en cualquier sector, es característica del sector empresarial. Peter Drucker (1986) expresa en su libro *La innovación y el empresario innovador*: “El empresariado innovador ve el cambio como una norma saludable. No necesariamente lleva a cabo el cambio él mismo. Pero (y esto es lo que define al empresariado innovador) busca el cambio,

responde a él y lo explota como una oportunidad”.

De acuerdo con lo anteriormente planteado, surge la idea de que la existencia de espíritu emprendedor, junto con la capacidad que tenga una sociedad para producir y asimilar cambios, son favorables para crecimiento y el desarrollo económico.

En la literatura económica es posible hallar diferentes definiciones del concepto de desarrollo, que abarcan una amplia tonalidad de aspectos, tanto políticos, sociales o biológicos, y por supuesto económicos. En términos generales coinciden en que éste concepto hace referencia a factores y cambios cualitativos en la vida del hombre y de la sociedad en que habita.

Para los fines del presente trabajo académico es conveniente traer a colación la definición de desarrollo ofrecida por Amartya Sen en su libro *Libertad y Desarrollo*. Dicha definición es la siguiente: "El desarrollo es un proceso de expansión de las libertades reales de que disfrutaban los individuos". Dentro de los determinantes de las libertades del hombre se pueden mencionar las instituciones sociales y económicas, como por ejemplo los servicios de educación y salud, o los derechos políticos y humanos, tales como la libertad de expresión y el derecho a elegir las autoridades públicas. Cabe destacar que, al hablar de libertades fundamentales se tienen en cuenta las posibilidades de optar que tiene un individuo.

Según Sen (1999), es ineludible meditar que si una sociedad desea obtener mayores cantidades de riqueza, no es porque sí, sino porque por medio de éste podrá alcanzar una mejor calidad de vida. En tanto, esclarece que este crecimiento es una condición necesaria, pero no suficiente para que la población experimente mejoras en su nivel de calidad de vida, ya que el crecimiento del ingreso nada dice acerca de su distribución.

De esta forma puede ser posible que una nación obtenga mayores niveles de producto, mientras que no todos sus habitantes logran disfrutar de las bondades de dicho incremento. De lo anterior que se sugiera la prioridad de no sacar conclusiones teniendo sólo en cuenta el concepto de crecimiento y propone ir mucho más allá, cree que no es suficiente que una sociedad se proponga aumentar su producto.

El economista Schumpeter en su percepción describe el emprendimiento como la acción mediante la cual se transforma un patrón de producción mediante una invención llevándolo a su evolución produciendo un nuevo producto o rediseñando uno antiguo. Esta forma de actuar puede llevar a los países a la prosperidad o a la resección dependiendo del impacto que estos nuevos productos generen. Sin embargo resalta el autor estas actitudes que describen a un emprendedor se encuentran en una pequeña fracción de la población. La escuela Schumpeteriana introduce el concepto de emprendimiento al capitalismo describiéndolo como una actitud que hace competitivas a las economías generándoles ventajas comerciales que pueden ubicar en posiciones de monopolios a través de la introducción de tecnología e innovación, catalogándolo como un proceso en constante evolución.

La escuela Austriaca en cabeza de los autores Ludwig von Mises, Freidrich Hayek e Israel Kirzner comparten la teoría de la escuela Schumpeteriana respecto a la contribución que tiene el emprendimiento en el desarrollo capitalista sin embargo no están de acuerdo en que el emprendimiento se presente en una pequeña parte de la población, pues para estos autores estas actitudes están presentes en la vida cotidiana de las personas debido a la incertidumbre propia del mercado con respecto a precios, ganancias y pérdidas, pero el emprendimiento no se limita a esta concepción pues se describe como la habilidad de conocimiento de cómo debe actuar teniendo unos datos del mercado.

Por ultimo El modelos Timmons habla de la aplicabilidad del emprendimiento mediante la elaboración de un plan de negocios o plan de empresas y el contacto con la realidad y su interpretación describiendo el plan de negocios como el mapa que marca el camino a seguir en una empresa definiendo los objetivos y la manera de alcanzarlos además dando a los emprendedores herramientas para generar y distribuir riqueza, el contacto con la realidad es tal vez la herramienta mas importante pues permite medir las condiciones bajo las cuales se decide empezar una empresa evidenciando oportunidades y amenazas tanto presentes como futuras, que determinan para el emprendedor la base del plan de negocios y por tanto del emprendimiento.

6 DIAGNOSTICO GENERAL DE LAS MIPYMES EN COLOMBIA

En Colombia el estado actual de las mipymes está determinado por el bajo volumen exportador, el bajo grado de sofisticación, la falta de valor agregado, la elevada carga tributaria, el aumento permanente de los impuestos que se convierte en un incentivo para la informalidad. Con tal impacto que aproximadamente el 85%³ de las empresas, particularmente referidas a las micro y pequeñas empresas son informales, lo que genera graves restricciones de acceso a mercados de bienes y servicios institucionales, tecnológicos y financieros, además de generar una recarga tributaria a las empresas que se encuentren en la formalidad; por tanto se hace necesario romper las barreras de acceso a los mercados y de esta manera llevar a muchas de estas empresas a la formalidad.

El camino de la innovación es la estrategia actual para aumentar la productividad que le permita a la sociedad mantener buenos estándares de vida a largo plazo, que concluya en una nación próspera y competitiva, definiendo la innovación como la introducción a nuevos mercados, procesos, formas de comercialización o de organización; basado en la investigación científica y el desarrollo tecnológico de los procesos. Para lo cual juega un papel determinante los emprendedores, convirtiéndose en los motores de las pequeñas empresas que son los medios para descubrir y comercializar nuevas tecnologías.

Pero crecimiento de la economía de un país no depende únicamente de la

³ Estudio de las Mipymes en Colombia 2007

capacidad de innovación de sus empresario si no de muchos factores⁴ entre los cuales se destaca la capacidad de inversión, para lo cual se hace necesario contar con un sistema financiero asequible y desarrollado que le permita a las personas estabilizar el consumo a corto plazo y hacer inversiones en las empresas que concluyan en ganancias; sin embargo Colombia es uno de los países que presenta mayores costos en el acceso a los servicios financieros, además de que el acceso a créditos es restringido para una gran parte de la población de menores ingresos. Además de todo esto la participación de las empresas en los mercados de capital es muy baja, pues no existe acceso al mercado, hay poco fomento a la banca de inversión, poca dinámica de la renta fija y variable por parte de las empresas.

Vale la pena resaltar que Colombia tiene un gran potencial empresarial, lo cual se evidencia en los 3 millones de empresas existentes en el país, entre las cuales se encuentran microempresas de subsistencia, pymes y grandes empresas, lo que refleja la capacidad emprendedora que poseen los colombianos que le permitió al país ocupar el segundo lugar en el estudio monitor-GEM entre 42 países.

Otro factor determinante en el crecimiento de un país sustentando en sus empresas es el panorama de internacionalización, que lleva a las Mipymes y por tanto a todos los actores relacionados con las mismas a buscar competir en los mercados con las grandes empresas, contextualizando la competencia como todo aquello que pueda captar el ingreso de los consumidores dentro de un mismo mercado para la cual se hace necesaria la revisión de tres factores que pueden determinarse como una ruta problemática pues se han identificado como los inconvenientes mas repetitivos y urgentes de solucionar en las empresas del país:

⁴ Factores de competitividad que intervienen en el proceso de desarrollo de un país.

1. Las carencias generales en las cuales se focaliza la estrategia de competencia son: la implementación de las TIC'S que son las tecnologías de la información y la comunicación responsables de la eficiencias, ganancias en productividad, disminuciones de precios y mejoras de calidad, facilitan la integración de mercados, la creación de clusters y la expansión comercial de las empresas, se hacen cada vez mas necesarias; a pesar de que este sector se hace muy dinámico en el país en los últimos años, presentando niveles de crecimiento cercanos al 8.2% el trabajo debe continuar pues este sector avanza mas rápido en otros países.

Según la encuesta de la ANDI, realizada en junio de 2008 las empresas colombianas perciben desactualización tanto en software libre como privado, así como elevados costos de las TIC'S, lo cual limita la penetración de las micro, pequeñas y medianas empresas en los mercados.

2. Las carencias en logística e infraestructura del transporte que son las fuentes de integración y crecimiento de los mercados y aunque van en aumento en el país su crecimiento se presenta de forma lenta causa perjuicios a la comercialización además la infraestructura es relativamente baja comparada con la otros países de Latinoamérica.
3. La carencia en cuanto a gestión del talento humano, definiendo este como el grupo de acciones y factores que poseen el capital humano como son conocimientos, intereses, habilidades, experiencias y en general toda las actividades que conlleven a la mejora de la productividad, Buscando la transformación productiva del país se hace necesario identificar las potencialidades de los sectores y la acumulación de conocimientos específicos, enfocados a la formación y certificación de competencias laborales.

