

**PLAN DE MERCADEO PARA EL PROGRAMA CLUB DE EMPRENDEDORES
EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO DURANTE EL AÑO 2014**

ÁNGELA SUSANA RUANO JIMÉNEZ

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ECONOMÍA
SAN JUAN DE PASTO
2014**

**PLAN DE MERCADEO PARA EL PROGRAMA CLUB DE EMPRENDEDORES
EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO DURANTE EL AÑO 2014.**

ÁNGELA SUSANA RUANO JIMÉNEZ

**Trabajo de grado modalidad pasantía, presentado como requisito para optar
al título de Economista**

**Asesor:
IVÁN FREDY ERAZO
Economista**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ECONOMÍA
SAN JUAN DE PASTO
2014**

NOTA DE RESPONSABILIDAD

“Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo son responsabilidad exclusiva de sus autores”.

Artículo 1 del Acuerdo número 324 de octubre de 1966 emanado por el Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de aceptación

Firma del presidente de Tesis

Jurado

Jurado

San Juan de Pasto, Octubre de 2014

AGRADECIMIENTO

Este espacio es para agradecer aquellas personas especiales, que contribuyeron en mi desarrollo, por la educación, los valores que me inculcaron y por todo el apoyo incondicional que me han brindado.

A mi Dios por ser mi protector y mi guía en esta vida.

A mis padres por el apoyo brindado incondicionalmente en todas las etapas y circunstancias de mi vida.

A mi esposo, por ser mi ejemplo a seguir debido a su constancia y perseverancia en la vida, por enseñarme que en la vida hay que hacer pequeños sacrificios para llenarnos de grandes glorias.

A mi más preciado tesoro, mi hijo, por ser el motivo que me alienta a seguir siempre adelante, a mejorar continuamente para llegar a ser además de profesional, una madre ejemplar.

A mis profesores, por brindarme las herramientas del conocimiento necesarias para poder alcanzar esta meta.

A mis compañeros y amigos, por brindarme una mano amiga cuando más lo necesite.

DEDICATORIA

A Dios, mi Padre Celestial, que guía mis pasos siempre en mi camino.

A mis padres, quienes permanentemente me brindan su cariño, su tiempo, su comprensión.

Especialmente a mi esposo, quien ha sido mi compañero, mi amigo, mi motor y mi apoyo incondicional en la vida.

Y a mi hijo Santiago a quien amo con toda mi alma.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION.....	17
1. MARCO GENERAL DE LA INVESTIGACION	19
1.1 TEMA.....	19
1.2 TITULO.	19
1.3 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	19
1.4 JUSTIFICACIÓN	27
1.5 OBJETIVOS.....	30
1.6 DELIMITACION DEL PROBLEMA	30
2. MARCO DE REFERENCIA	32
2.1 MARCO CONTEXTUAL.....	32
2.2 MARCO TEÓRICO.....	34
2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	39
2.4 MARCO LEGAL	40
3. DEMOSTRACIÓN DE LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO PARA EL PROGRAMA CLUB DE EMPRENDEDORES EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO DURANTE EL AÑO 2014.	43
3.1 ANÁLISIS SITUACIONAL DEL PROGRAMA CLUB DE EMPRENDEDORES.	43
3.2 ANALISIS INTERNO	43
3.2.1 Misión:.....	44
3.2.2 Visión:	44
3.2.3 Propuesta de valor:	44
3.2.4 Política de calidad:	44
3.2.5 Objetivo corporativo:	44
3.2.6 Filosofía de formación de los emprendedores:	44
3.2.7 Método emprender para aprender:.....	45
3.2.8 Organigrama	48
3.2.9 Descripción del área.....	52
3.2.10 Producto / servicio	53

3.2.12	Análisis de precios	54
3.2.13	Análisis de la promoción	55
3.2.14	Evaluación del desempeño interno	55
3.3	ANALISIS DEL ENTORNO EXTERNO	59
3.3.1	Crecimiento y estabilidad de la economía	59
3.3.2	Tendencias políticas.....	64
3.3.4	Asuntos legales.....	65
3.3.5	Cambios tecnológicos.	66
3.3.6	Tendencias culturales.	67
3.3.7	Análisis de la competencia	68
4.	INVESTIGACION DE MERCADOS.....	73
4.1	ANTECEDENTES	73
4.2	OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	73
4.3	OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	73
4.4	DELIMITACION.....	74
4.5	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.....	74
4.5.1	Tipo de estudio.....	74
4.5.2	Fuentes de información.....	74
4.6	PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION.....	75
4.7	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	76
4.8	ENCUESTA.....	77
4.8.1	Desarrollo de los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los niños y jóvenes de la ciudad de Pasto	79
5.	ANÁLISIS DE LOS ELEMENTOS DEL FODA (DIAGNÓSTICO).....	90
5.1	FORTALEZAS.....	90
5.2	DEBILIDADES	91
5.3	OPORTUNIDADES	91
5.4	AMENAZAS	91
6.	PLAN DE MERCADEO	99
6.1	OBJETIVOS DE MERCADEO.....	99
6.1.1	Objetivos del programa club de emprendedores	99
6.2	OBJETIVOS DEL PLAN MARKETING	99

6.2.1	Objetivo general	99
6.2.2	Objetivos específicos	99
6.3	ESTRATEGIAS DE MARKETING	100
6.3.1	Estrategias corporativas	100
6.3.2	Estrategias funcionales	101
6.4	PLANES DE ACCION	109
6.4.1	PLAN SOBRE PRODUCTO/SERVICIO	109
6.4.2	Plan sobre precios.....	110
6.4.3	Coordinación de servicio al cliente	110
6.4.4	Plan sobre la promoción.....	111
6.5	PRESUPUESTO DEL PLAN DE MERCADEO	112
6.6	LOGROS OBTENIDOS DURANTE EL PERIODO DE REALIZACION DE LA PASANTIA.	113
7.	CONCLUSIONES.....	114
8.	RECOMENDACIONES	115
	BIBLIOGRAFÍA.....	116
	NET GRAFÍA.....	117
	ANEXOS	119

LISTA DE DIAGRAMAS

	Pág.
Diagrama No. 1 Sendero Empresarial	20
Diagrama No. 2 Etapas Para la Elaboración de un Plan de Mercadeo	35
Diagrama No. 3 Áreas de Desarrollo	46
Diagrama No. 4 Competencias Emprendedoras	47
Diagrama No. 5 Organigrama del Programa Club de Emprendedores.....	50

LISTA DE IMÁGENES

Pág.

Imagen No. 1 Momentos Formativos	49
Imagen No. 2 Red de Emprendimiento Nacional	65

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro No. 1	Valores Servicio Educativo 54
Cuadro No. 2	Entidades Pertenecientes a la Red Regional de Emprendimiento 66
Cuadro No. 3	Comparativo de las Características de las Metodologías Aplicadas..... 70
Cuadro No. 4	Número de Niños y Jóvenes entre las Edades de 5 a 19 Años 76
Cuadro No. 5	Ponderación Preliminar de los Elementos FODA del Programa Club de Emprendedores. FORTALEZAS 93
Cuadro No. 6	Ponderación Preliminar de los Elementos FODA del Programa Club de Emprendedores. OPORTUNIDADES..... 94
Cuadro No. 7	Ponderación Preliminar de los Elementos FODA del Programa Club de Emprendedores. DEBILIDADES 94
Cuadro No. 8	Ponderación Preliminar de los Elementos FODA del Programa Club de Emprendedores. AMENAZAS 95
Cuadro No. 9	Análisis de las Fortalezas, según su valor de Posibilidad e Importancia, del Programa Club de Emprendedores 96
Cuadro No. 10	Análisis de las Oportunidades, según su valor de Posibilidad e Importancia, del Programa Club de Emprendedores 96
Cuadro No. 11	Análisis de las Debilidades, según su valor de Posibilidad y Gravedad, del Programa Club de Emprendedores 97
Cuadro No. 12	Análisis de las Amenazas, según su valor de Posibilidad y Gravedad, del Programa Club de Emprendedores 97
Cuadro No. 13	Análisis de los Elementos FODA (Resumen del Análisis) del Programa Club de Emprendedores 98
Cuadro No. 14	Factores Claves del Éxito 101

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
GRÁFICO 1	PRODUCTO INTERNO BRUTO DEL MUNICIPIO DE PASTO. PORCENTAJES DE VARIACIÓN PRECIOS CONSTANTES DE 2005. PERIODO 2006- 2010. 60
GRÁFICO 2	TASA DE VARIACION ANUAL DEL PIB, PASTO, NARIÑO, COLOMBIA. PERIODO 2006-2010P 61
GRÁFICO 3	PORCENTAJES DE PARTICIPACION DEL PIB DEPARTAMENTAL Y MUNICIPAL EN PIB NACIONAL. PERIODO 2005- 2010P 61
GRÁFICO 4	PIB PERCAPITA, MILLONES DE PESOS (PRECIOS CONSTANTES 2005) PERIODO 2005- 2010P..... 62
GRÁFICO 5	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES, SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA, MUNICIPIO DE PASTO, 2010..... 64

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A. FORMATO DE ENCUESTA.....	120
ANEXO B. DESARROLLO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS NIÑOS Y JÓVENES DE LA CIUDAD DE PASTO	124
ANEXO C. VALLAS PUBLICITARIAS.....	132
ANEXO D. PUBLICIDAD	133
ANEXO E. VOLANTES.....	134

RESUMEN

El Club De Emprendedores es un programa de formación en emprendimiento, el cual a través de su metodología emprender para aprender, fomenta en los niños y jóvenes desde edades tempranas una cultura de emprendimiento, encaminada a la creación de empresa.

En el siguiente informe se presenta un plan de Mercadeo acorde a los servicios que ofrece el programa Club De Emprendedores, que se desarrolla de la siguiente manera:

En el plan de mercadeo se describe el análisis situacional del programa, el cual incluye un análisis detallado del desempeño interno y externo. Se presenta los detalles del trabajo de campo efectuado mediante técnicas de información primaria, en donde se realizaron encuestas al público objetivo. La información obtenida sirvió de base para la elaboración del plan de mercadeo.

Por otra parte el plan de mercadeo incluye un estudio detallado en tres fases de los elementos del FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), en donde se detallan los objetivos del programa y del plan de mercadeo. Además, se detallan las estrategias de tipo corporativo (concentración y focalización, factores claves del éxito), de tipo funcional (producto/servicio, precios, publicidad), de mercado y posicionamiento (segmentación), de promoción (publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas).

Por ultimo con base a las estrategias, se analizan detenidamente los planes de acción a desarrollar en la promoción del programa y el presupuesto de actividades a realizar, con el fin de poner en marcha el plan de mercadeo que se propone y se describen las conclusiones y recomendaciones hechas por el pasante a la empresa.

ABSTRACT

The De Entrepreneurs Club is a training program in entrepreneurship , which through its methodology undertaken to learn, encourages children and young people from an early age a culture of entrepreneurship, aimed at creating company.

The following report Marketing plan is presented according to the services offered by the Entrepreneurs Club , which develops program as follows :

In the marketing plan situational analysis program , which includes a detailed internal and external performance analysis is described . The details of fieldwork conducted by techniques of primary data , where surveys were conducted target public is presented. The information obtained was the basis for the development of the marketing plan .

Moreover the marketing plan includes a detailed three phases of the elements of SWOT (strengths , weaknesses, opportunities and threats) study, where the program objectives and detailed marketing plan . In addition , strategies for corporate type (concentration and focus, key success factors) , functional (product / service , pricing, advertising) , market and positioning (segmentation) , promotion (advertising, sales promotion are detailed , public relations).

Finally based on strategies, develop action plans to promote the program and budget activities to be performed , in order to implement the marketing plan proposed and described the conclusions are carefully analyzed and recommendations made by the intern to the company .

INTRODUCCION

Una de las políticas actuales de los Países es la de incentivar el emprendimiento desde las instituciones de educación superior, las incubadoras y el sector productivo, pero este esfuerzo requiere que se empiece a cambiar la cultura, siendo necesario la implementación de nuevas metodologías que logren en el individuo nuevos cambios culturales y paradigmáticos hacia un espíritu empresarial, el cual no se está desarrollando y fortaleciendo desde la temprana edad.

Los requerimientos actuales en cuanto a la participación de la población en actividades productivas, hace necesaria la intervención de programas de emprendimiento como eje transversal, dirigidos a sensibilizar a los niños y jóvenes sobre una cultura de emprendimiento, de tal manera que se brinde las herramientas adecuadas que puedan incentivar la creatividad y mejorar la capacidad de los niños y jóvenes tanto en competencias como habilidades, que les permitan tener ideas de negocios innovadoras , emprender iniciativas empresariales e incursionar exitosamente en el mundo laboral.

Según la Ley 1014 de 2006 de Colombia, define el emprendimiento como una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

En Colombia, algunas instituciones públicas y privadas cuentan con metodologías de emprendimiento dirigidas hacia los conocimientos teóricos, careciendo de metodologías de emprendimiento más adecuadas, que permitan la adquisición de herramientas y el desarrollo de habilidades en los niños y jóvenes, de tal manera que se incentive el emprendimiento desde la temprana edad, reflejándose esto, hoy en día, en la falta de iniciativas de emprendimiento tanto empresarial como social y cultural.

El Club De Emprendedores con su metodología “emprender para aprender”, es un programa de formación de emprendedores que viene incursionando en Colombia y en México, desde hace 9 años, siendo uno de los programas con un alto nivel de investigación y de desarrollo de la metodología, obteniendo reconocimientos nacionales e internacionales. Y hoy en día debido a las falencias existentes en el modelo educativo, y a los requerimientos del mercado, se pretende implementar la metodología en el departamento de Nariño, posicionándose en primera instancia, en la ciudad de San Juan de Pasto.

En la actualidad bien sea por la globalización o por el constante crecimiento y competitividad de las diferentes instituciones y empresas, las estrategias de

marketing se han convertido en herramientas fundamentales, bien sea para dar a conocer su mercado objetivo los productos y/o servicios ofrecidos o para atraer nuevos clientes mediante promociones, es por esto que el programa Club De Emprendedores ven en el Marketing la importancia y oportunidad para darse a conocer y posicionarse en el mercado.

El presente proyecto de pasantía tuvo como objetivo realizar un plan de mercadeo para el programa club de emprendedores en el departamento de Nariño, para ello en primera instancia se realizó un análisis situacional del programa. El análisis realizado saca a relucir la necesidad existente de desarrollar un plan de mercadeo que permita dar a conocer el programa y su metodología "emprender para aprender" y donde se plantean estrategias de mercadeo que son de gran importancia para el cumplimiento de los objetivos del programa.

El plan de mercadeo ha sido elaborado con la finalidad de que el Programa Club De Emprendedores para Nariño- Colombia pueda utilizarlo como herramienta para darse a conocer y posicionarse dentro del mercado objetivo.

1. MARCO GENERAL DE LA INVESTIGACION

1.1 TEMA

Emprendimiento.

1.2 TITULO. PLAN DE MERCADEO PARA EL PROGRAMA CLUB EMPRENDEDORES EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO DURANTE EL AÑO 2014.

1.3 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

A continuación se describe de manera conceptualizada las generalidades del programa Club De Emprendedores, ya que el programa no cuenta con estadísticas organizadas que permitan realizar un análisis numérico.

Antecedentes – historia:

El Club De Emprendedores es un programa de formación de emprendedores, el cual nace de una experiencia de vida y el 11 de septiembre de 2004 en presencia de 7 emprendedores y dos guías de formación bajo las directrices de RPG Consultores y el apoyo de Coomeva Cooperativa se emprende el camino a lo que se ha convertido en una luz inagotable y creciente de emprendedores.

Es así como surge el programa Club de Emprendedores, el cual se ha convertido en un formador de emprendedores y generador de iniciativas empresariales innovadoras, dirigidas a la creación de empresa; comenzando en las primeras etapas de formación del ser humano, brindando a niños y niñas a los y las jóvenes, herramientas empresariales a través del método Emprender para Aprender, el cual se define como un sistema de auto-formación continua, progresiva y cooperativa, basada en la experiencia, que constituye un todo integrado en el que se combinan diversos elementos en búsqueda del perfeccionamiento integral del ser, soportado en valores, liderazgo, trabajo en equipo, convivencia y autogestión; logrando con ellos descubrir y potenciar los conocimientos, habilidades, actitudes, valores y principios del emprendedor en el marco de la cultura empresarial.

El Club De Emprendedores inicio en el año 2004 un gran proceso transformador a través de la creación y desarrollo de la metodología "Emprender para Aprender", siendo el principal impulsor del emprendimiento, en niños y niñas entre las edades de 5 a 18 años, quienes han alcanzado un desarrollo evidente de sus competencias emprendedoras, siendo éste el resultado de una permanente investigación y desarrollo de la metodología aplicada.

Dentro del proceso de formación de emprendedores se cuenta con unidades de desarrollo las cuales agrupan a los emprendedores de acuerdo a las edades y afinidades así: Semillas, Soñadores, Exploradores, Planeadores y Emprendedores (Diagrama 1), donde se aprovecha la etapa que está viviendo el niño, para potenciar sus conocimientos, habilidades y actitudes a través del desarrollo de características emprendedoras, La velocidad con la que avanza un emprendedor depende única y exclusivamente de su habilidad y esfuerzo. Todas las actividades del programa son vivenciales, donde a través de experiencias en entornos reales se permite al emprendedor vivir procesos de aprendizaje y reflexión.

Diagrama No. 1 Sendero Empresarial



Fuente: Club de Emprendedores, RPG asociados.

El Programa Club De Emprendedores lleva en funcionamiento 9 años de aplicación de la metodología “emprender para emprender” teniendo un alto nivel de investigación y de desarrollo de la metodología, obteniendo reconocimientos nacionales e internacionales, permitiendo así tener convenios con instituciones extranjeras, esto le ha permitido al programa a través de los años constituirse en un eje fundamental para el desarrollo de los niños y jóvenes.

Logros obtenidos:

Cuando se habla de una cultura empresarial, es algo que no se puede enseñar si no a través del ejemplo; Es así como a través del ejemplo, procesos de sensibilización y aplicación de la metodología se han obtenido grandes resultados, a saber:

- El Club de Emprendedores cierra la brecha y el distanciamiento que existe entre la familia, el colegio, la universidad y la empresa; bajo una plataforma que genera los espacios, momentos formativos y experiencias reales, en los cuales se puede experimentar todas las variables que garantizan la formación de emprendedores.
- Mejora el rendimiento académico en un 85%
- Generación de una nueva cultura de emprendimiento.
- Desarrolla la educación como un estilo de vida.
- Mejora la relación afectiva con la familia.
- Impacto positivo en la región y país a través de las conferencias dictadas por los emprendedores en universidades, colegios, congresos y la participación en eventos de gran importancia.
- Participación en ruedas de negocio y ferias de emprendimiento con altas calificaciones.
- Ser el principal impulsor de formación de emprendedores.

- Alcanzar el nivel de desarrollo y gestión con niños y niñas que desde la edad de 8 años ya manejan presupuestos entre 8 y 9 millones de pesos por semestre en proyectos productivos generados por ellos mismo.
- Presentación como caso exitoso de emprendimiento infantil en el VI Congreso de Emprendedores Colombia 2006 y el III Concurso anual de planes de negocio CEINFI.
- Ponente para el XVII Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial 2006 realizado en Panamá.
- Ponencia para el Congreso Internacional de Emprendedores e Incubadoras de Empresas, CIE 2007 “Impulsando el valor en la cadena”
- Ponentes y Ganadores del IV PREMIO EN HONOR A LA EXCELENCIA EDUCATIVA 2007- Otorgado por el Consejo Iberoamericano – Panamá
- Reconocimiento por decreto No. 2693 de 2007 entregado por la Gobernación del Departamento de Boyacá en el cual exalta a emprendedores por sus aportes en el desarrollo del emprendimiento en el Departamento.
- Modelo empresarial en funcionamiento desde el año 2010, Capriccio Pizza Rodizio, desarrollado por una de nuestras emprendedoras, financiada y beneficiaria de la 8va convocatoria nacional del Fondo Emprender.
- Modelo Club de Emprendedores en operación actualmente en el Colegio Nuevos Horizontes en México.

Personas que han hecho posible la permanencia del Club de Emprendedores

Germán Caicedo Vivas	Psicólogo
Andrés Jojoa Martínez	Administrador de Negocios
Ángela Ortiz Cabrera	Administradora de Negocios
Fabio Gómez Meneses	Ingeniero Agroindustrial
Johana Vallejo	Ingeniera Industrial
Carolina Álvarez	Administradora de Empresas
Ángela Sofía Martínez Águilar	Comunicadora Social
Karen Enríquez Achicanoy	Trabajadora Social
Diana Rosero Salazar	Administradora de negocios
Ricardo Paz Rosero González	Administrador Financiero

Estado actual:

Actualmente el modelo emprender para aprender es abalado por COPARMEX (jóvenes emprendedores), quien eligió este modelo como patrón a seguir en el desarrollo y formación de emprendedores a temprana edad, de igual forma algunas universidades y colegios extranjeros se ha sumado al esfuerzo de formar jóvenes con un perfil emprendedor, basado desde los cimientos de la formación académica, algunos de ellos son: TECNOLÓGICO DE MONTERREY CAMPUS AGUAS CALIENTES, UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MÉXICO, UNIVERSIDAD CUAUHTEMO DE MÉXICO, INSTITUTO TECNOLÓGICO AGUAS CALIENTES, COLEGIO PEDREGAL DE GUADALAJARA, ACADEMY FOR GLOBAL CITIZENSHIP, THE LITTLE VIRGE ACADEMY.

El modelo educativo “emprender para aprender” desarrollado por los niños emprendedores, es aplicado en México por el colegio Nuevos Horizontes Campus Aguas Calientes y en el departamento del Valle del Cauca en la ciudad de Cali, el cual ha demostrado excelentes resultados en el cambio de mentalidad en los estudiantes de nivel básico desde preescolar hasta secundaria, logrando el desarrollo de habilidades y de pensamiento con un enfoque empresarial, en donde cerca de 400 niños que asisten a esta institución académica cuentan con el desarrollo de habilidades empresariales que sin lugar a dudas auguran un mejor futuro.

Hoy en día el programa Club de Emprendedores cuenta con una franquicia en el departamento de Nariño, en donde su sede principal está ubicada en la ciudad de San Juan de Pasto, el programa trabaja en convenio con CETEM (Centro de Estudios de Emssanar), el cual cuenta con una oficina ubicada en las instalaciones del centro educativo y con una sede campestre que cuenta con una infraestructura más que apropiada para el desarrollo de la metodología. Además se han capacitado a 25 guías de formación y a 25 auxiliares de apoyo, quienes serán los encargados del desarrollo de la metodología.

Se busca ampliar la cobertura del programa a todo el departamento de Nariño, iniciando con la oferta del servicio a los niños y jóvenes de las distintas instituciones educativas y empresas de la ciudad de San Juan de Pasto.

Planteamiento del problema:

Colombia es uno de los países con mayores índices de pobreza¹, siendo una de las principales problemáticas, el desempleo, la inseguridad y la educación. De igual manera el departamento de Nariño vive en una constante situación de desempleo² y lastimosamente es una región donde la cultura empresarial se encuentra estancada, siendo necesario que se incentive la cultura de emprendimiento desde edades tempranas, de tal manera que los jóvenes del mañana tomen iniciativas de emprendimiento, ya que la mentalidad de los nariñenses está enfocada hacia una cultura de empleo y no a la generación de empresa, lo que afecta en gran medida el desarrollo económico de la región.

En Colombia como respuesta al desempleo y la necesidad de generar nuevas oportunidades laborales, el gobierno ha planteado la necesidad de realizar acciones para que desde la educación se puedan formar personas que respondan a las exigencias de los nuevos retos del mercado, situación que permite aumentar la empleabilidad de la fuerza laboral en su conjunto.

En el ámbito de la educación a nivel nacional y departamental en cuanto a la educación básica y media, se tienen carencias y debilidades, ya que el modelo educativo está diseñado para formar empleados y no emprendedores, por ejemplo, un joven de secundaria egresa de este nivel sin conocimientos básicos de administración o finanzas, desconociendo lo que es un estado de resultados, un balance o un punto de equilibrio.

Actualmente, se cuenta con entidades que en las últimas etapas del proceso educativo como el pregrado, y el postgrado, han liderado la educación acerca del emprendimiento, al dominio del concepto técnico de la idea de negocio y la elaboración del plan de negocios, con falencias en la formación de emprendedores: personas gestoras, comprometidas, visionarias, con grandes cualidades humanas, siendo ésta una de las principales debilidades que se han identificado al momento de acompañar una iniciativa empresarial, debido a la falta

1 <http://www.portafolio.co/economia/indice-pobreza-colombia>
<http://www.eclac.org/colombia/noticias/documentosdetrabajo/8/45968/ALDistINGHogares.pdf>
<http://www.skyscraperlife.com/latin-bar/66285-informe-de-la-pobreza-cepal-2010-a.html>

2 Coyuntura Económica Regional Departamento de Nariño.2012
http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=99&Itemid=74

de actitudes, habilidades, conocimientos y características emprendedoras que garanticen la culminación exitosa de un emprendimiento.

Por lo tanto en los últimos años, el Ministerio de Educación Nacional ha visto la necesidad de generar iniciativas de emprendimiento en el País, con el fin de incentivar en los estudiantes una cultura empresarial, referenciados en valiosas experiencias que han adelantado algunos establecimientos del País, debido a esto la Secretaria de Educación y Cultura de Nariño, en compañía del Ministerio de Educación Nacional, ha realizado talleres sobre “la cultura de emprendimiento en los establecimientos educativos”³ del departamento de Nariño, ya que se ve la necesidad de que los jóvenes del futuro tengan actitudes emprendedoras y empresariales, que no solo les permita incursionar exitosamente en el mercado laboral, sino también se incentive la creación de empresa, generándose un mayor desarrollo en el departamento.

De tal manera que se rompa el esquema de solo estudiar para conseguir un empleo, por lo tanto esto requiere, entre otras cosas, la revisión, construcción y aplicación de nuevas metodologías que integren todas las disciplinas del saber y donde se confluya en la búsqueda de alternativas de solución que propendan inicialmente la sensibilización y motivación del estudiante de las instituciones educativas en una nueva línea de formación que comprenda los fundamentos teóricos y prácticos en el desarrollo del espíritu emprendedor y el pensamiento empresarial; es por esto que la iniciativa del programa Club De Emprendedores con su metodología “emprender para aprender” ha tenido excelentes resultados en ciudades tanto a nivel nacional como internacional, es así que no solo ha tenido buena acogida por los niños y jóvenes que han optado por ser parte del club, si no que muchos de ellos ya cuentan con empresas propias.

Un emprendedor debe recibir formación desde temprana edad, lo cual se ha demostrado en las principales economías del mundo; el crecimiento económico de la región solo se lograra capacitando a los jóvenes que hoy son el presente y el futuro del país. “La perspectiva económica relaciona una comprensión del fenómeno de emprendimiento desde las acciones del individuo, asumiendo la calificación de “homo economicus” para justificar la maximización de la utilidad y, por ende, su bienestar. Concibe el emprendedor como el dinamizador del

³http://www.sednarino.gov.co/2010/index.php?option=com_content&view=article&id=1101:inicia-la-cultura-del-emprendimiento-en-los-establecimientos-educativos&catid=61:noticias&Itemid=80.

desarrollo económico”, por tanto “La existencia o la falta de emprendimiento es la razón de los desarrollos económicos de una sociedad.”⁴

Hoy más que nunca se requiere de nuevos emprendedores capaces de asumir el reto de cambiar la economía del país, niños que se conviertan en los valientes hombres que fomentan el desarrollo del país. Es por esta razón que se hace necesario que exista dentro del departamento de Nariño programas como el Club De Emprendedores, para que los niños y niñas de hoy y jóvenes del mañana se conviertan en profesionales con aptitudes y actitudes emprendedoras que en un futuro contribuyan en el desarrollo económico del departamento.

El Programa Club De Emprendedores “para la formación del espíritu emprendedor y pensamiento empresarial”, dentro de su proceso de formación integral busca la formación de emprendedores con pensamiento empresarial como línea transversal para el desarrollo humano, enfocando su modelo a la creación de empresa, comenzando en las primeras etapas de formación del ser humano, brindando a niños y niñas, a los y las jóvenes, herramientas empresariales a través del método “Emprender para Aprender”, ya que este provee todas las variables que ponen a prueba la capacidad y el desarrollo de las características emprendedoras, tanto en su entorno social y personal, llevando al emprendedor a un compendio de virtudes humanas.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, y que la metodología del programa Club De Emprendedores, es una herramienta importante para el desarrollo emprendedor de los niños y jóvenes del departamento de Nariño, ya que constituye la base fundamental para que futuras generaciones apliquen una cultura empresarial que no solo permita la creación de empresa si no también la generación de empleo, que contribuya al desarrollo económico de la región en el futuro.

Por tanto, el programa, consciente de que Nariño necesita impulsar el espíritu empresarial, en los niños y jóvenes que son el futuro de la región, se hace necesario implementar la metodología “emprender para aprender”, de manera que se genere trascendencia.

⁴(Schumpeter, 1949; McClelland, 1961; Hagen, 1962; Casson,1982)- (Rosa &Bowes, 1990).

Por consiguiente de acuerdo a la importancia, trascendencia e impacto que en un futuro genera el programa en el desarrollo económico del departamento y además para que más niños y jóvenes tengan la oportunidad de obtener este beneficio se ha optado por aplicar en primera instancia la metodología en la ciudad de San Juan de Pasto en la cual de acuerdo a la investigación de mercados realizada, muestra una aceptación en el mercado objetivo (niños, niñas y jóvenes entre las edades de los 5 a los 18 años), que le permite tanto viabilidad como factibilidad, sin embargo para llegar a esto, el proyecto carece de un plan de mercadeo que le permitirá llegar al cliente final de manera eficiente y poderlo hacer realidad, es por esta razón que este trabajo de pasantía está dirigido a formular un plan de mercadeo para el programa Club De Emprendedores.

Lo anterior con el fin de que el Club De Emprendedores para Nariño-Colombia, tenga en las estrategias de mercadeo una base fundamental para darse a conocer y posicionarse en la ciudad de Pasto y posteriormente en el departamento de Nariño.

Pregunta general:

¿Cuál es el plan de mercadeo que se debe formular para el PROGRAMA CLUB DE EMPRENDEDORES que permita dar a conocer el programa y posicionarlo dentro del mercado nariñense? 2014

Preguntas específicas :

- ¿Cuál es la situación actual del programa CLUB DE EMPRENDEDORES para NARIÑO- COLOMBIA? 2014
- ¿Cuál es el estudio de mercado que necesita el programa club de emprendedores con el propósito de ampliar la cobertura del servicio.2014
- ¿Cuáles son los problemas y oportunidades que tiene el programa CLUB DE EMPRENDEDORES? 2014
- ¿Cuál debe ser el plan de mercadeo, para el programa CLUB DE EMPRENDEDORES?