Para dar apoyo a las nuevas micro, pequeñas y medianas empresas – MIPYMES colombianas, dado el impulso de diferentes iniciativas y programas como los liderados por el SENA con el Fondo Emprender y el Sistema Nacional de Creación e Incubación de Empresas, que están coadyuvando en la generación de un nuevo tejido empresarial basado en la innovación, la formalidad, y la sostenibilidad en el mercado, lo cual de alguna manera blindará al sector financiero de los tradicionales riesgos que causa la informalidad y de las consabidas restricciones en la aplicación de sus productos.

7 DIAGNOSTICO DE LAS MIPYMES EN SANTANDER

Las mipymes ubicadas en el departamento de Santander cuentan con fortalezas como: el desarrollo del capital humano respecto al conocimiento, una amplia cobertura en educación la cual se encuentra directamente relacionada con la competitividad de las región, buena ubicación geográfica, buena infraestructura de las comunicaciones, cuenta con centros de educación técnica de buena calidad, cuenta con universidades de calidad, buen manejo de las TIC's a nivel general, despensa agrícola; pero al igual que en el resto del país el potencial exportador de Santander es bajo, no cuenta con una infraestructura de transporte adecuada, la inversión privada en investigación y desarrollo es baja, existen pocas personas interesadas en la investigación, baja colocación de recursos por parte del sistema financiero, falta considerable de personas que manejen dos idiomas, falta de cobertura de servicios públicos fuera del área metropolitana.

Competitivamente Santander es clasificado por el Banco mundial como una Región de clase mundial especializada⁵ junto con Boyacá, Caldas, Risaralda y Quindío, pues el departamento presenta el 29% del PIB por persona respecto a un país con ingresos medios altos, presenta un volumen de exportaciones considerable, una formalidad empresarial del 40%, un índice de desarrollo humano de 0.80, sin embargo la población del departamento que se encuentra bajo la línea de pobreza asciende al 49% del total de habitantes de la región.

En santander el modelo de implementación de Cluster⁶ a recibido gran acogida apuntando hacia la productividad de los sectores de agroindustria, minería y

⁵ Información tomada de la Agenda de competitividad Nacional 2008

⁶ Memorias Cuues 2009

energía, industria y servicios, el clusters mas representativo de la región es el del petróleo y gas, que dentro de si impulsa los subsectores como son los biocombustibles, la petroquímica y la oleoquímica; otras cadenas productivas de gran valor agregado en la región son el software, la biomedicina, el fortalecimiento del conglomerado productivo del cacao en santander, el desarrollo de la mini cadena del bocadillo, estandarización y normalización de la producción de panela en la región del río Suárez.

En relación con los tres puntos principales del diagnostico de la mipymes en Colombia que son: implementación de las TIC's, logística y transporte, Y gestión del talento humano; la región cuenta respecto a al primer punto (implementación de TIC's) con programas fomentados por el ministerio de educación con un alto componente de virtualidad que pretende llegar a todos los sectores contribuyendo de este modo con la competitividad de los mismos, en cuanto a infraestructura y gastos logísticos los empresarios de santander perciben que falta trabajo en estos sectores pues la demora en los tiempos de entrega de los pedidos disminuye la competitividad de sus empresas, lo que es consecuencia de las falencias en la infraestructura del transporte. Sin embargo existe una gran preocupación por esta situación entre las instituciones santandereanas lo cual queda consignado en: "planeacion prospectiva de la cuidad" que es la formulación de un modelo de región que tenga en cuenta la integración de los municipios, la sostenibilidad de la región y la planeacion conjunta del desarrollo territorial.

En cuanto a la gestión el talento, Santander cuenta con programas de formalización del trabajo como es la implementación de competencias laborales, dirigida principalmente por el SENA mediante las cuales se certifica a los empleados de las empresas en competencias especificas concernientes a su formación, es decir se garantiza que los empleados poseen las capacidades necesarias para desempeñar la labor a la cual fueron asignados.

8 DIAGNOSTICO DE EMPRESAS DEL FONDO EMPRENDER EN SANTANDER

El Sena Regional Santander, esta dividido administrativamente en 6 sub-regiones que son provincia de Vélez, provincia de mares, provincia de garcía Rovira, provincia comunera, provincia Guanentina y provincia de soto las cuales están atendidas de la siguiente manera:

1. Centro agroempresarial del orienta con atención a la provincia de Vélez,
2. Centro Agroturístico con atención en las provincias comunera y guanentina,
3. Centro Agroempresarial de los Andes ubicado en Málaga santander que atiende la provincia de García Rovira,
4. Centro Industrial y del Desarrollo Tecnológico atendiendo la población de la provincia de mares,
5. Centro de Mantenimiento Integral ubicado en Girón,
6. Centro del Diseño y la Manufactura ubicado en floridablanca,
7. Centro de Atención al sector Agropecuaria ubicado en piedecuesta,
8. Centro de Servicios Empresariales y Turísticos ubicado en Bucaramanga, que atienden la provincia de Soto y el área metropolitana de Bucaramanga.

Cada uno de estos centro se encuentra en condiciones de promover y crear empresas del fondo emprender⁷ siguiendo los lineamientos de las convocatorias

⁷ Las empresas de fondo emprender son catalogadas como mipymes por que cumplen con las características propias de las mismas: según la Ley para el Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Ley 590, las PYMES se clasifican así:

- Microempresa: Personal no superior a 10 trabajadores. Activos totales inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes
- Pequeña Empresa: Personal entre 11 y 50 trabajadores. Activos totales mayores a 501 y menores a 5.001 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

anuales, por tanto cada uno de estos centros tiene a su cargo

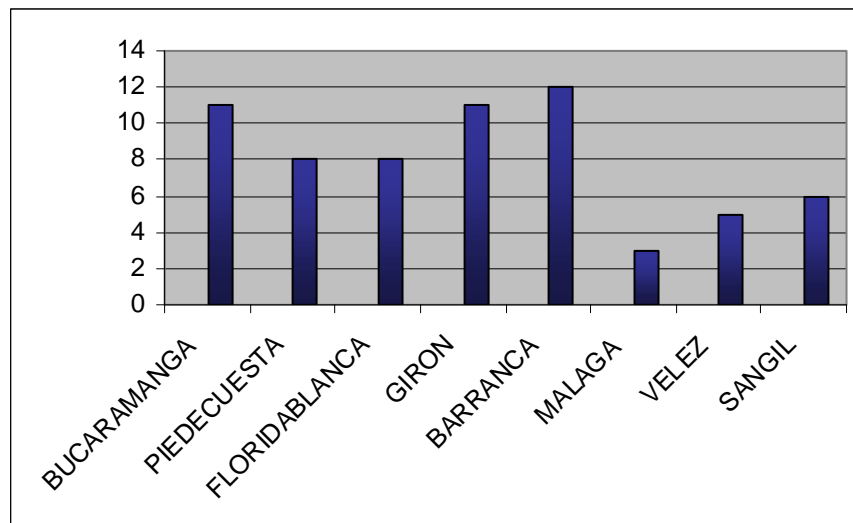
las empresas de fondo Emprender constituidas que se gestionaron desde cada centro.

Hasta el momento se han realizado 7 convocatorias en total, aprobando para Santander 64 empresas con un total de dinero desembolsado para capital semilla por valor de \$ 4.357'189.800 PESOS M/CT.

Cada centro tiene a su cargo las empresas gestionadas desde su unidad de emprendimiento, en total el centro Agroempresarial del Oriente tiene 5 empresas con un total de recursos recibidos por valor de \$ 257.994.900, Centro Agroturístico tiene 6 empresas con un total de recursos recibidos por valor de \$ 399.959.600, Centro Agroempresarial de los andes con 3 empresas y un total de recursos por valor de \$ 166.498.300, Centro Industrial y del Desarrollo Tecnológico con 12 empresas por un total de recursos recibidos por valor de \$ 710.811.500, el Centro de Mantenimiento Integral tiene 11 empresas con total de recursos recibidos por valor de \$ 775.706.900, el Centro del Diseño y la Manufactura con 8 empresas, con un total de recursos recibidos por valor de \$ 454.224.700, el Centro de Atención al sector agropecuaria con 8 empresas con un total de recursos recibidos por valor de \$ 519.059.200, el centro de servicios empresariales y turísticos tiene 9 empresas con un total de recursos recibidos por valor de \$513.972.800.

-
- Mediana: Personal entre 51 y 200 trabajadores. Activos totales entre 5.001 y 15.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

9. PROYECTOS APROBADOS POR CENTROS



Las empresas se clasifican en dos grupos para su análisis las menores de un año en las cuales se encuentran las empresas de la convocatoria 6 y 7 que son: 7 empresas, y las mayores a un año que son las de las aprobadas en las convocatorias de la uno, dos, tres y cuatro. Que son 57 empresas. De las 64 empresas 3 no recibieron los recursos, por tanto no se constituyeron.

En general a las 54 empresas mayores a un año se les realizó el seguimiento para evaluar los indicadores de gestión exigidos para la condonación de los recursos, estos indicadores son:

91 CONTROL A LOS INDICADORES DE GESTIÓN Y RESULTADOS

Se consideran indicadores de gestión y resultados aquellos que están al alcance de ejecución del Emprendedor o los Emprendedores, con base en los recursos

asignados.

El nivel de cumplimiento de los indicadores de gestión y resultados permitirá determinar al Consejo Directivo Nacional del SENA solicitar o no el reintegro de los recursos y se analizará a partir de la fecha del primer desembolso de los recursos de cada empresa.

Los planes de negocio serán evaluados durante su ejecución, teniendo en cuenta los siguientes indicadores de gestión y resultados, teniendo en cuenta los principales criterios de priorización establecidos en el artículo 7º del decreto 934 del 2003

9.2 GESTIÓN EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO

La gestión en la generación de empleo mide el nivel o grado alcanzado en el cumplimiento de las metas propuestas en cuanto a generación de empleo directo con la ejecución del proyecto.

El indicador se calcula utilizando la relación entre el número real obtenido de empleos en un momento determinado y la programación planteada.

a. Metodología: Se determina teniendo en cuenta los contratos laborales suscritos por la empresa financiada con recursos del FONDO EMPRENDER.

b. Unidad: Cantidad de empleos

c. Frecuencia: trimestral.

d. Ecuación de Cálculo: Siendo GGE= Gestión en la Generación de Empleo; NEDG = Número de Empleos Directos Generados; NEDP = Número de Empleos Directos Programados, entonces:

$$GGE = \left(\frac{NEDG}{NEDP} \right)$$

e. Rango: Valor mínimo: 66% Valor Máximo: > = 100%

f. Interpretación: Cuando el indicador aumenta su valor debe entenderse como una tendencia positiva, ya que será mayor el número de personas ocupadas en la economía, que en definitiva es el objeto primordial de financiar iniciativas empresariales. Este indicador puede ser mayor al 100% en aquellos casos donde la empresa obtenga un mejor desempeño productivo comparado con lo proyectado en su plan de negocios. Cuando el indicador disminuye puede ser el resultado de una mala proyección o de un manejo administrativo deficiente.⁸

Jornales:

a. Por cada jornalero que tenga más de quince jornales contratados se homologa a una solución de empleabilidad (un empleo).

b. Por una cantidad de jornales contratados en fechas pico, se debe considerar una solución de empleabilidad (un empleo), equivalente a 30 jornales contratados independiente del número de jornaleros.

⁸ Para contabilizar el número de empleos en los casos de jornales, maquilas, prestación de servicios y honorarios se tiene en cuenta algunas homologaciones.

Maquilas:

Para todos los empleados con seguridad social que actúan en maquila para las empresas del FONDO EMPRENDER se puede homologar a una solución de empleo siempre y cuando se entregue para efectos del Fondo una declaración, en la cual se exprese que la remuneración por las labores contratadas para el maquinador ascienden a por lo menos un 60% del SMLMV y se establezca una periodicidad superior al mes.

Prestación de Servicios y Honorarios:

Para todas las personas contratadas bajo la modalidad de honorarios o prestación de servicios por las empresas del FONDO EMPRENDER, se puede homologar a una solución de empleo siempre y cuando su remuneración sea proporcional en tiempo empleado al menos de dos y medio salarios mínimos legales mensuales vigentes para profesionales y tecnólogos y en al menos dos salarios mínimos legales para técnicos y técnicos profesionales. Para el resto de personas contratadas bajo esta modalidad en al menos de un salario y medio mínimo legal mensual vigente. La vinculación mediante estas modalidades no debe ser inferior a tres meses y debe respetar todas las condiciones establecidas por la ley como la vinculación como trabajador independiente a la seguridad social.

Temporalidad del indicador:

Los empleos formales superiores a tres meses (continuos o discontinuos) o que estén en vinculación por nómina con más de un pago efectuado, al momento del cumplimiento de los tiempos de duración de los contratos de cooperación se considerarán como un empleo cumplido para la medición del indicador.

9.3 RESULTADOS EN LA EJECUCIÓN PRESUPUESTAL:

Mide el nivel o grado alcanzado en el desarrollo y cumplimiento de las metas propuestas en cuanto a la utilización de los recursos solicitados. El indicador sólo será exigible para los rubros financiados por el FONDO EMPRENDER y no para la totalidad de la ejecución de los recursos del Plan. Adicionalmente, el indicador permitirá evaluar la aprobación de los desembolsos acordados. El indicador se calcula utilizando la relación entre el monto total ejecutado para cada uno de los rubros financiados por el FONDO EMPRENDER, sobre el monto total planeado por ejecutar para el mismo rubro en el momento de corte. (Este valor puede ser el valor de los recursos aprobados o menor si el Emprendedor ha solicitado modificación de su Plan de Inversión o de los requerimientos de su Capital de trabajo).

a. Metodología: Se determina teniendo en cuenta para cada rubro financiado de la empresa con recursos del FONDO EMPRENDER la comparación entre el monto total ejecutado y el monto total planeado a ejecutar.

b. Unidad: Pesos

c. Frecuencia: trimestral

d. Ecuación de Cálculo: Siendo REP= Resultado en la Ejecución Presupuestal; RE = Recursos Ejecutados; RP = Recursos Programados, RF= Rubro Financiado

$$REP = \left(\frac{RE \times RF}{RP \times RF} \right) \times 100$$

e. Rango: Valor mínimo: 70. Valor Máximo: > = 100

f. Interpretación: Cuando el indicador aumenta su valor debe entenderse como una tendencia positiva, ya que indicará el buen manejo de los recursos otorgados por el Fondo, cumpliendo con una de las principales obligaciones de los emprendedores. Cuando el indicador disminuye generaría signos de alerta sobre un inadecuado manejo de los recurso financiados por el FONDO EMPRENDER.

9.4 GESTIÓN EN MERCADEO

Mide el nivel alcanzado en el cumplimiento de las metas propuestas para dar a conocer los productos o servicios desarrollados. El indicador se calcula utilizando la relación entre el número de eventos realizados frente al número de eventos programados.

a) Metodología: Se determina teniendo en cuenta el número de eventos realizados correspondiente a estrategias de mercadeo, publicidad y demás actividades relacionadas con el conocimiento del producto y la empresa y se compara con el número de eventos similares programados

b) Unidad: Número de eventos

c) Frecuencia: Trimestral

d) Ecuación de Cálculo: Siendo GM= Gestión de Mercadeo; ER = Eventos Realizados; EP = Eventos Programados.

$$GM = \left(\frac{ER}{EP} \right)$$

e) Rango: Valor mínimo: 1. Valor Máximo: ≥ 1

f) Interpretación: Cuando el indicador es igual a 1, indica que se está cumpliendo con los compromisos hechos en el plan de negocios presentado.

g) Para efectos de éste indicador, se considera a “evento” a cada actividad relacionada con la divulgación del producto o de la empresa, por ejemplo: participación en ferias, elaboración de portafolio, artículos de prensa, participación en programas radiales y televisivos, entre otros.

9.5 RESULTADO AL EJECUTAR LOS RECURSOS PARA EL MUNICIPIO APROBADO

Mide el resultado alcanzado en el cumplimiento de la meta propuesta correspondiente a la inversión del proyecto en el municipio aprobado o en municipios con igual o menor índice de Desarrollo Humano.

a. Metodología: El indicador se calcula determinando el Índice de Desarrollo Humano del municipio donde se ejecutó el proyecto frente al municipio donde se programó el proyecto.

b. Unidad: Porcentaje de aplicación del índice.

c. Frecuencia: Trimestral

Ecuación de Cálculo: Siendo GIMIDH= Grado de Inversión en Municipios según Índice Desarrollo Humano; IDHE= Índice de Desarrollo Humano Municipio donde se Ejecuto el proyecto; IDHP= Índice de Desarrollo Humano municipio donde se programo el Proyecto.

$$GIMIDH = \left(\frac{IDHE}{IDHP} \right)$$

- d. Rango: Valor mínimo: 0 Valor Máximo: ≥ 1
- e. Interpretación: Cuando el indicado es 1 o mayor que 1 indica que la empresa invierte en un lugar geográfico estipulado con menor Índice de Desarrollo Humano.