1.4 JUSTIFICACIÓN

Las pasantías profesionales permiten poner en práctica todos los conocimientos teóricos prácticos adquiridos a lo largo de la carrera, lo que hace que esta sea fundamental para el desarrollo profesional del estudiante, posibilitando al

estudiante adquirir experiencia en un campo acorde a los estudios que realiza en las instituciones universitarias.⁵

En la actualidad, se vive en un mundo globalizado, en donde los gustos, la moda y las necesidades de las personas cambian constantemente, por lo tanto las empresas para mantenerse dentro del mercado y ser más competitivas, se ven en la necesidad de generar estrategias que les permita posicionarse dentro de este; es de ahí la importancia de crear un plan de mercadeo para una empresa o negocio, ya que el plan de mercadeo le permite a la empresa elaborar estrategias que contribuyan a que el producto o servicio que se está ofreciendo tenga gran acogida en el mercado objetivo.

Además el plan de mercadeo juega un papel muy relevante dentro de la empresa o negocio, siendo una de las principales herramienta con la que cuenta la empresa, porque a través de este se promueve, se administra, se investiga y se promociona eficientemente el producto o servicio que se está ofreciendo, además a través de este la empresa podrá saber hacia dónde va y como se va a lograr, creando estrategias que ayuden a cumplir más eficazmente con los objetivos planeados, de esta manera llegar al cliente con seguridad y que perciban en el servicio que se está prestando, mayor responsabilidad y compromiso con ellos.

“La función de mercadotecnia en el presente es muy importante para todas las empresas que se han propuesto conquistar nuevos mercados, permanece en ellos, y sobre todo saber interpretar, definir, poner en práctica los planes de mercados óptimos para enfrentar los grandes retos y oportunidades que los actuales escenarios presentan”⁶.

En el plan de mercadeo se detalla con claridad, los objetivos, las estrategias y las actividades que se deben realizar dentro de una empresa, de tal manera que el producto o servicio que se lance al mercado con seguridad sea acogido por el cliente en el mercado. “En el plan de mercadeo se detallan los pasos a seguir para lanzar los productos al mercado, los medios que se utilizarán, los canales de distribución, el precio de los productos, etcétera. Podría decirse que este plan de mercadotecnia es la columna vertebral del negocio, ya que si este falla, se corre el riesgo de quebrar por falta de flujo”.⁷

⁵http://coordinaciondepasantiasetipadredehon.blogspot.com/2012_04_01_archive.html

⁶<http://www.gestiopolis.com/Canales4/mkt/implanmer.htm>

⁷<http://www.ideasparapymes.com/contenidos/pymes-emprendiendo-plan-de-negocios-inversion.html>

Por tanto, teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, se refleja la importancia del Programa Club De Emprendedores por desarrollar un plan de mercadeo que le permita, dar a conocer su servicio en el departamento de Nariño, tomando como mercado objetivo inicial a los niños y jóvenes entre las edades de 5 a 18 años de la ciudad de San Juan de Pasto, y llegar a ellos de la manera más adecuada.

De acuerdo a que el estudiante de economía, dentro de su formación profesional, tiene la obligación de aportar al desarrollo económico de la sociedad y observando en el programa Club De Emprendedores, una herramienta fundamental, para las futuras generaciones, es de ahí que nace la iniciativa de realizar la pasantía en el Club De Emprendedores.

Además, El Club De Emprendedores, es una institución que le brinda al practicante credibilidad y confianza para poder hacer efectivos todas las actividades que conllevan a realizar un buen proyecto, además le brinda todas las herramientas necesarias para su buen desempeño y profundizar sus conocimientos administrativos por medios de su metodología “emprender para aprender”, permitiéndole al estudiante crecer a nivel personal y profesional. Lo anterior permite que lo proyectado llegue realmente y beneficie a los niños con los que se va a trabajar.

Por tanto después de realizar un estudio e investigación del programa, debido a la ausencia de estrategias de mercadeo, como herramienta fundamental para que la metodología “emprender para aprender” se pueda dar a conocer en la región, se hizo necesario el desarrollo de un plan de mercadeo para el programa en el departamento de Nariño, en donde se creó estrategias que le permitirán darse a conocer y atraer nuevos clientes y brindarle a la empresa un proceso de planeación de mercado eficiente que genere resultados exitosos, y que en un futuro a corto plazo la aplicación de la metodología de emprendimiento se pueda expandir a los niños y jóvenes de las distintas instituciones educativas y empresas en el departamento.

El interés del programa Club De Emprendedores por realizar un plan de mercadeo radica en potenciar sus recursos y así incrementa sus ventas logrando una participación importante dentro del mercado objetivo y permitiendo al programa cumplir con los objetivos trazados dentro de la organización por medio de un direccionamiento claro y ordenado. Además la realización del plan de mercadeo le

permitió al estudiante, adquirir conocimientos importantes para la formación como economista y poner en práctica lo aprendido durante el transcurso de los estudios universitarios.

En la actualidad es muy importante tener conocimiento como profesional de todas las ramas que tiene esta carrera para tener una visión más amplia en la búsqueda de empleo, pero destacarse en todas es difícil, las pasantías permiten decidir cuál es en la que mejor se desenvuelve.

1.5 OBJETIVOS

Objetivo general:

Formular un plan de mercadeo para el programa club de emprendedores en el departamento de Nariño durante el periodo 2014.

Objetivos específicos:

- Realizar un análisis situacional del PROGRAMA CLUB DE EMPRENDEDORES.2014
- Realizar un estudio de mercado. 2014
- Realizar un análisis DOFA, con el fin de detectar las DEBILIDADES, OPORTUNIDADES, FORTALEZAS y AMENAZAS del programa Club De Emprendedores.2014
- Desarrollar el plan de mercadeo.

1.6 DELIMITACION DEL PROBLEMA

Universo de estudio: Niños y jóvenes entre las edades de 5 a 18 años, acompañados de los padres de familia de la zona urbana de la ciudad de San Juan de Pasto

Espacio geográfico: La investigación se desarrolló en la zona urbana de la ciudad de San Juan de Pasto.

Tiempo a investigar: La investigación se realizó a partir del primer día de inicio de la pasantía que corresponde al día 27 de julio de 2013 hasta el día 30 de julio de 2014 que corresponde a la fecha de finalización de la misma.

Tiempo a emplear: El plan de mercadeo para el PROGRAMA CLUB DE EMPRENDEDORES, se realizó dentro del año de duración de la pasantía, para que la puesta en práctica del plan sea exitosa.

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1 MARCO CONTEXTUAL

El proyecto de pasantía se realizó en el departamento de Nariño, y en primera instancia se desarrolló en la ciudad de San Juan de Pasto, durante el segundo periodo del año 2014, con el fin de que a partir de la realización de un plan de mercadeo, se pueda incrementar la participación del programa Club De Emprendedores en el departamento.

Escenario

Departamento de Nariño: El Departamento de Nariño fue creado por ministerio de la Ley Primera el 6 de agosto de 1904, con las regiones segregadas del antiguo Departamento del Cauca, con Pasto como su capital. Dicha Ley fue sancionada por el Presidente José Manuel Marroquín en el último día de su gobierno. Siendo presidente de la República el General Rafael Reyes, nombró su primer gobernador a Don Julián Bucheli Ayerbe, quien tomó posesión del cargo el 18 de octubre de 1904 ante el Doctor José María Navarrete, Presidente del Tribunal del sur. Una de sus principales realizaciones fue la creación de la Universidad de Nariño.

La creación del Departamento de Nariño, no fue una concesión gratuita. Fue el resultado de una gestión colectiva, tesonera e histórica de los habitantes de Nariño y su nombre es un homenaje al Precursor de la independencia, Don Antonio Nariño.⁸

Ubicación y localización geográfica:

El Departamento de Nariño está situado en el extremo suroeste del país en la frontera con la República del Ecuador. Su capital es San Juan de Pasto.⁹

Extensión y límites:

La superficie es de 33.268 kilómetros cuadrados y limita por el norte con el Departamento del Cauca (franja del territorio en litigio) por el este con el Departamento del Putumayo (franja de territorio en litigio), por el sur con la República del Ecuador y por el oeste con el Océano Pacífico.¹⁰

⁸www.narino.gov.co/index.php/es/nuestro-departamento/historia

⁹[http://es.wikipedia.org/wiki/Nari%C3%B1o_\(Colombia\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Nari%C3%B1o_(Colombia))

¹⁰<http://www.turismopasto.com/turismo-narino.html>

División administrativa:

El Departamento está dividido en 63 municipios: Pasto, ciudad capital, Albán, Aldana, Ancuya, Arboleda, Barbacoas, Belén, Buesaco, Colón, Consacá, Contadero, Córdoba, Cuaspud, Cumbal, Cumbitara, Chachagüi, El Charco, El Peñol, El Rosario, El Tablón, El Tambo, Francisco Pizarro, Fúnes, Guachucal, Guaitarilla, Gualmatán, Iles, Imúes, Ipiales, La Cruz, La Florida, La Llanada, La Tola, La Unión, Leiva, Linares, Los Andes, Magüi, Mallama, Mosquera, Nariño, Olalla Herrera, Ospina, Policarpa, Potosí, Providencia, Puerres, Pupiales, Ricaurte, Roberto Payán, Samaniego, San Bernardo, San Lorenzo, San Pablo, San Pedro de Cartago, Sandoná, Santa Bárbara, Santa Cruz, Sapuyes, Taminango, Tangua, Tumaco, Túquerres y Yacuanquer; 230 corregimientos, 416 inspecciones de Policía, numerosos caseríos y sitios poblados. Los municipios están agrupados en 20 círculos notariales, con un total de 25 notarias, un círculo principal de registro con sede en Pasto y 7 oficinas seccionales de registro con sede en municipios de Barbacoas, Ipiales, La Cruz, La Unión, Samaniego, Tumaco y Túquerres; un distrito judicial con 11 cabeceras: Barbacoas, Ipiales, La Cruz, La Unión, Samaniego, Tuquerres y Tumaco en el Departamento de Nariño y Mocoa, Sibundoy y Puerto Asis en el Departamento del Putumayo. El Departamento conforma la circunscripción electoral de Nariño. El primero de Enero de 1995 tenían registrados 118.104 predios urbanos y 242.264 rurales.

Clima:

El relieve permite disfrutar de temperaturas cálidas, templadas, frías, y de páramo. Las lluvias en el área interandina son superiores a los 3.000 m.m. disminuyendo en el altiplano nariñense donde son inferiores a los 1.000 m.m.; en el Piedemonte amazónico las lluvias son superiores a los 4.0000 m.m. en el Departamento se encuentra el Parque Nacional de Sanquianga, los Santuarios de Flora y Fauna, Galeras e isla de la Corota, y 47 áreas de reserva natural, en los municipios de Barbacoas, Chachagüi, Ricaurte, Pasto y Yacuanquer.

Demografía:

Según datos de proyección de población del DANE para el año 2004 es de 1632.093 habitantes, de los cuales 714.481 corresponden a cabeceras municipales y 917.612 al sector rural agrupados en 238.735 hogares y 224.450 viviendas. La población de 10 años y más, según condición de actividad, está distribuida en 51% económicamente activa, 20% estudiantes, 24% oficios del

hogar, 1% jubilados y pensionados y el 4% en otra situación. La población actual se ha originado de la mezcla de españoles e indígenas, entre estos últimos los Quillacingas y los Patos; posteriormente los españoles trajeron negros africanos como esclavos, muchos de los cuales se convirtieron en cimarrones y se ubicaron en la cuenca del Patía y en el sector costero. En el Departamento se encuentran 38 resguardos; predominan las familias Quillacinga y Awa, con 76.828 indígenas, correspondientes al 6,36% de la población y que ocupan 258.637 hectáreas del territorio departamental. La constitución política de Colombia de 1991 y mediante la Ley 70 de 1993, han otorgado reconocimiento a las negritudes y sus derechos; estas se encuentran concentradas principalmente en la faja del litoral Pacífico, donde se encuentra el mayor número de comunidades y pobladores.¹¹

2.2 MARCO TEÓRICO

Con el fin de garantizar el éxito del plan de mercadeo, fue importante incluir en el presente estudio algunas bases teóricas que influirán de manera directa o indirecta en su ejecución. Entre estas se tiene:

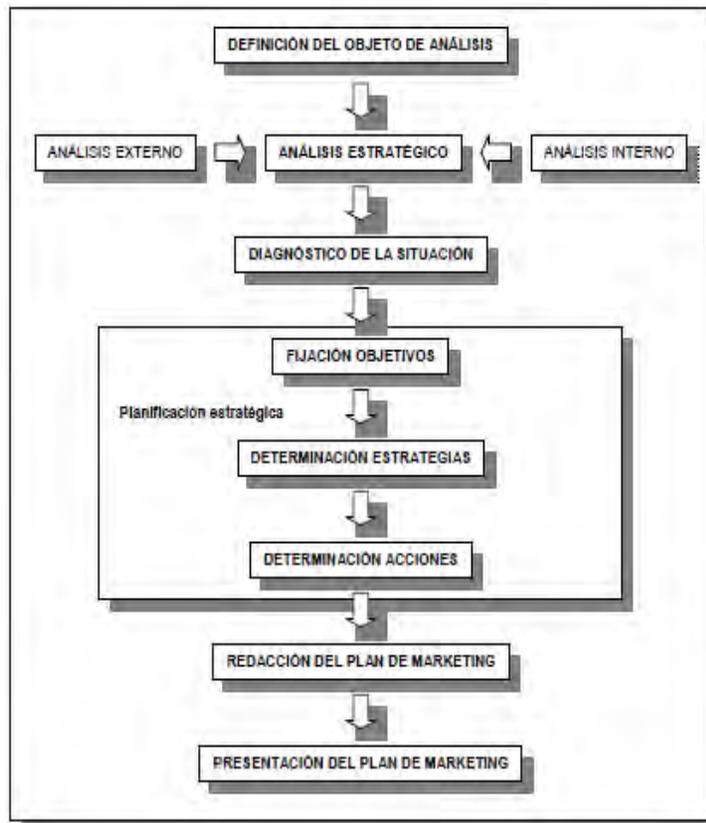
El plan de mercadeo. Es un documento en el que de una forma estructurada se definen los objetivos comerciales a conseguir en un periodo de tiempo determinado y se detallan las estrategias y acciones que se van a acometer para alcanzarlos en el plazo previsto¹².

El plan de mercadeo requiere de un proceso previo de estudio, reflexión y toma de decisiones, antes de llegar a su elaboración y presentación pública, es necesario seguir con cada una de las siguientes etapas:

¹¹ <http://www.narino.gov.co/index.php/nuestro-departamento/historia>.

¹² UNIVERSIDAD MARIANA, Unidad de Emprendimiento Colectivo Espíritu Creativo y Emprendedor, Guía de Emprendimiento, Para Crear Tu Propia Empresa

Diagrama No. 2 Etapas Para la Elaboración de un Plan de Mercadeo



Fuente: EducaMarketing-2005, Guía para la elaboración de un plan de marketing.

¿Para qué sirve un Plan de mercadeo?

Las principales aplicaciones que presenta un plan de mercadeo son las siguientes:

- Constituye una herramienta de gran utilidad para el propio equipo de trabajo ya que permite detectar errores y planificar adecuadamente la puesta en marcha del negocio con anterioridad al comienzo de la inversión.
- Es un documento para la gestión de recursos. Facilita la obtención de la financiación bancaria o de capital semilla en la medida que concluya todos los aspectos relacionados con la viabilidad del negocio.
- Puede facilitar la negociación con proveedores.
- Captación de nuevos socios o colaboradores.

- Reevaluar su negocio, buscar alternativas, poner en práctica acciones y así reorientarlo.
- Para conseguir una licencia o una franquicia de una compañía nacional o extranjera.

Según sea la magnitud del proyecto, la realización del plan de negocios puede llevar días o varios meses. No se trata solo de redactar un documento sino de imaginar, concebir y poner el modelo de negocios que hemos ideado. Es decir, antes de iniciar la elaboración del plan de negocios es preciso resolver los siguientes interrogantes: ¿Qué bienes o servicios se pretenden oferta?, ¿Cuáles son los atributos?, ¿Qué los diferencia de los existentes en el mercado?, ¿A quiénes vamos a vender nuestros productos?, ¿Cómo vamos hacerlos conocer?, ¿Que estrategias vamos a desarrollar para que los clientes encuentren mayor satisfacción en su consumo?, ¿Qué vamos hacer para que los clientes adquieran los productos?

Las ideas en abstracto pueden ser geniales, pero si no se tiene en claro cómo transformarlas en realidad, pueden no encontrar apoyo, tambalearse frente a los problemas o quedar olvidadas en el tiempo.

Si bien los aspectos financieros y económicos son fundamentales, un plan de negocios no debe limitarse solo a estos. La información cuantitativa debe estar sustentada en propuestas estratégicas, comerciales, operacionales, organizacionales y de armonía con el medio ambiente.

Investigación de Mercados¹³. La investigación de mercados es el proceso a través del cual se recolecta determinada información procedente del mercado con el fin de ser analizada y, en base a dicho análisis, poder tomar decisiones o diseñar estrategias.

Los pasos necesarios para realizar una investigación de mercados son:

¹³ANÓNIMO, Pasos para realizar una investigación de mercados, Abril 28 de 2012, Disponible en internet: <http://www.crecenegocios.com/pasos-para-realizar-una-investigacion-de-mercados/>

- **Determinar la necesidad u objetivos de la investigación**

Se debe establecer cuál es la razón que motiva el desarrollo de la investigación, por ejemplo, hallar una oportunidad de negocio, prever el futuro de un negocio, conocer la viabilidad de un nuevo negocio o producto, hallar la razón o solución a un problema, analizar la competencia, pronosticar nuestra demanda, o confirmar una hipótesis, etc.

Identificar la información que se va a recolectar

Con base en los objetivos de investigación, se estipula que información se requerirá para el análisis, por ejemplo, si el objetivo de investigación es detectar una oportunidad de negocio, la información que se puede necesitar es la que permita conocer las necesidades de los consumidores, los nuevos gustos, las nuevas modas, las tendencias de consumo, los nichos de mercado no atendidos, entre otros. Es decir encaminar la investigación.

Determinar las fuentes de información

Una vez se conoce cuál será la información o datos a recolectar, se determina cuáles son las fuentes que suministrarán dicha información, que pueden ser: la población objeto de estudio, clientes, investigaciones hechas previamente, datos históricos, estadísticas, publicaciones, Internet, etc.

Definir y desarrollar las técnicas de recolección

Una vez definida cuál será la información que se va a necesitar, y de dónde se obtendrá, es menester identificar el cómo se conseguirá, lo cual hace referencia a las técnicas, métodos o formas de recolección de datos que se emplearán; entre los que se encuentran:

- **La Encuesta.** Esta consiste en una interrogación verbal o escrita. Cuando la encuesta es verbal se hace uso del método de la entrevista, y cuando es escrita se hace uso del cuestionario. Una encuesta puede ser estructurada, cuando está compuesta por listas formales de preguntas que se les formulan a todos por igual, o no estructurada, cuando permiten al encuestador ir modificando las preguntas en base a las respuestas que vaya dando el encuestado. En las encuestas se debe formular preguntas que permitan

adquirir la información necesaria para alcanzar los objetivos de la investigación.

- **Observación Directa.** Consiste en observar personas, hechos, objetos, acciones, situaciones, etc. Sin influir en su comportamiento.
- **Experimentación.** La técnica de experimentación consiste en procurar conocer directamente la respuesta de los consumidores ante un determinado producto, servicio, idea, publicidad, etc. Esta técnica es empleada en pruebas de productos, degustaciones, laboratorios de mercado, entre otros.
- **FocusGroup.** El focusGroup o grupo focal consiste en reunir a un pequeño grupo de personas con el fin de entrevistarlas y generar un debate o discusión en torno un producto, servicio, idea, publicidad, etc., y así conocer las ideas, opiniones, emociones, actitudes y motivaciones de los participantes.
- **Sondeo.** El sondeo es un método sencillo y de bajo costo que se caracteriza por hacer preguntas orales simples y objetivas. Del mismo modo, permite obtener respuestas sencillas y objetivas.

- **Recolectar la información**

Una vez establecida la información que se precisa, las fuentes de dónde se conseguirá, y los métodos necesarios para obtenerla, se debe recolectar la información. Para ello, se designa previamente a las personas encargadas o responsables de ésta tarea, cuándo empezará y cuánto tiempo durará.

- **Analizar la información**

Una vez que recolectada la información, se procede a contabilizarla (conteo de datos), luego a procesarla (clasificar los datos, tabularlos, codificarlos) y, por último, a interpretarla, analizarla y a sacar conclusiones.

- **Tomar decisiones o diseñar estrategias**

Y, por último, con base en el análisis realizado, se pasa a tomar decisiones o diseñar las estrategias a que haya lugar.

La investigación de mercados juega un papel crucial en el desarrollo del presente trabajo de grado, pues constituye uno de los pilares de la planeación de un negocio y la evaluación del mismo, permitiendo dar cumplimiento a los objetivos específicos del estudio.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

DESEMPLEO

Paro forzoso o desocupación de los asalariados que pueden y quieren trabajar pero no encuentran un puesto de trabajo. La Puesta en marcha del presente plan de negocios reducirá progresivamente este índice, colocando dinero en circulación a través de salarios e incentivando así el consumo y la producción.

ESTRATEGIA

Es la definición en el tiempo y en el espacio de procesos de orientación general, principios y organización en cuyo marco deben operar las acciones e instrumentos a fin de conseguir objetivos previamente formulados.

ESTRATEGIAS DE MARKETING

Es la combinación de variables conocidas como elementos del marketing, llamadas también las 4p (producto, precio, plaza y promoción).

MATRIZ DOFA

Es un instrumento de ajuste importante, que ayuda a los gerentes a desarrollar cuatro tipos de estrategias: estrategias de fortalezas y debilidades, estrategias de debilidades y oportunidades, estrategias de fortalezas y amenazas y estrategias de debilidades y amenazas.

MERCADEO ESTRATÉGICO

Función cuya finalidad, es orientar la empresa hacia las oportunidades económicas atractivas para ella, es decir, completamente adaptadas a su curso y a su saber- hacer y que ofrecen un potencial de crecimiento y rentabilidad.

MERCADO

Es el lugar o ambiente social bien sea físico o virtual, donde confluyen oferentes y demandantes para realizar intercambio de bienes y servicios. Comprende todas las organizaciones, hogares e individuos con necesidades o deseos y además con la capacidad y voluntad para comprar los bienes y servicios necesarios para responder a dichas necesidades o deseos. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio formal y no regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes. Un mercado bien definido y caracterizado, permite crear y ejecutar estrategias bien dirigidas y por lo tanto con una mayor probabilidad de éxito.

OBJETIVOS

Resultados específicos que se pretenden alcanzar en una organización por medio del cumplimiento de su misión básica.

2.4 MARCO LEGAL

EL PROGRAMA CLUB DE EMPRENDEDORES PARA NARIÑO- COLOMBIA, es regido por el código de comercio y está inscrito en la Cámara de Comercio, y la DIAN a la luz de su objeto social.

Leyes

- **La ley 1014 de 2006**

El Programa Club De Emprendedores, se rige bajo la ley 1014 de 2006 conocida con el nombre de “Fomento a la cultura del emprendimiento”¹⁴, la cual se estructura dentro de unas bases sólidas gubernamentales y de los entes de control a nivel central, departamental, regional y en última instancia local. Su marco de creación comprende una serie de ideas creativas y competentes que incentivan de manera directa y segura la creación de microempresas con igualdad y oportunidad.

¹⁴<http://ley1014deemprendimeinto.blogspot.com/2007/06/ley-1014-de-emprendimeinto.html>

Fundamental resulta que desde los entes educativos se inculque la idea base que germinará en la explosión organizada y bien fundamentada de todo un proyecto ambicioso en beneficio de cada Colombiano que reciba la suficiente capacitación, tenga el empeño sólido de su idea empresarial y amparado en la protección estatal de esta ley saque a flote su mejor capacidad en beneficio del país, de sí mismo y de la economía rentable de la nación.

Todo se vale, se apoya y se sostiene; el origen de estas nuevas instituciones emprendedoras debe venir apoyado principalmente en aspectos y valores del desarrollo humano con autoestima, autonomía, trabajo en equipo, solidaridad, asociación, etc., que darán en un final resultado en empresas exitosas firmes y sostenibles a mediano y largo plazo.

Según disposiciones de la Ley 1014 de 2006; en todos los establecimientos oficiales o privados que ofrezcan educación formal es obligatorio en los niveles de la educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, cumplir con:

- Definición de un área específica de formación para el emprendimiento y la generación de empresas, la cual debe incorporarse al currículo y desarrollarse a través de todo el plan de estudios.
- Transmitir en todos los niveles escolares conocimiento, formar actitud favorable al emprendimiento, la innovación y la creatividad y desarrollar competencias para generar empresas.
- Diseñar y divulgar módulos específicos sobre temas empresariales denominados "Cátedra Empresarial" que constituyan un soporte fundamental de los programas educativos de la enseñanza preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, con el fin de capacitar al estudiante en el desarrollo de capacidades emprendedoras para generar empresas con una visión clara de su entorno que le permita asumir retos y responsabilidades.
- Promover actividades como ferias empresariales, foros, seminarios, macro ruedas de negocios, concursos y demás actividades orientadas a la promoción de la cultura para el emprendimiento de acuerdo a los parámetros establecidos en esta ley y con el apoyo de las Asociaciones de Padres de Familia.

Ley 905 del 2 de agosto 2004¹⁵

OBJETO DE LA LEY: Por medio de la cual se modifica la ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de las empresas colombianas y se dictan otras disposiciones.

Esta ley es pertinente para el plan de negocio por cuanto en ella se puede encontrar la información referente a las políticas de fomento al crecimiento de las empresas colombianas así como los entes de apoyo y control de las pequeñas medianas y grandes empresas lo que permite aprovechar los programas que brindada el estado con el fin de impulsar y apoyar a las empresas que aportan a la economía del país.

¹⁵RAMA LEGISLATIVA - PODER PÚBLICO, Ley 905 de 2004, Agosto 2 de 2004, Disponible en internet: www.elabedul.net/Documentos/Leyes/2004/Ley_905.pdf

3. DEMOSTRACIÓN DE LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO PARA EL PROGRAMA CLUB DE EMPRENDEDORES EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO DURANTE EL AÑO 2014.

3.1 ANÁLISIS SITUACIONAL DEL PROGRAMA CLUB DE EMPRENDEDORES.

Es de vital importancia establecer un análisis interno y externo eficaz que permita realizar un análisis completo del programa.

3.2 ANALISIS INTERNO



Descripción de la empresa

El club de emprendedores, es un programa de formación en emprendimiento, su principal labor consiste en desarrollar el Espíritu Emprendedor y el Pensamiento Empresarial en torno al conocimiento, las habilidades, actitudes, valores y principios del emprendedor en el marco de la cultura empresarial.

El Club de Emprendedores es una oportunidad para que los seres humanos descubran la luz que llevan dentro, es una vivencia real del juego de la vida, de la empresa, del compartir, reconocer, aprender y enseñar aquello que se ha creado y que permite potenciar los conocimientos, habilidades, actitudes, valores y principios del emprendedor en el marco de la cultura empresarial.

Permitiendo de manera voluntaria y abierta que el proyecto de vida del emprendedor, se haga realidad, brindando el apoyo y los medios que harán posible alcanzar sus metas, para que cada uno y todos juntos construyamos un mundo más humano y más digno, en su vida individual y empresarial.

3.2.1 Misión:

Fomentar en los niños y jóvenes el espíritu emprendedor y pensamiento empresarial para formar emprendedores capaces de dar soluciones a las necesidades del mañana.

3.2.2 Visión:

Ser para el año 2015 en Colombia y México, el principal modelo de formación juvenil para el desarrollo del espíritu emprendedor y pensamiento empresarial, convirtiéndose en un estilo de vida para los niños y jóvenes que contribuirán al crecimiento económico y el bienestar social de la región y el país.

3.2.3 Propuesta de valor:

Kids doing business (niños haciendo negocios)

3.2.4 Política de calidad:

EL CLUB DE EMPRENDEDORES es un programa pionero que permite a los niños y jóvenes convertirse en emprendedores a través del método Emprender para Aprender, dirigida por profesionales altamente competentes que aseguren la formación en valores, actitudes, habilidades y conocimientos permanentemente evaluados y mejorados.

3.2.5 Objetivo corporativo:

Desarrollar una cultura del emprendimiento en los niños y jóvenes a través del método emprender para aprender.

3.2.6 Filosofía de formación de los emprendedores:

Realmente el ser humano interioriza los saberes en la medida que: El lugar, el espacio y el tiempo se lo permitan; los cuales deben aparecer como una necesidad básica que les posibilite su preparación para afrontar el juego de la vida, saberes que forman parte integral de la filosofía de formación de los emprendedores del Club, los cuales son:

- **Saber ser:** Resultado de la reflexión interior, es tener conciencia de mí mismo.

- **Saber hacer:** Se origina en la pregunta que se hacer y se representa en el conjunto de habilidades y destrezas que se ponen en acción para realizar una determinada tarea o acción. El hacer viene de la habilidad es algo que llevamos para toda la vida, es como montar bicicleta cuando se aprende no se olvida.
- **Saber estar:** Es entender a los demás en su demora y entenderme a mí en la espera. Es tener conciencia de que no estamos solos en el mundo. “Como entender el mundo si solo lo miramos con nuestros ojos.” Ricardo Paz
- **Saber conocer:** Es el entendimiento de las circunstancias, del tiempo, del lugar, del espacio, del entorno y todo lo que encierra, nos permite tener claro los conceptos y la verdad de la realidad.
- **Saber crear:** Es no limitarnos, es tener un pensamiento diferente, es dar significado a la vida y abrir las puertas a lo desconocido, a lo irreal aquello que no existe pero puede existir y sin darnos cuentas siempre ha existido.
- **Saber emprender:** Es poner en práctica mi reflexión de crear, es dar a luz a mi pensamiento.
- **Saber aprender:** Es poder reconocer lo que sucede e interiorizarlo y transformarlo en verdadera enseñanza de vida, manifestándose en la praxis.
- **Saber sentir:** Es entenderme a mí mismo y los demás percibiendo las emociones que emanan nuestros sentidos.
- **Saber tener:** Es tener conciencia de lo material y sus beneficios personales y sociales.
- **Saber Vivir:** Es simplemente tener conciencia de mí ser en mí actuar.

Su trabajo se fundamenta en:

3.2.7 Método emprender para aprender:

El método Emprender para Aprender es un sistema de auto-educación–formación cooperativa, continua, progresiva, afectiva y motivante basada en la vivencia real, que constituye un todo integrado en el que se combinan diversos saberes en búsqueda del perfeccionamiento integral del ser humano.