9.6 MONITOREO A LOS INDICADORES DE EFECTIVIDAD EMPRESARIAL

Los indicadores de Efectividad Empresarial son aquellos que muestran los avances en la operación de la nueva empresa. Estos serán monitoreados por el Fondo Emprender para conocer el estado de avance de las nuevas empresas, pero no serán determinantes en la solicitud de reintegro de los recursos por parte del Consejo Directivo Nacional del SENA.

9.7 MONITOREO A LAS VENTAS

El monitoreo a Ventas se aplica teniendo en cuenta que el éxito de cualquier proyecto productivo depende de la generación de ingresos en un tiempo programado o planeado. El indicador se calcula utilizando la relación entre la meta lograda en ventas en el tiempo planeado y la meta programada en ventas en tiempo real.

- a. Metodología: Se determina teniendo en cuenta las ventas logradas por la empresa en el tiempo planeado, comparándolas con las ventas programadas en el tiempo real.
- b. Unidad: pesos
- c. Frecuencia: trimestral
- d. Ecuación de Cálculo: Siendo GV= Gestión en Ventas; MLV= Meta Lograda en Ventas; TP =Tiempo Planeado; MPV= Meta Programada en Ventas; TR= Tiempo Real

$$GV = \left(\frac{MLV \times TP}{MPV \times TR} \right)$$

- e. Rango: Valor mínimo: >0, 55. Valor Máximo: = 1
- f. Interpretación: Cuando el indicador aumenta su valor debe entenderse como una tendencia positiva, ya que será mayor el acercamiento al cumplimiento del presupuesto proyectado en el plan de negocios presentado por el emprendedor, lo que garantizaría la sostenibilidad financiera de la empresa. Este indicador puede ser mayor a 1 en aquellos casos donde la empresa obtenga un excelente desempeño productivo comparado con lo proyectado en su plan de negocios. Cuando el indicador disminuye puede ser un cambio en las condiciones planteadas en el estudio financiero del plan de negocios.

9.8 MONITOREO DE LA OPERACIÓN

Nivel o grado alcanzado por parte de la empresa para satisfacer los requerimientos del mercado. Esto implica manejo y conocimiento de inventarios, insumos y equipo instalado, tiempos de producción o entrega de servicios. El indicador se calcula utilizando la relación entre el número de pedidos solicitados o recibidos y el número de pedidos atendidos.

a. Metodología: Se determina teniendo en cuenta la relación entre el número de pedidos solicitados o recibidos y el número de pedidos atendidos.

b. Unidad: Número de pedidos

c. Frecuencia: Trimestral

d. Ecuación de Cálculo: Siendo GP= Gestión de Producción; NPS= Número de Pedidos Solicitados o recibidos; NPA =Número de Pedidos Atendidos

$$GP = \left(\frac{NPS}{NPA} \right)$$

e. Rango: Valor mínimo: 60% Valor Máximo: 100%

f. Interpretación: Cuando el indicador aumenta su valor debe entenderse como una tendencia positiva, ya que será mayor el cumplimiento de la demanda de bienes o servicios hecha a la empresa por parte de sus clientes, lo que otorgará a la empresa mayor credibilidad en el mercado. Cuando el indicador

De las 54 empresas que actualmente superan el año, 8 no cumplieron con los indicadores propuestos por tanto no se condono la deuda y se encuentran en proceso de devolución de activos.

Tabla 1. Proyectos no condonables

proyecto	Nombre empresa	Ciudad	Departamento	Valor Contrato
Servicios Informaticos On Site	MEDIUS TECNOLOGIA E.U.	Bucaramanga	Santander	40.096.000,00
Centro Electrónico de mensajes	CEM Ingeniería E U	Bucaramanga	Santander	77.686.000,00
Chiqui-Travel (Confec. de ropa infantil)	CREACIONES COQUITOS EU	Bucaramanga	Santander	76.970.000,00
CENTRO DISEÑADOR, PRODUCTOR Y COMERCIALIZADOR DE ROPA INFANTIL	CREACIONES HAPPY KIDS E.U.	Barrancabermeja	Santander	59.428.000,00
CAPRINOS, PRODUCCION DE LECHE, VENTA DE ANIMALES EN PIE Y HEMBRAS REPRODUCTORAS	APRISCO CABRITAS E.U.	Girón	Santander	43.318.000,00
EMPRESA DE DESARROLLO AGROINDUSTRIAL Y PECUARIO	EMPRESA DE FOMENTO Y DESARROLLO AGROINDUSTRIAL Y PECUARIO E.U. - FODAGRO E.U. -	Bucaramanga	Santander	70.884.000,00
Producción de Agua y Refrescos Potables	REFRESCOS LA FUENTE E.U.	Puerto Wilches	Santander	55.848.000,00
Colombiana de Hongos	Colombiana de Hongos EU	Piedecuesta	Santander	60.658.500,00

Las empresas mayores a un año han generado hasta el momento 152 empleos

directos y aproximadamente 200 empleos indirectos, de las 54 empresas no cumplieron con el indicador de ejecución presupuestal 8 empresas, los eventos de mercadeo realizados por las empresas durante el primer fueron 216, las ventas totales fueron por un valor de \$. 30'850.000.000 pesos moneda corriente, en lo corrido del tiempo de ejecución de las empresas.

Las empresas menores a un año se encuentran en el proceso de ejecución de los recursos por tanto dichos indicadores no han sido evaluados, sin embargo hasta el momento las empresas han generado 35 empleos, las ventas realizadas hasta el momento tiene un valor de \$. 525.000.300.

En cuanto a los resultados de los indicadores de gestión de las empresas durante el primer año se puede inferir las falencias en planeación y ejecución de presupuestos pues de 54 empresas mayores a un año, 25 pidieron prórroga para lograr el cumplimiento del indicador de ejecución presupuestal, también se evidencian falencias en cuanto a la comercialización el mercadeo y la identificación de canales de distribución, pues del total de empresas mayores a un año ninguna inicio sus actividades comerciales antes de 3 mes.

Los indicadores mencionados anteriormente permiten conocer la situación cuantificable de las empresas, pero existen otros aspectos subjetivos a la actividad empresarial que son de gran importancia, por ser fuentes de competitividad a nivel regional y nacional, (implementación de las TIC'S, logística e infraestructura del transporte, gestión del talento humano.)

Para verificar estos indicadores se realizó un diagnóstico a los 54 empresarios de fondo emprendedor de lo cual se puede concluir que de las 54 empresas solo 14 han recibido alguna capacitación en Tecnologías de la información y la comunicación, 50 se dedican a la comercialización de productos, de las cuales 41 empresarios perciben que el tiempo de entrega y toda la logística que implica

enviar y recibir pedidos podría ser mas rápida y por tanto reducir costos, de los 54 empresarios encuestados solo 15 manifiestas haber realizado negocios por Internet, los mismos 5 empresarios tienen dentro del objeto de su empresa las exportaciones, del total de los empresarios 25 manifiestan tener conocimiento sobre la certificación por competencias laborales sin embargo solo 10 de ellos tiene como requisito que sus empleados estén certificados, pues por lo menos el 30% de las empresas trabajan con outsourcing o con satélites de producción en especial las empresas de los sectores de confecciones y calzado, del total de los empresarios el 80% manifiesta haber tenido problemas en la organización y dirección de sus empresas durante los primeros meses.

10. COMPARACION DE DIAGNOSTICOS

Las mipymes creadas por el fondo emprender presentan un panorama muy similar al de las mipymes de todo el país, pues el tiene bajo grado de sofisticación tecnológica, por su tamaño presentan poca inversión en investigación y tecnología, la carga tributaria es bastante alta y la competencia por ser local se ve directamente afectada por la informalidad empresarial que presenta en el departamento la cual se encuentra aproximadamente en 60%, porcentaje menor al nacional el cual es de 85%, pero de igual modo que en el panorama del país es de gran preocupación para las empresas que se encuentran en la formalidad.

Las empresas de fondo emprender se encuentran en su gran mayoría lideradas por profesionales por tanto se dice que cuentan con una gran fortaleza Regional reafirmando de este modo reflejando la ventaja competitiva que tiene el departamento en cuanto a desarrollo del capital humano de las empresas, a diferencia del diagnostico de la mipymes en Santander y con un concepto mas cercano al diagnostico nacional las empresas de F.E presentan falencias en cuanto a capacitación en tecnologías de la información y la comunicación.