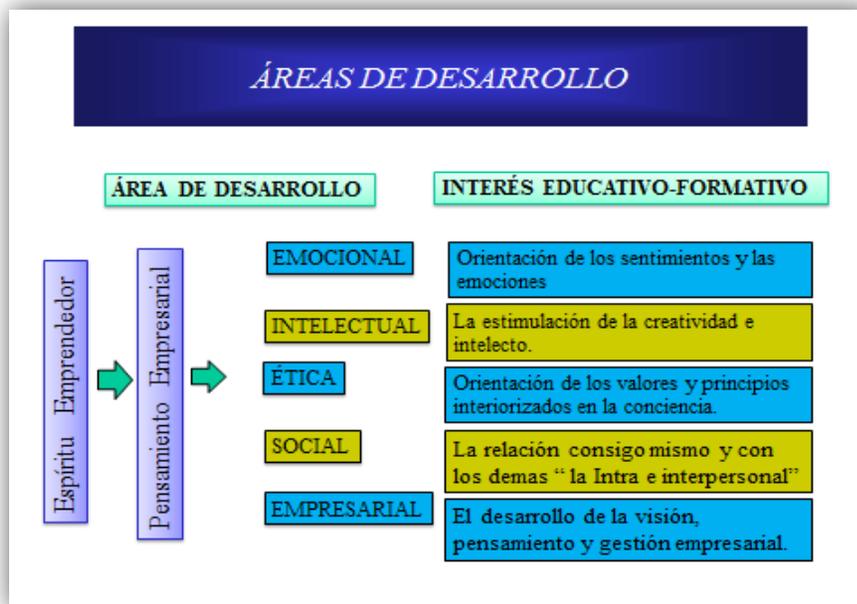
Su principal labor consiste en desarrollar el espíritu Emprendedor y el pensamiento empresarial en torno al conocimiento, las habilidades, actitudes, valores y principios del emprendedor en el marco de la cultura empresarial. Permitiendo de manera voluntaria y abierta que el proyecto de vida del emprendedor, se haga realidad, brindando el apoyo y los medios que harán

posible alcanzar sus metas, para que cada uno y todos juntos podamos construir un mundo más humano y más digno, en su vida individual y empresarial. Las dos áreas de desarrollo esenciales en el proceso de formación de los emprendedores se exponen en el diagrama número 3.

El espíritu emprendedor, constituye la línea transversal conductora de todo el Programa del Club de Emprendedores, de manera que su interiorización posibilita la identificación y distinción de una nueva generación de grandes seres humanos que construyen y transforman el país.

Cuando se habla del **espíritu emprendedor**, se hace referencia al ser humano, de su actitud frente a las circunstancias de la vida, de un conjunto de características personales que le permiten actuar de manera diferente, como asumir riesgos moderados, tomar decisiones, planificar y hacer seguimiento, etc. Cuando se habla del **pensamiento empresarial**, está relacionado a la visión empresarial, al plan de negocios y la gestión empresarial.

Diagrama No. 3 Áreas de Desarrollo



Fuente: Club de Emprendedores, RPG asociados.

- **COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS**

Es la preocupación del *emprendedor* por realizar el trabajo y *cualquier tarea* de la mejor forma posible o por sobrepasar los estándares de excelencia establecidos.

Diagrama No. 4 Competencias Emprendedoras



Fuente: Club de Emprendedores, RPG asociados

- **Unidades de competencia**

Cada unidad que se desarrolla en el Programa para la formación del espíritu emprendedor y pensamiento empresarial desde la temprana edad, dirigida a la creación de empresa a través del método emprender para aprender, guarda su razón de ser al proceso evolutivo del ser humano. En cada una de las unidades se desarrollan diferentes actividades que contribuyen a la formación de emprendedores y a su filosofía institucional, que permite a través de la vivencia y el juego real de la vida desarrollar la metodología *Emprender para Aprender*.

- **Estándar de desempeño**

- Toma en cuenta su propio rendimiento en el pasado (superación).

- establece sus propios objetivos medibles de excelencia (orientación a resultados),
- trabaja para alcanzar los estándares establecidos (competitividad).
- Establece objetivos realistas y retadores (mejoramiento continuo)
- Busca conseguir aquello que nadie antes ha conseguido (innovación).
- Toma acciones repetidas o diferentes para sobrepasar un obstáculo.
- Se mantiene fiel a su propio juicio frente a la oposición o la falta de éxito inmediato.
- Asume riesgos moderados.
- Prefiere situaciones que implican riesgos moderados.
- Establece objetivos claros y específicos a corto y largo plazo.
- Querer trabajar correctamente.
- Realizar análisis de la relación costo beneficio.
- Persiste en sus esfuerzos para concretar un negocio.

Principios del emprendedor

- Un emprendedor cumple lo que se propone.
- Un emprendedor conquista los desafíos que se le presentan.
- Un emprendedor encuentra la oportunidad donde los demás encuentran riesgos.
- Un emprendedor nunca se queja, da soluciones.
- Un emprendedor aprovecha las oportunidades antes de que sean demasiado obvias.
- Para un emprendedor los obstáculos marcan el camino para llegar al éxito.
- Un emprendedor no es inmediatista porque reconoce que en su esfuerzo se verá en el éxito a largo plazo.
- Un emprendedor hace de su vida un sueño y de su sueño una realidad.
- Un emprendedor sueña y establece la ruta para alcanzarlo.
- Para un emprendedor cada meta alcanzada es el principio de un nuevo emprendimiento.
- Un emprendedor nunca entrega nada donde no ha puesto todo su corazón.
- Un emprendedor hace de su palabra una verdadera acción.
- Un emprendedor siempre piensa en grande.
- Para un emprendedor todo es posible
- Para un emprendedor después del último no viene un sí.

Momentos formativos:

Se trabajan distintos momentos formativos que contribuyen positivamente en la formación de los emprendedores los cuales son:

- Trabajos al aire libre.
- Caminatas emprendedoras.
- Conferencias emprendedoras.
- Campamentos.
- Visitas empresariales.
- Juegos de aprendizaje.
- Peregrinajes empresariales.

Imagen No. 1 Momentos Formativos

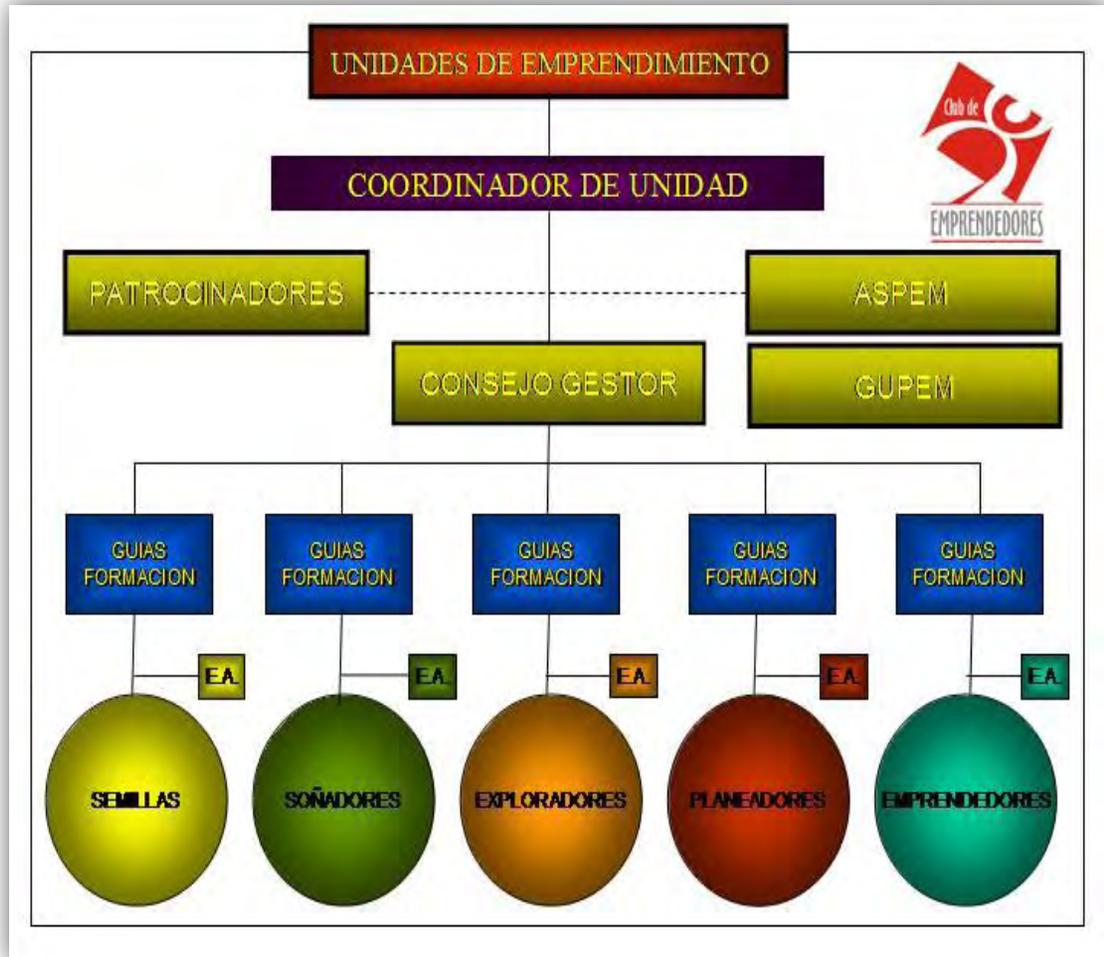


Fuente: Club de Emprendedores, RPG Consultores

3.2.8 Organigrama

El esquema gráfico de la estructura funcional del programa, se aprecia en el siguiente diagrama.

Diagrama No. 5 Organigrama del Programa Club de Emprendedores



Fuente: club de emprendedores RPG asociados.

ESTRUCTURA FUNCIONAL

- **Coordinador de unidades:** Es el encargado, dirigir, coordinar, orientar y supervisar las actividades técnicas y administrativas de la institución de acuerdo a los objetivos y estrategias establecidos en el programa.
- **Patrocinadores:** son los encargados de brindar apoyo financiero para que los niños y jóvenes de bajos ingresos puedan acceder al servicio ofrecido por el programa club de emprendedores.
- **ASPEM:** asociación de padres de emprendedores

- **GUPEM:** grupo de padres emprendedores
- **Consejo gestor:**
 - **Guías de formación:** son los encargados de llevar a cabo la aplicación de la metodología emprender para aprender en los niños y jóvenes, lo que finalmente conduce al proceso de formación propiamente dicho.
 - **Equipo de apoyo:** son las personas encargadas de realizar dos funciones importantes: Realizar un acompañamiento durante la llegada y salida de los niños de las instalaciones educativas y apoyar al guía durante el proceso de formación, el uso de los recursos didácticos y la supervisión en momentos de recreación de los niños y jóvenes.
 - **Niveles de formación:**

Semillas: La unidad está conformada por niños y niñas entre los 5 a los 8 años, se denomina semillas, porque es la primera unidad la cual es la base, los cimientos, de aquellas personitas que han iniciado un nuevo sendero, un camino hacia el espíritu emprendedor y el pensamiento empresarial.



Soñadores: la unidad está conformada por los niños y niñas entre los 8 a los 11 años, se denominan soñadores, porque se caracterizan por su gran imaginación y creatividad.



Exploradores: la unidad está conformada por los niños y niñas entre los 11 a los 15 años, se denominan exploradores, porque se caracterizan por su necesidad de experimentar nuevas cosas, ya que son arriesgados y curiosos.



Planeadores: la unidad está conformada por los niños y niñas entre los 15 a los 18 años, se denominan planeadores, porque su etapa de vida se caracteriza por proyectarse a futuro y empiezan a fijarse metas y crean su propia visión de vida.



3.2.9 Descripción del área

El área administrativa está enmarcada en la planificación, coordinación, dirección y ejecución de las labores por medio de un conjunto de actividades en forma sincronizada, para alcanzar la visión, misión y objetivos trazados por las unidades de emprendimiento.

FUNCIONES REALIZADAS POR EL ÁREA:

- Fijan las estrategias para alcanzarlas y coordinar actividades.
- Se define que tareas se realizan quienes las realizan.
- Plan de comunicación.
- Gestión de su talento humano.
- Coordinar y supervisar la ejecución de actividades por parte de su personal.
- Elaborar informes de gestión de las actividades realizadas.

Descripción de actividades a realizar

- Realizar el plan de mercadeo para la empresa
- Diseñar estrategias de venta
- Apoyar en el funcionamiento del club en la ciudad de Pasto.
- Apoyar al coordinador en la fijación de estrategias para alcanzar.
- Asistir al coordinador en realización de convenios con instituciones educativas, cooperativas y empresas.
- Apoyar al coordinador en toma de decisiones, para determinar medios de comunicación para promoción del club de emprendedores.
- Asistir al coordinador en la organización de la feria empresarial, semana de la juventud, feria expo latina entre otras.

3.2.10 Producto / servicio

La empresa en la que se va a realizar el estudio, es un programa de formación de niños emprendedores, a través de la aplicación de la metodología emprender para aprender, desarrollada por el Club de Emprendedores RPG consultores, con el fin de satisfacer las necesidades y requerimientos del mercado objetivo.

El programa oferta principalmente servicio educativo personalizado, con una metodología innovadora basada en dos aspectos muy importantes como son el espíritu emprendedor y el pensamiento empresarial; trabajando con niños y jóvenes entre las edades de los 5 a los 18 años. Teniendo en cuenta diferentes momentos formativos, que permiten que el niño y el joven experimenten vivencias reales de la vida cotidiana, como son trabajos al aire libre, caminatas emprendedoras, participación en conferencias, campamentos, ferias, peregrinajes empresariales, formación en principios y valores del emprendedor.

La oficina del programa Club de Emprendedores se encuentra ubicada en las instalaciones del centro de estudios de Emssanar (SETEM), el cual se encuentra ubicado junto a la iglesia del Señor del Rio, en el barrio san Felipe. Permittedole al cliente recibir información del programa más fácilmente.

La sede del Club de Emprendedores está ubicada, en el sector de Obonuco, en las antiguas instalaciones del colegio San Felipe Neri. Las instalaciones están adecuadas en una zona campestre que permite que los niños y jóvenes, puedan desarrollar sus actividades en los ambientes propicios.

Las instalaciones del Club, están decoradas de manera sobria, pero acogedora, de tal manera que el niño se sienta familiarizado y en confianza con el lugar.

3.2.11 Principales mercados / plaza

“El mercado es el centro de los esfuerzos de marketing de la empresa, y se establecen las metas y objetivos según dónde quiere estar la compañía y qué pretende lograr en dicho mercado”¹⁶.

El programa se encuentra ubicado en en la ciudad de San Juan de Pasto. Sus principales mercados son los municipios del departamento de Nariño, específicamente los municipios donde se tenga más fácil acceso para realizar la promoción del programa, principalmente se realizara en el municipio de Pasto. El nicho de mercado son los niños y jóvenes entre las edades de 5 a 18 años, ya que la metodología que se pretende ofrecer va dirigida a este grupo de personas.

3.2.12 Análisis de precios

Los precios para cada uno de los niveles se exponen en el Cuadro nº 1.

Cuadro No. 1 Valores Servicio Educativo

NIVEL	INSCRIPCIÓN	MENSUALIDAD	SEGURO	TOTAL
SEMILLAS de 5 a 8 años	15.000	40.000	15.000	70.000
SOÑADORES De 8 a 11 años	15.000	40.000	15.000	70.000
EXPLORADORES De 11 a 15 años	15.000	40.000	15.000	70.000
PLANEADORES De 15 a 18 años	15.000	40.000	15.000	70.000

Fuente: elaboración propia, información tomada del programa Club de Emprendedores

¹⁶ Belch & Belch. Publicidad y Promoción. Pág 47

3.2.13 Análisis de la promoción

La promoción del programa CLUB DE EMPRENDEDORES, está dirigida inicialmente a todos los niños y jóvenes de la ciudad de San Juan de Pasto. El programa Club De Emprendedores cuenta con muy poca publicidad en la ciudad. Actualmente la promoción se basa principalmente en impresos a manera de volantes publicitarios para circulación, con una oficina ubicada en las instalaciones del centro de estudios CETEM y también se dispone de la Página Web <http://www.clubdeemprendedores.com>

3.2.14 Evaluación del desempeño interno

A continuación se hace una evaluación del desempeño interno, en donde el siguiente cuadro de evaluación de desempeño, consta de unas casillas donde se colocan los aspectos a evaluar, se marca con una **X** la casilla de **SI**, si el programa cumple con los aspectos y **NO** si la empresa no los cumple, además se califica los aspectos teniendo en cuenta las escalas de 1 a 5 de acuerdo al cumplimiento de cada uno de estos, y en caso de que el programa no cuenta con un aspecto se califica con cero.

ASPECTOS	SI	NO	CALIFICACIÓN	JUSTIFICACIÓN	RECOMENDACIÓN
Organización legal de la empresa	X		5	La empresa está inscrita ante la superintendencia de industria y comercio y la DIAN, a la luz de su objeto social. Cumple respectivamente con las obligaciones legales.	

ASPECTOS	SI	NO	CALIFICACIÓN	JUSTIFICACIÓN	RECOMENDACIÓN
Organización funcional	X		5	Las funciones están correctamente designadas y sus objetivos claramente desarrollados	
Información de la empresa	X		5	La empresa está claramente definida	
Mercado objetivo	X		3	Se define con claridad cuál es el mercado objetivo	Se recomienda recopilar información y datos claves que describan mejor el comportamiento del mercado objetivo
Las 4ps del producto	X		5	El servicio es totalmente confiable	
Las 4ps del precio	x		5	El precio es competitivo frente a los que maneja la competencia	
Las 4ps del mercado/plaza	x		5	El programa se encuentra ubicado en la ciudad de San Juan de Pasto.	
Las 4ps de promoción		X	1	El programa cuenta con un sistema de promoción	Se recomienda aplicar diferentes tipos de estrategias de promoción que permita el reconocimiento del programa.

ASPECTOS	SI	NO	CALIFICACIÓN	JUSTIFICACIÓN	RECOMENDACIÓN
Recurso tecnológico		X	3	El programa no cuenta con una plataforma en internet que presente el portafolio de servicios que se ofrece.	Se recomienda implementar una plataforma que presente el portafolio de servicios que se ofrece en el programa.
Recursos humanos	X		5	El programa cuenta con un personal especializado y capacitado para guiar a los niños y jóvenes en la búsqueda de su espíritu emprendedor y empresarial.	
Infraestructura	X		5	El programa, cuenta con unas instalaciones campestres, adecuadas y cómodas para el desarrollo de actividades para la formación emprendedora de los niños y jóvenes.	

ASPECTOS	SI	NO	CALIFICACIÓN	JUSTIFICACIÓN	RECOMENDACIÓN
Plan de mercadeo para el programa club de emprendedores		X	0	El programa club de emprendedores no cuenta con un plan de mercadeo.	Se recomienda implementar un plan de mercadeo para el programa club de emprendedores.
Estrategias de marketing	X		3	Se tiene objetivos operativos y corporativos	Se recomienda implementar estrategias claras, basadas en los objetivos.
Clima organizacional interno	X		5	Se tiene excelentes relaciones interpersonales entre miembros del programa.	
PUNTUACIÓN			3.6		

Fuente: información tomada del programa club de emprendedores.

Conclusiones

Al evaluar el desempeño interno del programa club de emprendedores, la cual obtuvo un promedio de 3.6, se puede concluir que se encuentra legalmente constituido, y que cumple con todas las leyes que se requieren para el buen funcionamiento de la institución, además cuenta con un personal capacitado que les brinda a sus clientes un excelente servicio.

En cuanto a las cuatro Ps del producto o servicio se tiene que el programa Club de Emprendedores cuenta con un servicio totalmente confiable, que les permitirá a los niños y jóvenes encaminarse hacia el espíritu emprendedor y pensamiento empresarial, además se cuenta con precios competitivos y con una adecuada ubicación geográfica que les permite a los niños y jóvenes desarrollar la metodología “emprender para aprender” en los ambientes propicios.

Por otra parte el mayor problema interno del programa Club De Emprendedores radica en que no cuenta con un sistema de promoción y un plan de mercadeo que permitan el reconocimiento del programa.

3.3 ANALISIS DEL ENTORNO EXTERNO

3.3.1 Crecimiento y estabilidad de la economía

Las prioridades de las familias generalmente se ajustan en brindar a sus protegidos comodidades y bienestar, considerando la educación como uno de los factores que genera progreso y un futuro seguro y promisorio a los niños y jóvenes, por lo que consideran una inversión importante y necesaria en actividades que promuevan el desarrollo personal de sus hijos e hijas. Pues están seguros que una buena formación educativa permitirá que sus hijos en el futuro puedan ser competitivos y contar con mejores oportunidades laborales, permitiéndoles desenvolverse positivamente y tener una mejor calidad de vida.

En Colombia, las oportunidades laborales son muy escasas frente a su amplia demanda. Los altos niveles de desempleo registrados en los últimos años han permitido vislumbrar nuevas alternativas para la generación de empleo, entre ellas se destaca el apoyo al fomento de la cultura de emprendimiento orientada a propiciar un ambiente favorable hacia la creación de empresa. En varios países del mundo el emprendimiento ha contribuido de manera decidida a superar el estancamiento de la economía y confrontar de manera estructural el problema de desempleo.

Según el análisis de las cuentas económicas de Pasto¹⁷, la dinámica economía de la ciudad de Pasto se ha caracterizado por ser cíclica y volátil durante los últimos años, mostrando una tendencia decreciente del crecimiento local, comportamiento que afecta la posibilidad de generar los niveles de empleo que se requieren y reducir las altas tasas de desempleo existentes.

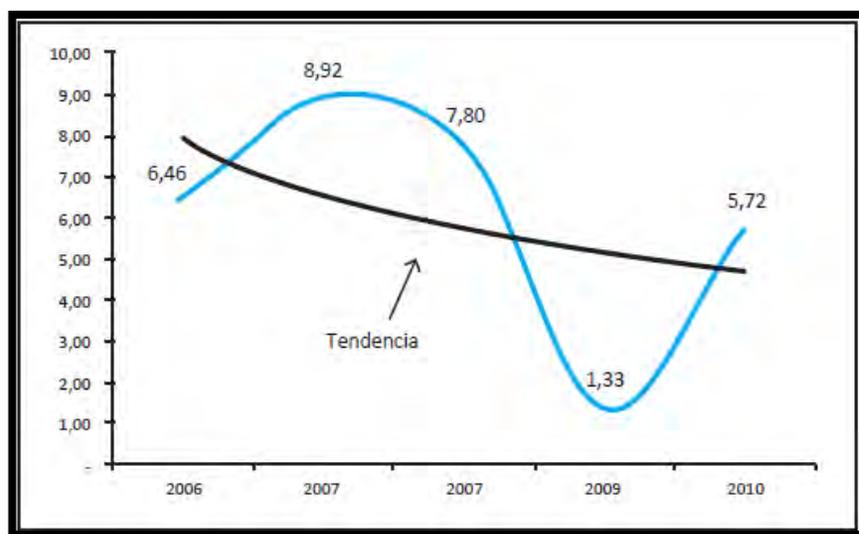
Evidenciando la volatilidad de la economía del municipio, se observa que ésta ha tenido coyunturalmente un notable crecimiento en el año 2006 (6,43%) y un crecimiento negativo 2009 (1,33%) sin embargo mantuvo un crecimiento promedio

¹⁷ Universidad de Nariño, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Centro de Estudios de Desarrollo Regional y Empresarial –CEDRE. Cuentas Económicas del municipio de Pasto. 2005 – 2010.

(simple) del 6%, bastante por encima del promedio departamental (3,8%) y del nacional (4,28%) en el período 2006 – 2010¹⁸. (Gráfico No. 1).

Dicha volatilidad estaría advirtiendo que la economía del municipio es muy sensible a choques, o perturbaciones, derivadas de las políticas económicas nacionales y regionales¹⁹, y aún de las externas dado el carácter de frontera que tiene el departamento de Nariño, del cual Pasto es su capital²⁰.

Gráfico No. 1 Producto interno bruto del municipio de Pasto porcentajes de variación precios constantes de 2005. periodo 2006- 2010.



Fuente: cuentas económicas de la ciudad de Pasto

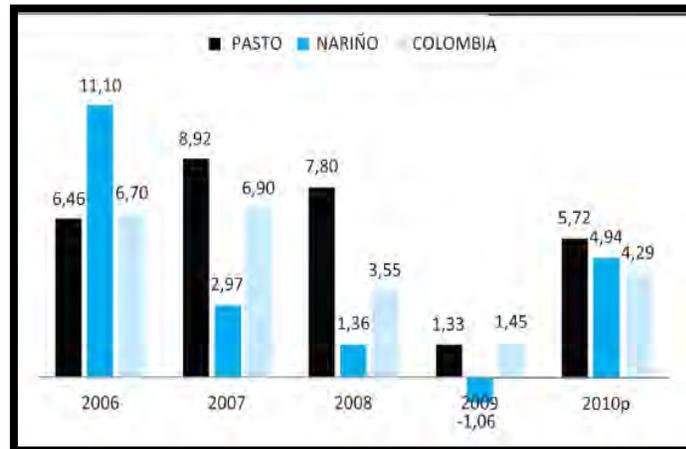
Perturbaciones como fenómenos sociales presentes en el departamento de Nariño, como el conflicto armado y el narcotráfico, con sus secuelas de violencia y desplazamiento forzado, afectan directa y negativamente el comportamiento económico del municipio de Pasto. (Gráfico No. 2)

¹⁸ Universidad de Nariño, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Centro de Estudios de Desarrollo Regional y Empresarial –CEDRE. Cuentas Económicas del municipio de Pasto. 2005 – 2010

¹⁹ Universidad de Nariño, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Centro de Estudios de Desarrollo Regional y Empresarial –CEDRE. Cuentas Económicas del municipio de Pasto. 2005 – 2010

²⁰ Universidad de Nariño, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Centro de Estudios de Desarrollo Regional y Empresarial –CEDRE. Cuentas Económicas del municipio de Pasto. 2005 – 2010

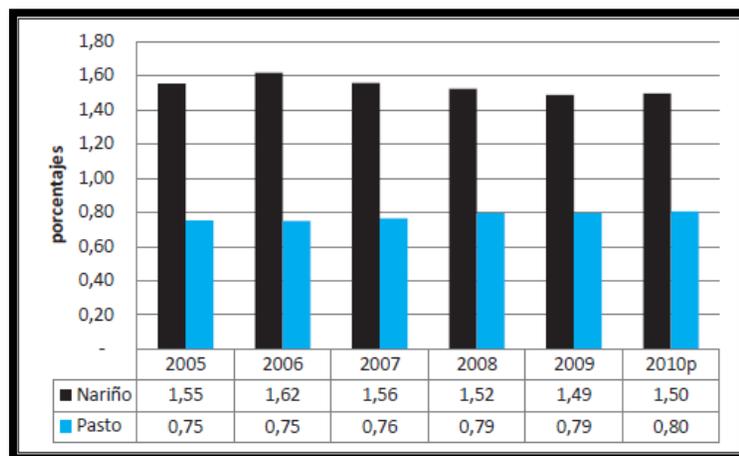
Gráfico No. 2 Tasa de variación anual del pib, pasto, nariño, colombia. periodo 2006-2010



Fuente: cuentas económicas de la ciudad de Pasto

Además históricamente la económica del Departamento y del municipio de Pasto tiene muy poca participación en el PIB nacional, según el DANE esto se debe en gran medida al apreciable rezago que tiene la economía regional en lo que a generación de valor agregado se refiere, frente a economías de otros departamentos. (Gráfico No. 3)

Gráfico No. 3 Porcentajes de participación del pib departamental y municipal en pib nacional. Periodo 2005- 2010p

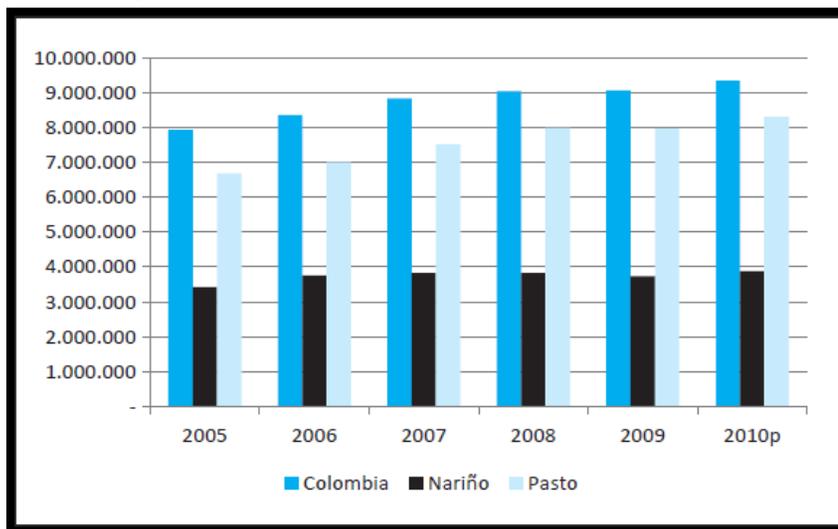


Fuente: cuentas económicas de la ciudad de Pasto

Referenciado en lo anterior, se observa que tanto el municipio de Pasto como el departamento de Nariño tienen un PIB *per cápita* que ha estado, en todo el

período considerado, por debajo del promedio nacional, (Gráfico No. 4). La afirmación es más válida, y preocupante, para el *per cápita* departamental el cual en 2005 representaba el 43,17% del promedio nacional reduciéndose en 2010 a 41,50%; es decir, en 2010 un nariñense ganaba, en promedio, menos de la mitad de lo que ganaba, en promedio, un colombiano. El bajo ingreso *per cápita* de los ciudadanos de este departamento, sin duda, es uno de los factores que en mayor medida explica la situación de pobreza en que se encontraba, según el DANE, el 56,14% de la población en 2010, porcentaje que representa aproximadamente un millón de personas.

Gráfico No. 4 PIB percapita, millones de pesos (precios constantes 2005) periodo 2005- 2010p



Fuente: cuentas económicas de la ciudad de Pasto

Las cifras sobre pobreza y empleo, suministradas por el DANE, confirman la anterior afirmación; la pobreza en el departamento de Nariño en 2010 fue de 56,14% y en Pasto de 42,6%; el desempleo en el departamento fue 22,2% y en Pasto de 15,9%²¹, evidenciándose las amplias brechas que a nivel regional existen en estos dos indicadores tan ligados al bienestar social.

²¹ Universidad de Nariño, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Centro de Estudios de Desarrollo Regional y Empresarial –CEDRE. Cuentas Económicas del municipio de Pasto. 2005 – 2010

Estructura Empresarial y Entorno Institucional

Según los registros comerciales de la Cámara de Comercio de Pasto, por rama de actividad económica, durante los años 2006-2010, la estructura empresarial de Pasto, se caracteriza por la existencia de una alta participación de la micro, pequeñas y en menor medida las medianas y grandes empresas. Donde la particularidad predominante de la economía local es el carácter terciario, ya que el 56% de los establecimientos registrados en el 2010 corresponden a éste sector, con empleos de mala calidad, ingresos bajos e inestables y cambios de actividad dependiendo de la marcha de estos pequeños negocios.