En cuanto a logística e infraestructura en el país en general presenta crecimientos lentos pero representativos, en santander a pesar de ser un departamento con una buena ubicación geográfica respecto a otros departamentos las empresas de Fondo emprender no presentan expansiones de mercado importantes pues la naturaleza de las mismas a excepción de las empresas cuyos objetos son la exportación, se vuelven empresas locales.

En la apuesta competitiva de santander la implementación de cadenas productivas se convierte en un centro de desarrollo con miras a incursionar en los mercados

de los sectores de talla mundial, por tanto se hace necesario revisar los clusters que se están gestando en el departamento, los sectores hacia los sectores productivos hacia los cuales se apunta a nivel nacional y mundial para revisar cuales de las empresas de F.E pueden entrar e estos grupos y de este modo acceder a los mercados objetivo de los mismos.

Según el diagnostico de las mipymes en santander los clusters que se gestan en el departamento son:

1. el clusters del petróleo y gas.
2. el software
3. la biomedicina,
4. el fortalecimiento del conglomerado productivo del cacao en santander,
5. el desarrollo de la mini cadena del bocadillo,
6. estandarización y normalización de la producción de panela en la región del río Suárez.⁹

Los sectores hacia los cuales apunta el departamento son:

Agroindustria con las actividades especificas de cacao, palma de aceite, biodisel y oleoquimica, caña, panela, alcoholes carburantes, frutales, forestales y caucho.

Minería y Energía con los productos y actividades en: oro y carbón, generación de energía eléctrica y combustibles.

Industria específicamente en las actividades de generación de prendas de vestir es decir calzado, confecciones y joyería.

⁹ Fuente: Estadísticas Cámara de Comercio de Bucaramanga.

Servicios: turismo, salud, educación, investigación, desarrollo de la informática.

Los sectores de talla mundial son:

1. Auto-partes
2. Industria grafica
3. Energía eléctrica, bienes y servicios conexos
4. Textiles, confecciones, diseño y moda.
5. Servicios terciarizados a distancia.
6. Software y servicios TI
7. Cosméticos y artículos de aseo
8. Turismo de salud.

CLASIFICACION DE EMPRESAS POR CENTROS:

Tabla 2. Empresas centro empresarial y turístico

CENTRO EMPRESARIALES Y TURÍSTICOS						
Convocatoria	ID	No. cont	cv	Nom Proyecto	Regional	Valor contrato
CONVOCATORIA NACIONAL No. 1	121	2051199	1n	Imagina	Santander	39.380.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 1	305	2051201	1n	Centro Especializado En Servicios Infantiles	Santander	40.096.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 1	905	2051221	1n	Servicios Informaticos On Site	Santander	40.096.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 2	381	2052876	2n	IPS Básica de primer nivel	Santander	77.328.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 2	3080	2052881	2n	comercializadora de citricos	Santander	80.192.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 2	4011	2052884	2n	CAPRINOS,PRODUCCION DE LECHE,VENTA DE ANIMALES EN PIE Y HEMBRAS REPRODUCTORAS	Santander	43.318.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 2	4158	2052885	2n	EMPRESA DE DESARROLLO AGROINDUSTRIAL Y PECUARIO	Santander	70.884.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 2	4919	2052887	2n	FABRICA DE OBLEAS Y DULCES LA FLORIDA	Santander	51.552.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 4	21502	2081497	4n	Centro Clinico Especializado para Animales	Santander	71.126.800,00

Tabla 3. Empresas centro C.A.S.A.

CASA						
Convocatoria	id	No. cont	cv	Nom Proyecto	Regional	Valor contrato
CONVOCATORIA NACIONAL No. 2	6648	2052889	2n	Producción de Agua y Refrescos Potables	Santander	55.848.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 3	11142	2061408	3n	Producción de Lima Tahiti	Santander	80.115.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 3	12697	2061501	3n	Frutas exóticas Chicamocha	Santander	85.456.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 4	20919	2080902	4n	Ceba semiestabulada en Ocamonte	Santander	29.925.300,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 4	22301	2080922	4n	Comercialización de mandarina	Santander	75.463.800,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 5	23974	2080731	5n	Ceba semiestabulada ganado raza Beefmaster	Santander	39.033.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 7	27139	2090792	7n	PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE MARACUYÁ ORGANICA	Santander	83.070.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 7	27138	2090793	7n	PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE PIÑA GOLD-MD2 - ORGANICA	Santander	70.148.000,00

Tabla 4. Empresas Centro Floridablanca

FLORIDABLANCA						
Convocatoria	id	No. cont	cv	Nom Proyecto	Regional	Valor contrato
CONVOCATORIA NACIONAL No. 1	283	2051200	1n	Productora Y Comercializadora El Porvenir	Santander	36.874.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 2	311	2052875	2n	Centro Electrónico de mensajes	Santander	77.686.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 3	3271	2061201	3n	Colombiana de Hongos	Santander	60.658.500,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 3	3278	2061202	3n	Piyamas Infantiles Coquito Fashion's	Santander	46.543.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 4	15773	2081492	4n	Platas de Santander	Santander	78.066.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 4	19480	2080943	4n	Granja Coturnicola Del Pedregal	Santander	51.610.300,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 4	19876	2081503	4n	Ensamble Studio	Santander	47.273.300,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 4	21264	2080934	4n	Confecciones PKS	Santander	55.513.600,00

Tabla 5. Empresas Centro Giron

GIRON						
Convocatoria	id	No. cont	cv	Nom Proyecto	Regional	Valor contrato
CONVOCATORIA NACIONAL No. 1	17	2051254	1n	Elaboración De Ladrillo En Concreto .	Santander	80.192.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 2	47	2052874	2n	Fabric. y comer. de bolsos de cuero	Santander	74.106.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 2	1873	2052880	2n	Chiqui-Travel (Confec. de ropa infantil)	Santander	76.970.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 2	3228	2052882	2n	Fabricacion de recubrimientos en resinas de poliuretano.	Santander	80.192.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 2	5949	2052888	2n	Prod. y comer. De guantes plásticos.	Santander	31.862.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 2	356	2053011	2n	Produc. y comercializ. de trucha arco-iris.	Santander	50.836.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 2	2721	2053014	2n	Producc. sostenible con bovinos doble propósito.	Santander	78.044.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 3	3917	2061208	3n	Inyección de Plásticos	Santander	85.074.500,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 3	9404	2061318	3n	Ganadería de doble propósito en Bocas del Rosario.	Santander	72.485.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 4	18500	2080906	4n	Fábrica de Calzado Vargas	Santander	70.259.400,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 7	19810	2090841	7n	ELECTROPET	Santander	75.686.000,00

Tabla 6. Empresas Centro Barrancabermeja

BARRANCA						
Convocatoria	ID	No. Cont.	CV	Nom Proyecto	Regional	Valor contrato
CONVOCATORIA NACIONAL No. 1	2959	No se firma contrato	1n	Empresa Para Servicios De Telecomunicaciones	Santander	32.220.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 2	517	2052877	2n	PLANTA PARA PROCESAMIENTO DE AGUA Y JUGOS.	Santander	68.736.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 2	635	2052878	2n	SERVICIOS INTEGRALES EN INFORMATICA, INTERNET Y SALA DE JUEGOS	Santander	73.390.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 2	3461	2052883	2n	CENTRO DISEÑADOR, PRODUCTOR Y COMERCIALIZADOR DE ROPA INFANTIL	Santander	59.428.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 3	11305	2061416	3n	MERCERIA EL PORTAL DE DANI	Santander	57.225.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 4	5637	2081502	4n	EMPRESA DISEÑO Y DESARROLLO ELECTRONICO	Santander	62.886.500,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 4	12504	2080923	4n	EMPRESA PRODUCTORA DE ALIMENTOS DE PANADERÍA	Santander	46.405.900,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 4	19374	2080960	4n	CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE RECREACIÓN Y ESPARCIMIENTO	Santander	78.066.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 4	20388	2081523	4n	EMPRESA DE ELECTRONICA	Santander	22.986.100,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 4	21202	2081506	4n	Centro de Acopio para aceite usados	Santander	65.055.000,00

CONVOCATORIA NACIONAL No. 4	23016	2081507	4n	EMPRESA DE JUGUETERIA Y ORGANIZACION DE EVENTOS	Santander	65.055.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 7	29106	2090794	7n	CONFECCION ROPA INDUSTRIAL	Santander	79.378.000,00

Tabla 7. Empresas Centro Malaga

MALAGA						
Convocatoria	ID	No. cont	cv	Nom Proyecto	Regional	Valor contrato
CONVOCATORIA NACIONAL No. 2	4778	2052886	2n	PLANTA DE CONCENTRADOS GARCIA ROVIRA	Santander	80.192.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 4	19962	2080907	4n	Levante engorde y Comercialización de Cachama	Santander	23.419.800,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 5	20820	2080603	5n	CAPRINOS NUEVO HORIZONTE	Santander	62.886.500,00