Tamaño de los establecimientos registrados

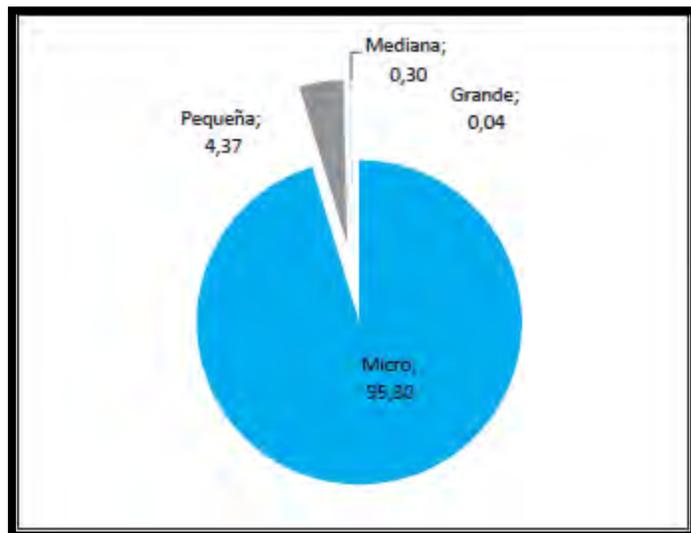
Los tamaños predominantes de las empresas en el municipio de Pasto, son la micro y la pequeña empresa. En el año 2010 éstas representaban el 99,67% del universo empresarial registrado en Cámara de Comercio, mientras que para el mismo año, la mediana y gran empresa en el municipio sumaban menos del 1%.(Gráfico No. 5)

Dadas las características que ha tomado la economía local y su grado de dependencia con respecto a los mercados nacionales, la opción de las micro y pequeñas empresas se ha convertido en una alternativa de generación de autoempleo. Este fenómeno puede ser un indicador de que las políticas que se vienen impulsando por parte de las instituciones públicas sobre el emprendimiento y Empresarismo están arrojando resultados favorables.

Para contrarrestar los altos niveles de pobreza y las altas tasas de desempleo y subempleo, el emprendimiento, entendido no solamente como un mecanismo para la creación de empleo o de autoempleo sino como un dinamizador de la economía que va de la mano con la innovación, proporciona la posibilidad de convertir ideas en productos y servicios, y a su vez, en empresas que requieren para su consolidación, de un gran esfuerzo del Gobierno en el planteamiento de fuentes alternativas de financiamiento y mecanismos especializados de apalancamiento de recursos en las etapas tempranas.²²

²² Red regional de emprendimiento de Nariño- guía de emprendimiento para elaborar tu propia empresa.

Gráfico No. 5 Número de Establecimientos Comerciales, según Tamaño de Empresa, Municipio de Pasto, 2010.

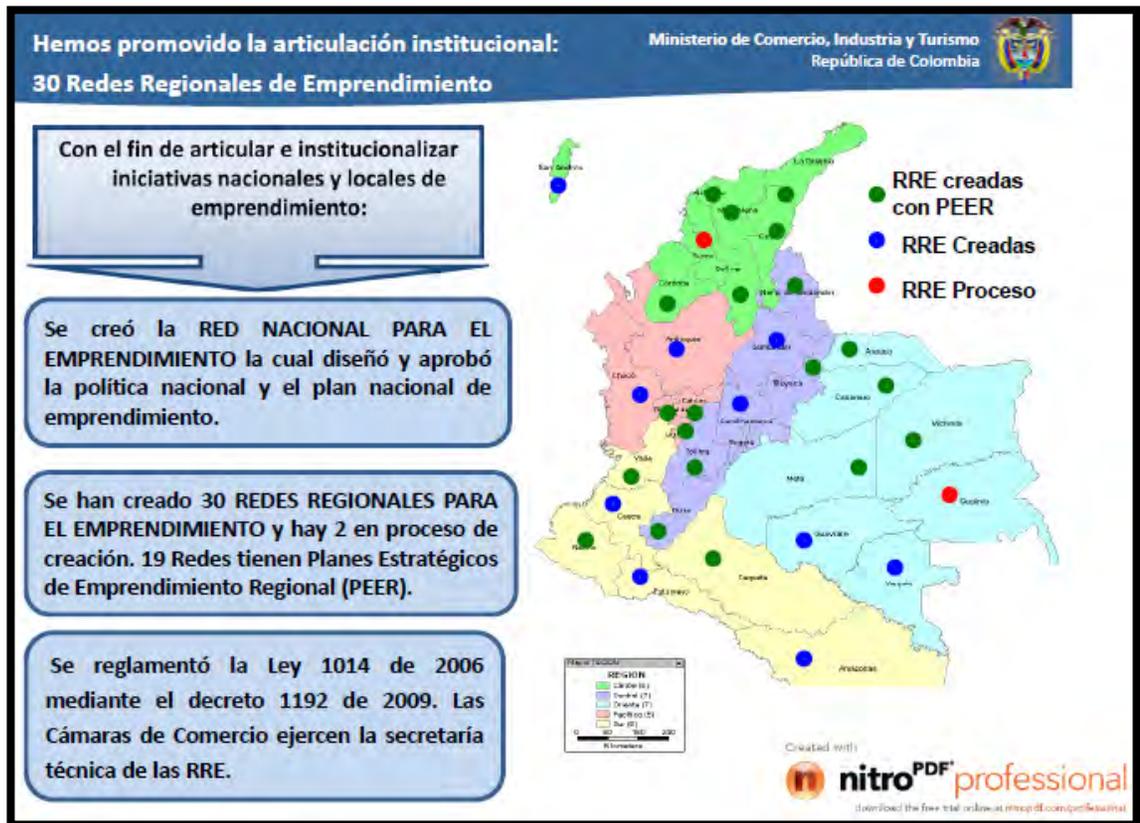


Fuente: cuentas económicas de la ciudad de Pasto

3.3.2 Tendencias políticas. Las elecciones y el gobierno actual favorecen el desarrollo económico y el crecimiento sostenido del país, lo cual es muy bueno para la región. Ya que se reconoce la importancia y el valor que tiene la educación con calidad en el futuro de los niños y jóvenes en el país, generándose propuestas importantes que favorecen el sector educativo.

Las leyes nacionales actuales referentes al fomento a la cultura de emprendimiento benefician de manera significativa al Programa Club de Emprendedores. El gobierno nacional, los entes territoriales y el sector privado, han iniciado programas de apoyo, que demandan, por una parte la formación de los emprendedores, y por otra, la divulgación de las acciones orientadas a materializar las iniciativas empresariales, bajo el marco de la cadena de valor del emprendimiento, se precisa que la cadena de valor del emprendimiento involucra dos grandes eslabones: el emprendimiento y el empresarismo. Por lo anterior, el panorama nacional, regional y local hace que sea propicia la promoción del servicio ofrecido por el Programa. (Ver Imagen No. 2)

Imagen No. 2 Red de Emprendimiento Nacional



Fuente. Red Regional De Emprendimiento de Nariño

3.3.4 Asuntos legales. En el aspecto local, regional y nacional la creación de la ley 1014 de 2006, referente al fomento de la cultura de emprendimiento, ha permitido que los emprendedores adquieran un papel importante en el desarrollo económico del País, desarrollándose por tanto las competencias requeridas para adelantar de manera adecuada la iniciativa empresarial y lograr la capacidad de gestión para su consolidación. De ahí que la red regional de emprendimiento juega un papel fundamental en impulsar la política nacional de emprendimiento, de la cual el Club De Emprendedores es miembro fundamental. (Cuadro No. 2)

Cuadro No. 2 Entidades Pertencientes a la Red Regional de Emprendimiento

Entidad	Responsable	Dirección	Tel.	Correo Electrónico
EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD DE NARIÑO	Luis Alberto Sarasty Coordinador Unidad de Emprendimiento	Calle 18 No. 50 - 02	7311449	lsarasty@udenar.edu.co
EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD MARIANA	Darios Solarte Coordinador Unidad de Emprendimiento	Calle 18 No. 34-104	7314923	dsolarte@umariana.edu.co
EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD UNAD	Alicia Silva - Representante	Calle 14 No. 28-45	7237441	alicia.silva@unad.edu.co
	Carlos Rubén Trejos - Representante	Calle 14 No. 28-45	7237441	carlos.trejos@unad.edu.co
EMPRENDIMIENTO UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA	Carlos Folleco - Rector	Calle 18 No. 47-150 Torobajo	7311274	cfolleco@hotmail.com
	Gustavo Narváez De la Rosa Coordinador Unidad de Emprendimiento	Calle 18 No. 47-150 Torobajo	7311274	tavonarvaezdelarosa@yahoo.com
CLUB DE EMPRENDEDORES	Germán Caicedo Vivas - Representante	Mna. 2 casa 9 B. La Floresta	3147650631	emprededoractivo@yahoo.es
FUNDACION COOMEVA	Constanza Gaviria - Representante	Calle 20 No. 18A-02 Esquina	7316514 Ext. 107	Constanza_gaviria@coomeva.com.co
ENSSANAR	Sonia Herrera - Representante	Calle 11 No. 29-27 San Ignacio	7336030	soniablus@hotmail.com
FUNDACIÓN MINGA ANDINA	Jonathan Gámez - Representante	Carrera 25 No. 18-100 Casa de Don Lorenzo	7232008	j.gamezy@hotmail.com
UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO IU. CESMAG	Mario Delgado Arturo - Coordinador	Carrera 20A No. 14-54	7216535	delamar11@hotmail.com
ASOLIPNAR - TUMACO	Mireya Oviedo - Representante	Puente del Medio	7270090	mireyaoviedo06@yahoo.es

Fuente: guía de emprendimiento. Red Regional De Emprendimiento De Nariño

3.3.5 Cambios tecnológicos. Los cambios tecnológicos afectan directamente la forma en que se pueden realizar los negocios, pues impactan directamente en las estrategias de marketing. En los últimos tiempos los avances en comunicación han permitido que sea más fácil hacer negocios, por ejemplo el internet es una herramienta importante que si se explota de manera correcta puede beneficiar altamente a las empresas en el cumplimiento de sus metas, siendo el Internet un medio ideal para llegar a mercado objetivo.

Además, las redes sociales son una herramienta que les permite al programa llegar de una forma más directa y personalizada a sus clientes. Los celulares son la herramienta de comunicación de mayor preferencia entre la gente, y en algunas ocasiones, supera los contactos personalizado, de tal manera que la telefonía móvil es un arma publicitaria muy favorable.

Por tanto el programa Club De Emprendedores, ve en este medio una herramienta importante que puede ser aprovechada a su favor, para el desarrollo de sus

estrategias de mercadeo, ya que por este medio es más eficiente y eficaz difundir las cualidades del servicio ofrecido, reduciendo costos de promoción y llegar más fácil a los clientes.

3.3.6 Tendencias culturales. Los cambios culturales, benefician en gran medida al Programa Club De Emprendedores, puesto que hoy en día las condiciones cambiantes a las que está sometida la sociedad, requieren del desarrollo en los niños y jóvenes de competencias que les permitan adaptarse a las situaciones al mismo ritmo y complejidad de dichos cambios. Por lo tanto para ellos, sería muy beneficiosa la existencia de un programa que les permita desarrollar este tipo de competencias desde edades tempranas.

El estudio Educación y crecimiento económico, publicado por investigadores de Stanford en el 2008, encontró que el nivel de las habilidades cognitivas de los estudiantes tiene un gran impacto en el crecimiento económico de su región. Al analizar el rendimiento de 50 países en 12 pruebas Pisa y otros exámenes internacionales desde 1964, los autores concluyeron que una nación que obtuvo medio punto más que otra en sus resultados dobló el crecimiento de su PIB durante los siguientes 40 años. Ese podría ser un indicador del problema que enfrenta Colombia en las próximas décadas si no se toman medidas urgentes.

Los más recientes resultados de las pruebas Pisa a los estudiantes colombianos, muestran que estos, hoy en día no están en capacidad de enfrentarse a un problema complejo de la vida real y resolverlo, ubicándose nuestro país en las pruebas pisa realizadas en el 2012 en el puesto 62 de 65 países evaluados y en 2014 en el último puesto de 44 países participantes²³. Por tal motivo analistas nacionales e internacionales, observan un grave problema en el sistema educativo colombiano, ya que esta situación puede marcar la diferencia entre el desarrollo y el atraso del país.

Las pruebas Pisa (Programa Internacional para la Evaluación de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, Ocde) son pruebas que retan la capacidad de los jóvenes de identificar estrategias para resolver problemas que pueden presentarse en su cotidianidad en cualquier contexto.

Según Pablo Zoido, analista del Directorio de Educación y Habilidades de la OCDE. Es importante permitirles a los niños dirigir su propio aprendizaje, diseñar

²³ http://www.eltiempo.com/vida-de-hoy/educacion/razones-del-bajo-desempeno-en-las-pruebas-pisa_13787115-4

sus propios experimentos y poner tareas más abiertas, complejas y a largo plazo”. Y señala la importancia de que estos proyectos aborden temas que los motiven.

Por tanto para el Programa Club De Emprendedores esta situación, representa una oportunidad altamente provechosa, y una ventaja enorme, para las estrategias de mercadeo que se propongan, con el fin de dar a conocer el servicio que ofrece y posicionar el programa dentro del Departamento de Nariño, de tal manera que con estrategias de comunicación eficientes se pueda concientizar a las personas de la importancia de ser emprendedores y dar a conocer lo interesante de la metodología emprender para aprender con la que trabaja el programa y todos sus beneficios.

3.3.7 Análisis de la competencia

- **Competencia directa**

Se tiene que el Programa Club De Emprendedores con su metodología “emprender para aprender”, es un programa que ofrece un servicio innovador, ya que en primera instancia, su metodología está desarrollada para implementarse en los niños y jóvenes desde edades tempranas y las áreas de desarrollo y competencias son distintas a las que se trabajan en otras instituciones.

De acuerdo a lo anterior es importante mencionar que para el Programa Club De Emprendedores sus principales competidores son algunas instituciones públicas y privadas en donde de alguna u otra manera se fomenta el emprendimiento.

Entre las principales características que presentan estos competidores es en primera instancia, que la formación en emprendimiento se basa en brindarles a los estudiantes conceptos básicos con una metodología más teórica que practica, dejando muchos vacíos a la construcción del conocimiento y la formación emprendedora; en segunda instancia, el proceso de formación en tiempo, es muy débil, superficial y relativamente corto, ya que solo cubre los grados superiores de la educación media (noveno, decimo y once), lo que no permite un proceso profundo y consistente que genere resultados de impacto, por consecuencia no se logra el propósito fundamental del emprendimiento. A diferencia del colegio filipense que la cátedra de emprendimiento la aplica en todos los grados escolares.

Además no se identificó ninguna característica específica en estas instituciones, en donde se supere la metodología aplicada por el Club De Emprendedores, sino más bien se nota la carencia de un método y una didáctica clara para la enseñanza aprendizaje del emprendimiento. A continuación se menciona las instituciones donde se da la formación de emprendimiento como cátedra dentro de las áreas del conocimiento.

- COLEGIO LICEO CENTRAL DE NARIÑO
- COLEGIO INDUSTRIAL DE NARIÑO
- COLEGIO ANTONIO NARIÑO
- COLEGIO LA CIUDADELA
- COLEGIO LIIBERTAD
- COLEGIO FILIPENSE
- COLEGIO INEM

En este orden de ideas es importante mencionar a continuación el cuadro comparativo de las características de las metodologías aplicadas en la pedagogía , donde se muestra las ventajas y las fortalezas del método emprender para aprender que es la metodología particular que caracteriza el programa club de emprendedores.