Tabla 8. Empresas Centro San Gil

SAN GIL						
Convocatoria	ID	No. Cont.	CV	Nom Proyecto	Regional	Valor contrato
CONVOCATORIA NACIONAL No. 2	227	2053010	2n	PRODUCCIÓN EN SISTEMAS DE EXPLOTACIÓN APICOLA PRODUCTOS INDUSTRIALES	Santander	80.192.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 2	574	2060218	2n	PRODUCCIÓN, TRANSFORMACION Y COMERCIALIZACION DE CARNE DE PESCADO EN SANTANDE	Santander	80.192.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 3	9623	2061327	3n	LACTEOS CANADA	Santander	43.109.500,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 5	22688	2080641	5n	CARNICOS GUADALUPE	Santander	66.356.100,00

CONVOCATORIA NACIONAL No. 5	23153	2080658	5n	POSADA Y SPA SANTOS DE PIEDRA E.U.	Santander	65.055.000,00
CONVOCATORIA NACIONAL No. 5	23198	2080663	5n	PRODUCTOS INTEGRALES VIDA SANA E.U.	Santander	65.055.000,00

11. IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES Y PROPUESTAS DE CAPACITACIÓN:

Para las empresas menores a un año se requiere capacitación en planeación, organización y ejecución de presupuestos.

Los empresarios nacientes requieren capacitación en mercadeo e identificación de canales de distribución.

Los empresarios requieren capacitación en Conceptos Básicos de administración, contabilidad y análisis financiero.

45 empresarios requieren capacitación en Tic's y 54 en Comercio electrónico.

De los 54 empresarios a los cuales les realizo el diagnostico 29 requieren sensibilización sobre el proceso de certificación por competencias laborales.

A continuación se mostraran las propuestas de las capacitaciones anteriormente identificadas:

Tabla 9. Administración y gerencia competitiva

**FORMATO PARA ALISTAMIENTO DE MODULOS DE FORMACION
COMPLEMENTARIA**

DISEÑO DE ACCIONES DE FORMACION COMPLEMENTARIA

DENOMINACION DE LA ACCION DE FORMACION	ADMINISTRACION Y GERENCIA COMPETITIVA
JUSTIFICACION	Acercar a los participantes a la comprensión de la realidad de la empresa desde tres ejes: lo humano, lo social y lo tecnológico. Lo humano para que los dirigentes comprendan que es un ser humano, aquel cuyo comportamiento les toca dirigir en el día a día de la vida organizacional y motor de los resultados de la organización. Crear un espacio de reflexión y trabajo académico – práctico para que los participantes elaboren propuestas de intervención y cambio en su propia empresa de tal manera que los conocimientos adquiridos en el programa sean aplicados y se genere un proceso continuo de mejoramiento organizacional
ESTRATEGIA METODOLOGICA	El conjunto de directrices a seguir en el proceso metodológico serán: <ul style="list-style-type: none"> • Presentación de teorías de actualización • Se realizará a través de técnicas didácticas de situaciones creadas para el manejo de las falencias existentes en la entidades • Seminarios de formación con talleres grupales

CONOCIMIENTOS

CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS	1. GERENCIA DE MERCADEO Y DEL SERVICIO
	2. CREATIVIDAD EMPRESARIAL
	3. GESTIÓN DE TECNOLOGÍAS HACIA LA INNOVACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD
	4. HABILIDADES GERENCIALES
	5. DERECHO LABORAL Y SEGURIDAD SOCIAL
	6. GESTION FINANCIERA
	7. GESTION DE PROYECTOS
	8. GESTION EXPORTADORA
	9. GESTION DE TALENTO HUMANO BASADO EN COMPETENCIA LABORALES
	10. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
	11. GESTION DE SALUD OCUPACIONAL
	12. INDICADORES DE GESTIÓN

CONOCIMIENTO DE PROCESO	<ul style="list-style-type: none"> • Formato: Encuesta de Creatividad
CRITERIOS DE EVALUACION	<ul style="list-style-type: none"> • Conciencia de trabajo en equipo • Establecer procedimientos de mejora en el área de trabajo tanto de manera individual como colectiva.
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidades de trabajo en equipo • Objetividad en el enfoque del servicio al cliente interno y externo • Formulación de propuestas de Alta Gerencia
COMPETENCIA	Facilita el servicio a los clientes interno y externos de acuerdo con las políticas de la organización - 210601010
ELEMENTOS DE COMPETENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • 01 Ofrecer Atención a los clientes de acuerdo con las políticas de la organización • 02 Atender a los clientes utilizando las tecnologías y normas de Cortesía

CONTROL DEL DOCUMENTO	
Nombre del Asesor pedagógico	XENIA VIVIANA RODRIGUEZ VEGA
Elaborada por:	XENIA VIVIANA RODRIGUEZ VEGA

Tabla 10. Planeación y Organización empresarial

**FORMATO PARA ALISTAMIENTO DE MODULOS DE FORMACION
COMPLEMENTARIA**

DISEÑO DE ACCIONES DE FORMACION COMPLEMENTARIA	
DENOMINACION DE LA ACCION DE FORMACION	PLANEACION Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL
JUSTIFICACION	<p>JUSTIFICACIÓN: promover la creación de nuevas empresas o fortalecimiento de las mismas, mediante la capacitación en formulación y gestión de proyectos calificados y clasificados con alto contenido de innovación y/o desarrollo tecnológico, que contribuyan al fortalecimiento de las estrategias de competitividad de las regiones, y que estén articulados a sectores productivos de desarrollo estratégico que fomente un nuevo tejido empresariales.</p> <p>OBJETIVO: Capacitar en la formulación y evaluación de proyectos para crear empresa</p> <p>LINEA TECNOLÓGICA: microempresarios</p>
ESTRATEGIA METODOLOGICA	Orientación previa del Instructor de manera directa. Socialización de conocimiento y experiencias, identificación y elaboración de planes de negocio, alternativas de inversión, utilización de los simuladores financieros para realizar la evaluación económica del proyecto y nociones de vigilancia tecnológica entre otras.
CONOCIMIENTOS	
CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS	Identificar y comprender los conceptos relacionados con la formulación y estructuración de proyectos, etapas de los proyectos, clases de proyectos, diferencias entre plan, programa, y proyectos, diferentes alternativas de financiación a nivel interno y externo, planeación estratégica de proyectos, conceptos financieros para la evaluación económica del proyecto, costo de oportunidad, implementación y monitoreo de los proyectos de inversión.
CONOCIMIENTO DE PROCESO	Realización de un proyecto de inversión midiendo los resultados y la ruta crítica, determinar la mejor alternativa y las tasas de oportunidad de los planes de negocio presentados, calcular el estado de resultado en los simuladores financieros.
CRITERIOS DE EVALUACION	Elaborar plan de negocio de su actividad económica identificando cada una de las etapas y realizar la evaluación financiera para establecer perdida o utilidad del proyecto, búsqueda de las alternativas de financiación posibles.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	Capacidad de identificar el plan de negocios, el montaje y la formulación del proyecto y realizar la correspondiente evaluación económica y financiera apoyada de los simuladores financieros, identificar posible red de cooperantes nacionales e internacionales; precisar la relación costo – beneficio del proyecto.
COMPETENCIA	Evaluar los resultados del negocio para ajustar las políticas y presupuesto. Código:210301008
ELEMENTOS DE COMPETENCIA	01. Analizar cualitativa y cuantitativamente la producción y los siniestros, frente a las políticas de suscripción y rentabilidad esperada. 02. Examinar los costos directos, indirectos y demás variables de la operación, determinando su efecto en el resultado del negocio.
CONTROL DEL DOCUMENTO	
Nombre del Asesor pedagógico	XENIA VIVIANA RODRIGUEZ VEGA
Elaborada por:	XENIA VIVIANA RODRIGUEZ VEGA

Tabla 11. Mercadeo y Ventas

**FORMATO PARA ALISTAMIENTO DE MODULOS DE FORMACION
COMPLEMENTARIA**

DISEÑO DE ACCIONES DE FORMACION COMPLEMENTARIA	
DENOMINACION DE LA ACCION DE FORMACION	Mercadeo y Ventas
JUSTIFICACION	<p>Justificación: El mercadeo y las ventas son de vital importancia para los empresarios y emprendedores que deseen posicionar sus empresas y negocios en la mente de sus clientes, usando nuevas estrategias, incrementando así su participación en el mercado, tener mayor cobertura y a la vez mejorar su competitividad.</p> <p>Objetivo: Proporcionar al alumno los conceptos fundamentales que le ayudarán a comprender mejor el Mercadeo y la importancia de la Mezcla de Mercadeo, permitiéndole tener éxito en las ventas de sus productos o servicios y consolidando su empresa en su entorno con una excelente imagen</p> <p>Línea Tecnológica: MICROEMPRESARIOS</p>
ESTRATEGIA METODOLOGICA	Exposición magistral por parte del Instructor, apoyado en diapositivas, talleres, videos y a partir de esta estrategia generar en los aprendices lluvia de ideas par ser debatidas en el grupo, trabajo colaborativo, entorno de las tics.
CONOCIMIENTOS	
CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS	En el desarrollo del programa se conocerá qué es y para qué sirve el Mercadeo, conocer la importancia de la segmentación del mercado, la Investigación de Mercados y la Mezcla de Mercadeo, como El Producto, El Precio, Los Canales de Distribución, La Comunicación y el Servicio al Cliente; todas estas, herramientas claves para el éxito empresarial, el proceso de la venta, factores a tener en cuenta al momento de la venta, fases de una venta y características de los clientes.
CONOCIMIENTO DE PROCESO	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar un diagnóstico del mercado que involucre las diferentes variables internas y externas. - Plantear estrategias de mercadeo acordes a las necesidades de la organización. - Proponer bocetos de campañas publicitarias de acuerdo a los objetivos organizacionales. - Identificar el tipo de promociones acordes a las tendencias del mercado. - Conocer factores que intervienen en la venta - Aprender a usar las técnicas de venta - Conocer las fases de la venta necesarias para realizar un proceso de ventas efectivo - Diseñar sistemas de ventas: por áreas geográficas, por productos, por clientes, mixtas

	- identificar las técnicas de cierre de ventas.
CRITERIOS DE EVALUACION	Realiza un diagnóstico del mercado potencial teniendo presente las variables del entorno. Aplica estrategias de mercadeo necesarias para ubicar los productos en los clientes Utiliza los medios publicitarios para hacer conocer los productos al cliente final Aplica las promociones de acuerdo a las necesidades y tendencias del mercado Aplica las técnicas de venta, utilizando las fases existente en el proceso de ventas Utiliza las diferentes técnicas de cierre de una venta
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	Conocer los factores del medio ambiente que afectan al mercadeo. Comprender el concepto de mercado y analizar los consumidores Conocer las características más importantes que integran el producto Conocer las formas de operar del comercio en nuestro medio y analizar los elementos de la distribución física. Comprender y analizar cada uno de los tipos y técnicas de ventas.
COMPETENCIA	Negociar productos y servicios según condiciones del mercado y políticas de la empresa Código: 260101021
ELEMENTOS DE COMPETENCIA	01 Presentar a los clientes las características, ventajas y usos de los productos o servicios según protocolos de la empresa 02 Cerrar la venta de productos y servicios conforme a las políticas de ventas y los términos de negociación.
CONTROL DEL DOCUMENTO	
Nombre del Asesor pedagógico	XENIA VIVIANA RODRIGUEZ VEGA
Elaborada por:	XENIA VIVIANA RODRIGUEZ VEGA

Tabla 12. Contabilidad

**FORMATO PARA ALISTAMIENTO DE MODULOS DE FORMACION
COMPLEMENTARIA**

DISEÑO DE ACCIONES DE FORMACION COMPLEMENTARIA	
DENOMINACION DE LA ACCION DE FORMACION	CONTABILIDAD
JUSTIFICACION	<p>JUSTIFICACION El propósito de este módulo es el de servir de orientación para la enseñanza y la formación en competencia laboral de la población para su orientación en el mercado laboral</p> <p>OBJETIVO: Lograr a través de herramientas cognoscitivas desarrollar las competencias requeridas para desempeñarse con eficiencia, calidad y responsabilidad en el área contable.</p> <p>Línea Tecnológica: Microempresarios</p>
ESTRATEGIA METODOLOGICA	Elaborar guías de aprendizaje sobre la contabilización de operaciones Básicas, socialización de conceptos sobre contabilizaciones básicas, elaboración de ejercicios sobre asientos contables simples y compuestos aplicando IVA, retención en la fuente, y balance de comprobación
CONOCIMIENTOS	
CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS	Identificar y elaborar asientos simples y compuestos aplicando normas de IVA, retención en la fuente, elaboración de balance de prueba.
CONOCIMIENTO DE PROCESO	Desarrollar los contenidos del programa de contabilidad enfocado hacia el fortalecimiento del conocimiento de la empresa, su entorno interno y externo y sus efectos en la contabilización de las distintas transacciones comerciales, enfocadas hacia las habilidades y destrezas contables
CRITERIOS DE EVALUACION	Elaborar mediante talleres prácticos asientos contables aplicando correctamente los conocimientos vistos relacionados con las diferentes transacciones comerciales enfocados a asientos simples, compuestos, normatividad de IVA y retención en la fuente, clasifica correctamente las cuentas para la elaboración del balance de prueba.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	-Contabilizar los diferentes tipos de operación en el desarrollo del objeto social de la empresa. -Aplicar con transparencia las normas comerciales, tributarias y laborales. -Aplicar los elementos y procedimientos para el ciclo contable en un Proceso manual.
COMPETENCIA	Contabilizar los recursos de operación, inversión y financiación de acuerdo con las normas y políticas organizacionales
ELEMENTOS DE COMPETENCIA	Preparar Y Presentar La Información Contable Y Financiera De Acuerdo Con Normas Y Procedimientos Organizacionales. Código 210301020
CONTROL DEL DOCUMENTO	
Nombre del Asesor pedagógico	XENIA VIVIANA RODRIGUEZ VEGA
Elaborada por:	XENIA VIVIANA RODRIGUEZ VEGA

Tabla 13. Logística y canales de distribución

**FORMATO PARA ALISTAMIENTO DE MODULOS DE FORMACION
COMPLEMENTARIA
DISEÑO DE ACCIONES DE FORMACION COMPLEMENTARIA**

DENOMINACION DE LA ACCION DE FORMACION	LOGISTICA Y CANALES DE DISTRIBUCION
JUSTIFICACION	<p>LINEA TECNOLOGICA: MICROEMPRESARIOS</p> <p>RAMEDICAS DISTRIBUCIONES Y/O CARMEN DEL PILAR ESCOBAR, es una Organización cuyo objeto es la distribución y comercialización de productos farmacéuticos y se encuentra catalogada como DEPOSITO DE DROGAS el cual se rige y es vigilado por el Ministerio de la Protección Social y los Entes de control territorial, como lo es la Secretaria de Salud de Bucaramanga.</p> <p>Esta empresa esta en proceso de expansión y traslado para unas amplias y modernas instalaciones, para lo cual solicito al SENA - Centro de Servicios Empresariales y Turísticos, capacitación en Almacenamiento y Bodegaje, con el fin de implementar los procedimientos y procesos actuales para el Almacenamiento y Bodegaje de los productos que comercializa.</p> <p>Este modulo enseña al trabajador alumno conocer y verificar el cumplimiento de los procesos requeridos en el Almacenamiento y Bodegaje de PRODUCTOS FARMACEUTICOS, en especial, EN LOS DEPOSITOS DE DROGAS, aplicando la normatividad vigente y el proceso de Gestión y de Calidad exigido por los entes regulatorios y de vigilancia del sector, Esta dirigido a todos los colaboradores de la Empresa RAMEDICAS, involucrados en el proceso.</p>
ESTRATEGIA METODOLOGICA	Darle a conocer el contenido del modulo y hacer sus respectivas explicaciones, ofreciéndole a los alumnos todos los espacios y enseñanza didácticos y productivos enseñarle por videos como funcionan las bodegas y almacenes con éxito en la organización de espacios y limpieza.

CONOCIMIENTOS	
CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS	<p>Naturaleza de los productos</p> <p>Glosario básico de una Bodega</p> <p>Conceptos básicos de gestión y administración de una bodega</p> <p>Normatividad vigente para el almacenamiento y bodegaje de los Depósitos de Drogas</p> <p>Normatividad vigente para la gestión y calidad de los Depósitos de Drogas</p> <p>Técnicas de almacenamiento para los Depósitos de Drogas y todo clase de</p>

	<p>producto en general</p> <p>Tipo de maquinaria y herramientas utilizadas en una bodega</p> <p>Tipos de inventarios</p> <p>Normatividad vigente en higiene y seguridad industrial en los Depósitos de Drogas</p>
CONOCIMIENTO DE PROCESO	Identifica las técnicas para el control y conservación de objetos en los procesos de almacenamiento
CRITERIOS DE EVALUACION	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica la naturaleza de la carga • Aplica la Normatividad vigente para el almacenamiento de Productos Farmacéuticos • Aplica la Normatividad vigente para la calidad del proceso de gestión de un Depósito de Drogas. • Aplica las técnicas de almacenamiento y bodegaje. • Aplica el procedimiento de administración y gestión de bodega establecido por la organización • Verifica de forma responsable las condiciones físicas y ambientales para el almacenamiento de objetos según normas establecidas por la organización. • Identifica hábilmente las áreas y zonas para el almacenamiento de los objetos según normas establecidas por la organización. • Verifica cuidadosamente que las áreas estén adecuadamente señalizadas para garantizar la seguridad a las personas y los objetos. • Conoce la simbología utilizada por los procesos de almacenamiento de objetos.
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica tres normas utilizadas en el control de la calidad de los productos farmacéuticos. • Selecciona cinco normas de higiene y seguridad para la conservación de los objetos • Describe por lo menos dos técnicas sobre conservación de los productos farmacéuticos. • Identifica tres normas utilizadas en el control de la calidad de los productos farmacéuticos. • Selecciona cinco normas de higiene y seguridad para la conservación de los productos farmacéuticos.
COMPETENCIA	Almacenar los objetos aplicando las técnicas y normas de seguridad e higiene 210101032
ELEMENTOS DE COMPETENCIA	<ol style="list-style-type: none"> 1- Ubicar los productos farmacéuticos en los diferentes espacios asignados por el sistema y técnicas de almacenamiento. 2- Realizar la toma física de inventarios según métodos o técnicas establecidas por la organización. 3- Conservar los productos farmacéuticos de acuerdo a las normas establecidas

CONTROL DEL DOCUMENTO

Nombre del Asesor pedagógico

XENIA VIVIANA RODRIGUEZ VEGA

Elaborada por:

XENIA VIVIANA RODRIGUEZ VEGA

Tabla 14. Analisis Financiero

**FORMATO PARA ALISTAMIENTO DE MODULOS DE FORMACION
COMPLEMENTARIA**

DISEÑO DE ACCIONES DE FORMACION COMPLEMENTARIA	
DENOMINACION DE LA ACCION DE FORMACION	ANALISIS FINANCIERO
JUSTIFICACION	<p>JUSTIFICACION: La competitividad del mercado exige a las microempresas contar con la liquidez suficiente y oportuna que garantice la óptima utilización y continuidad de sus procesos productivos, el apalancamiento financiero ágil y oportuno de fuentes externas</p> <p>OBJETIVO: Capacitar al microempresario con herramientas financieras para su implementación en el mejoramiento productivo y competitivo de su unidad productiva</p> <p>LINEA TECNOLÓGICA: MICROEMPRESARIOS</p>
ESTRATEGIA METODOLOGICA	Orientación previa del Instructor de manera directa. Socialización de conocimiento y experiencias, debate constructivo entorno a los talleres realizados, consultas, retroalimentación y otras actividades que coadyuven al desarrollo del proceso de aprendizaje, visitas de seguimiento personalizadas a las unidades productivas existentes.

CONOCIMIENTOS	
CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS	Identificar y comprender los conceptos relacionados con la empresa, la organización, la identificación de Oportunidades, amenazas, debilidades, fortalezas, principios básicos contables necesarios para el análisis y la toma de decisiones, estimación de los costos, punto de equilibrio y fijación de precios. Conceptos de marketing, elaboración plan de negocios. Identificación de los recursos financieros
CONOCIMIENTO DE PROCESO	Elaborar mediante una matriz dofa los procesos productivos de la empresa Elaborar mediante una hoja de costeo el proceso de fabricación del producto Diseñar el procedimiento que se sigue para el mercadeo del producto
CRITERIOS DE EVALUACION	Desarrollar lo visto en clase a través del desarrollo de talleres con aplicación de datos reales de la empresa y permitir la elaboración de un plan de negocios acorde con el proceso productivo que este desarrollando
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	El participante conoce los conceptos relacionados con el éxito vs el fracaso de una empresa. Reconoce, analiza y propone soluciones frente a las circunstancias que giran en torno a los factores de éxito y fracaso de una empresa. Aborda los factores de éxito o fracaso desde su propia visión crítica

COMPETENCIA	Formulación de un plan de negocios de acuerdo a su actividad económica. CODIGO:210601003
ELEMENTOS DE COMPETENCIA	Intervenir en el desarrollo de los programas de mejoramiento organizacional que se deriven de la función administrativa

CONTROL DEL DOCUMENTO	
Nombre del Asesor pedagógico	XENIA VIVIANA RODRIGUEZ VEGA
Elaborada por:	XENIA VIVIANA RODRIGUEZ VEGA

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

Las empresas de fondo emprender, constituidas con capital semilla, son empresas de subsistencia que a nivel regional tiene un impacto en el consumo en general, y en el autosostenimiento de las unidades familiares de quien constituye la empresa, pero en general no se esta aportando lo que se debería al tejido empresarial de la región.

La generación de espacios de emprendimiento y de gestiones que busquen incrementar el capital semilla en el país es muy importante, pero igual de importante es generar espacios de acompañamiento mediante capacitación a las empresas nacientes, para contribuir a su sostenimiento.

Las mipymes a excepción de unas pocas no cuentan con el capital y el tamaño de producción necesario para ser competitivas a nivel nacional e internacional, pero son muy grandes para el mercado local, por tanto se hace necesario la entrada de estas en la participación activa de la propuesta competitiva de los sectores de talla mundial.

La propuesta principal se basa en la adopción de los servicios presentes actualmente en el sena, buscando llevar de este modo capacitar a los empresarios en lo que requieren pero si es posible utilizando las capacitaciones aprobadas en el presupuesto para la vigencia del año 2009, la oferta de formación tanto complementaria como titulada que se puede utilizar para el fortalecimiento de las mipymes es:

1. Seguimiento y acompañamiento en asociatividad, empresarismo,

empresarismo.

2. Talleres de trámites especialmente de registros e impuestos.
3. Talleres y capacitaciones en la formulación de planes de negocios y gestión de recursos de financiación y cofinanciación a nivel municipal, regional, nacional e internacional.
4. Asesoría en la formulación de proyectos.
5. Talleres y sensibilizaciones de difusión de convocatorias.
6. Asesoría en normatividad y legislación.
7. Talleres y charlas empresariales.
8. Apoyo y asesoría de imagen corporativa.
9. Seguimiento contable y apoyo en áreas técnicas específicas de ser necesario.

Esta propuesta también comprende la oferta de formación titulada para fortalecimiento de los sectores de talla mundial, mencionando los cupos disponibles para este año, y generando prioridad a las personas que requieran de esta formación que estén vinculados a las mipymes creadas por el capital semilla de fondo emprender, estas capacitaciones y cupos son:

Numero de cupos de aprendices para formación titulada en los sectores de clase mundial.

1. Confecciones, textil, diseño de modas. 740 cupos
2. Auto-partes. 492 cupos
3. Energía eléctrica, bienes y servicios conexos. 79 cupos
4. industria grafica. 166 cupos.
5. Software. 973 cupos
6. Turismo de salud. 65 cupos

BIBLIOGRAFIA

DRUCKER, P. 1985. La Innovación y el empresario innovador. Ed. Edhasa. Pág. 25-26; 35-44.

SEN, Amartya. 1999. Desarrollo y libertad. Ed. Planeta. Pág. 19-75.

MIGUEL ANGEL PINZON AVILA. Factores Claves de Éxito de las micro pequeñas y mediana empresa. 2008

JUAN BAUTISTA FRANCO. Emprendimiento Colombiano: Potencial Creativo para el Desarrollo nacional. 2007

JUAN CARLOS DURAN. Presidente FNG. El Emprendimiento en Colombia. Quinta Parte.

INDICADORES DE EMPRENDIMIENTO. Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Doing Business.

POLITICA DE DESARROLLO EMPRESARIAL. 2009.

DOCUMENTO CONPES 3527. Política Nacional de Competitividad y Productividad. 23 de Junio de 2008.

POLITICA NACIONAL DE EMPRENDIMIENTO, Ley 590 del 2000, Ley 1014 de 2000.

CONPES 3484 DE 2007. Política Nacional para la Transformación productiva y la promoción de las Micro, pequeñas y Medianas empresas. Un esfuerzo Publico y privado.

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO. Perfiles Económicos por Departamento. Julio 2009.

COMITÉ NACIONAL DE COMPETITIVIDAD. Agenda de Competitividad Regional. 2009.

LUZ ENEIDA MOLANO, LUZ ADRIANA VILLAREAL. Diseño de indicadores para la Evaluación de la Gestión de las Pymes en el Área Administrativa.