En el cuadro se puede encontrar los puntos diferenciadores de las metodologías más representativas, como lo es la Metodología Tradicional, el Aprender Haciendo y el Emprender para Aprender, en cada una de ellas, se relaciona las vivencias percibidas por los emprendedores siendo estas las que se reflejan en el momento de su aplicación. (Ver Cuadro No. 3)

Cuadro No. 3 Comparativo de las Características de las Metodologías Aplicadas

EDUCACION TRADICIONAL	APRENDER HACIENDO	EMPRENDER PARA APRENDER
<ul style="list-style-type: none"> • Seguro • El educador se basa en el pasado. • Análisis crítico. • Basado solo en el conocimiento. • Aprendizaje pasivo. • Comunicación unidireccional. • Aprendizaje en salón de clase. • Se estudia lo que otros han creado. • Desconocimiento del entorno. • Se requiere de amplia información. • Reconocimiento basado en la calificación. • Aprender de las creaciones de otro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Seguro. • Se basa en el formato de aplicación. • Presión del facilitador. • Control del entorno. • Aprendizaje activo. • Moderador y guía. • Vivencia real simulada. • Vivencia compartida. • Expectativa futura. • Expresión en futuro. • Un solo rol. • Motivación de base. • Juego de la vida real. • Como aplico en mi vida. • Aprender de la creación de otros. • Reconocimiento al logro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo moderado. • Se basa en la investigación, invención e innovación. • Presión del medio. • Entorno incierto. • Aprendizaje activo. • Asesor-consultor. • Vivencia real. • Vivencia individual y compartida. • Expectativa presente. • Expresión en presente y futuro. • Se aprende por experiencia. • Múltiples roles. • Motivación de campo. • Juego real de la vida. • Aplicación de lo aprendido en mi vida • Crear para que otros aprendan. • Mayores variables de vivencia. • Reconocimiento a la gestión y al logro.

		<ul style="list-style-type: none"> • Doble ciclo de aprendizaje. • Afectividad y apoyo permanente.
MODELO EDUCATIVO	METODOLOGIA APLICADA EN DIVERSAS INSTITUCIONES DE EDUCACION FORMAL Y NO FORMAL	METODOLOGIA APLICADA EN EL CLUB DE EMPRENDEDORES

Fuente: Modelo Club de Emprendedores.

En el cuadrante del Emprender para Aprender, se indican las características metodológicas aplicadas en el proceso de formación de los niños, niñas y los o las jóvenes, acordes con la representación de la vivencia real de un emprendedor, siendo esta una verdadera plataforma en la cual los emprendedores entran en el juego real de la vida. El Club de Emprendedores provee las circunstancias y medios necesarios para el desarrollo de los emprendedores, pero al momento de emprender es un asunto personal asumir el compromiso de lograr los objetivos propuestos.

- **Competencia indirecta**

Por otra parte es importante mencionar que la población objetivo tiene la necesidad de ocupar su tiempo libre. Para ello en la Ciudad de Pasto existen

distintas instituciones que dan respuestas a esta necesidad, como son las escuelas deportivas, academias de arte, culturales, artísticas, musicales entre otras. El Club De Emprendedores constituye también para las familias, una alternativa de ocupación de tiempo libre para sus hijos convirtiéndose en una actividad extraescolar o complementaria a la educación escolar.

Desde esta mirada este tipo de escuelas y academias, representan para el programa una competencia indirecta que puede afectar en alguna medida el consumo del servicio que se ofrece en el programa Club De Emprendedores. Entre sus principales fortalezas están la gran inclinación que tiene los niños y jóvenes por estas academias, la trayectoria y posicionamiento dentro del mercado objetivo.

Conclusiones

Al realizar el análisis externo del programa Club De Emprendedores se puede concluir que cuenta con muy buenas oportunidades en cuanto al ambiente económico, político, cultural, legal y tecnológico, que lo benefician de manera significativa y que le permiten llevar a cabo el desarrollo y aplicación de la metodología emprender para aprender, ya que este cuenta con excelentes recursos que con la ayuda de un adecuado plan de mercadeo, podrá darse a conocer, atraer cliente y posicionarse dentro del mercado objetivo.

Por otra parte se puede observar que existen competidores directos e indirectos que se encuentran bien posicionados y tienen una gran trayectoria dentro del mercado objetivo lo cual de alguna u otra manera afectan la promoción del programa Club De Emprendedores, pero al mismo tiempo la competencia tienen debilidades, que le permiten al programa tener ventajas al momento de promocionar el programa.

Por tanto el ambiente externo existente es muy favorable para el desarrollo de las estrategias de promoción que se pretenden implementar, permitiéndole al programa llegar realmente al mercado objetivo.

4. INVESTIGACION DE MERCADOS

4.1 ANTECEDENTES

El programa club de emprendedores, busca implementar la metodología emprender para aprender en el departamento de Nariño, implementándose este programa en el departamento desde el mes de enero del año 2013, en convenio con el Centro de Estudios de Emssanar (CETEM). Por tanto a partir de ese momento se inició con el proceso de selección de profesionales idóneos para esta labor y realizándose la capacitación respectiva de formación de formadores a los nuevos guías de formación.

Por tanto, se hizo pertinente la realización de un plan de mercadeo con el fin de dar a conocer el programa a los clientes potenciales y para ello fue necesario hacer un estudio de mercado que permita conocer el fomento a la cultura de emprendimiento en las diferentes instituciones públicas y privadas de la ciudad de Pasto, conocer las necesidades y expectativas que tiene el cliente frente al programa.

4.2 OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Recolectar información útil para el programa Club de Emprendedores, que le permita conocer las necesidades y expectativas que tienen los clientes potenciales respecto al servicio que se quiere ofrecer.

4.3 OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- Obtener información para armar un análisis FODA.
- Determinar el grado de conocimiento que tienen los clientes acerca del programa y el servicio que quiere ofrecer.
- conocer el nivel de aceptación.
- Identificar la competencia y la metodología aplicada
- Conocer la importancia del fomento de la cultura de emprendimiento en el mercado objetivo.
- Conocer las necesidades primordiales del cliente.
- Establecer los medios de comunicación para la promoción del programa.
- Análisis del precio vigente para este tipo de servicio.

4.4 DELIMITACION

Se delimitara el espacio de la siguiente manera:

- Departamento Nariño
- Ciudad Pasto
- Sector zona urbana
- Lugar centros comerciales

Se delimitara el tiempo de la investigación alrededor de tres meses.

4,5 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

4.5.1 Tipo de estudio

El tipo de investigación que se realizo fue de tipo cuantitativo y cualitativo, debido a que los aspectos de análisis fueron medibles, ya que se buscó información que permitió identificar los problemas y oportunidades respecto al programa.

También de tipo exploratorio, ya que se buscó identificar si el servicio ofrecido por el programa Club De Emprendedores es de gran aceptación en la ciudad de san juan de pasto por parte de los niños y jóvenes y de los padres. Además conocer sus necesidades y expectativas respecto al servicio ofrecido.

4.5.2 Fuentes de información

Dado el tipo de investigación, la información se obtuvo principalmente por medio de fuentes de carácter primario, secundario y terciario.

Primaria:

La información primaria se obtuvo por medio de:

- Encuestas dirigidas a los clientes potenciales (niños y jóvenes entre las edades de los 5 a los 18 años), con el fin de conocer sus necesidades y expectativas acerca del servicio. Se aplicó una encuesta (ver anexo 1) de tipo mixto con preguntas cerradas y abiertas para conocer las razones de Algunas respuestas en particular.

Secundaria:

La información secundaria se obtuvo por medio de:

- Información relevante aportada por el Club De Emprendedores.
- Libros específicamente de temas relacionados.
- Tesis de grado

Terciaria:

La información terciaria se obtuvo por medio de:

- Internet, donde se recopiló información importante sobre Estudios, datos y estadísticas relacionadas con la investigación.

4.6 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION

Una vez recogida la información primaria, secundaria y terciaria de la investigación, se llevó a cabo el siguiente tratamiento de la información obtenida:

1. Orden
2. Selección o depuración
3. Procesamiento
4. Análisis e interpretación
5. Elaboración del informe
6. Citación de las herramientas que se utilizaron en todo el procesamiento de la información.

Herramientas de análisis:

Microsoft office Excel

Microsoft office Word

4.7 POBLACIÓN Y MUESTRA

- **Universo**

El universo de estudio sujeto a la siguiente investigación está conformado por los niños y jóvenes entre las edades de los 5 a los 18 años de edad con acompañamiento de los padres de familia.

- **Censo**

Según cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), el número de niños y jóvenes entre las edades de 5 a 19 años en la ciudad de San Juan de Pasto para el año 2013 fue de 108.546, de los cuales 54.624 son hombres y 53.922 son mujeres. Con esta población se determinó el tamaño de la muestra, utilizando la fórmula para población superior a mil, trabajando con un nivel de confianza del 95% y un error del 7%, con el fin de que la muestra sea lo más representativa posible.

Cuadro No. 4 Número de Niños y Jóvenes entre las Edades de 5 a 19 Años

Concepto	2013 p
Hombres	54.624
Mujeres	53.922
Total	108.546

Fuente: DANE. Proyecciones de población.

- **Tamaño de la muestra**

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{(N-1) * e^2 + Z^2 * p * q}$$

n = Tamaño de la muestra.

N = Universo de trabajo. (108.546)

Z² = 1.96 (95%) Confiabilidad. **p** = Probabilidad de éxito (0.5)

q = Probabilidad de fracaso (0.5)

e² = Margen de error (0.07)

$$n = \frac{(108.546) (1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(108.545) (0.07)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{104247,5784}{531,8705 + 0.9604}$$

$$n = \frac{104247,5784}{532,8309}$$

$$= 195,6485$$

$$\approx 196$$

Por tanto después de aplicar la fórmula para población superior a mil, se obtuvo como resultado una muestra poblacional de 196 niños y jóvenes entre las edades de 5 a 18 años para ser encuestados.

4.8 ENCUESTA

Teniendo en cuenta que el programa Club de Emprendedores lo que busca a través del plan de mercadeo es dar a conocer su metodología "emprender para aprender" y posicionarse en el departamento de Nariño; a través de la encuesta fue importante la recolección de información que permitió conocer las necesidades y expectativas que tienen los niños y jóvenes respecto al servicio ofrecido. La encuesta se realizó con preguntas abiertas y cerradas de opción múltiple al total de la población universo de estudio.

La metodología "Emprender para aprender" es una herramienta pedagógica dirigida a los niños y jóvenes, por lo que sus usuarios finales son este segmento de la población; por lo tanto, la capacidad de la cobertura de la metodología "Emprender para aprender" depende del tamaño de la población ubicada en esas edades.

Según el estudio "Influencia de los niños en la decisión de compra de los padres, estudio exploratorio con niños de 6 a 9 años de edad y padres de familia de la Ciudad de Santiago de Cali", de la investigadora Lizete Portela Garces, a partir de la etapa escolar, los menores atraviesan un proceso de progresiva independencia emocional con respecto a sus padres y de identidad con sus amigos, lo cual fomenta su capacidad para compartir opiniones; esta capacidad, junto con la

atención que los padres prestan a sus hijos a través de los vínculos afectivos de la familia permite que los menores obtengan un lugar en el proceso de decisión de compra, además el interés y la responsabilidad por el bienestar de los menores y cómo los padres se sienten identificados con sus hijos. La comunicación entre padres e hijos permite el reconocimiento y la identificación de las necesidades en cuya satisfacción los padres participan como orientadores.²⁴

Los escolares, por ejemplo, tienen más oportunidades y capacidad de decisión sobre la compra de sus útiles, que lo que pueden decidir los más pequeños sobre la compra de sus juguetes, puesto que se desarrolla un proceso efectivo de comunicación en el que los menores manifiestan cada vez mejor sus gustos y necesidades.

A través del tiempo, los menores participan en las decisiones de compra de sus artículos personales e, incluso, del hogar, por medio de la influencia que reciben por la interacción con sus compañeros y por la publicidad a la que se exponen a través de los medios de comunicación. Esta participación genera confianza en los procesos familiares de decisiones de compra, consiguiendo, en algunos casos y dependiendo del tipo de compras, que los hijos elijan dado el presupuesto señalado por los padres.

Teniendo en cuenta lo anterior, la encuesta dirigida a los niños y jóvenes entre las edades de 5 a 18 años, considerados el universo de estudio de la investigación, fueron abordados en compañía de alguno de sus padres por las siguientes razones:

- Que los menores sientan confianza durante la encuesta.
- Que la información ofrecida por los menores sea coherente.
- Que la información pueda complementarse.
- Obtener información financiera adecuada.

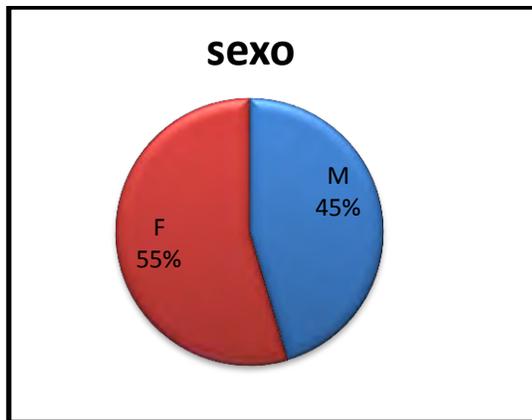
Por consiguiente a continuación se hace un análisis de los resultados obtenidos en la encuesta realizada a la población objeto de estudio que son los niños y jóvenes de la ciudad de Pasto.

²⁴ Portela Garcés, Lizete Fernanda. Influencia de los niños en la decisión de compra de los padres, estudio exploratorio con niños de 6 a 9 años de edad y padres de familia de la Ciudad de Santiago de Cali. Universidad Autónoma de Occidente de Cali, Programa de Mercadeo y Negocios Internacionales. Cali, Mayo 2011

4.8.1 Desarrollo de los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los niños y jóvenes de la ciudad de Pasto

DATOS GENERALES

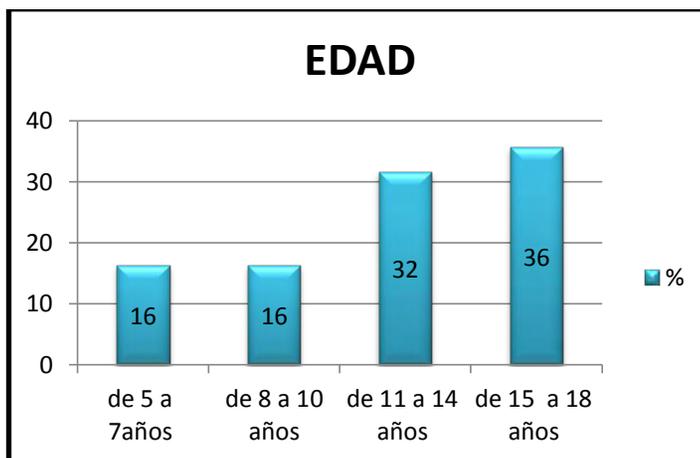
Grafica 1. Sexo



Fuente: elaboración propia

De los 196 niños y jóvenes encuestados, de manera aleatoria en la ciudad de San Juan de Pasto, el 55%(107) corresponde al sexo femenino y el 45%(89) al sexo masculino.

Grafica 2. Edad



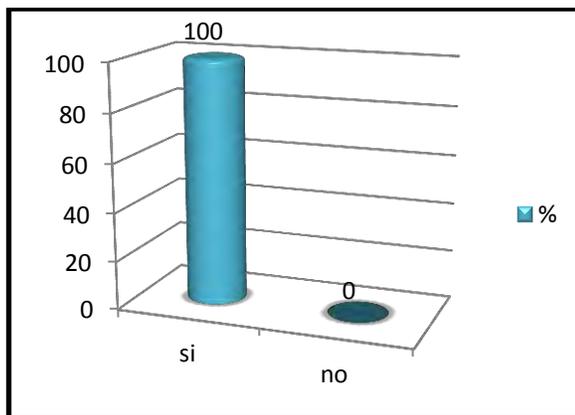
Fuente: elaboración propia

Del 100% de la población que corresponde a 196 niños y jóvenes encuestados,

entre el rango de edad de los 5 a los 7 años se encuentra el 16% (32) de la población, entre los 8 a los 10 años se encuentra otro 16%(32), de los 11 a los 14 años de edad se encuentra el 32%(62), y de los 15 a los 18 años se encuentra el 36 %(70) de total.

CUESTIONARIO

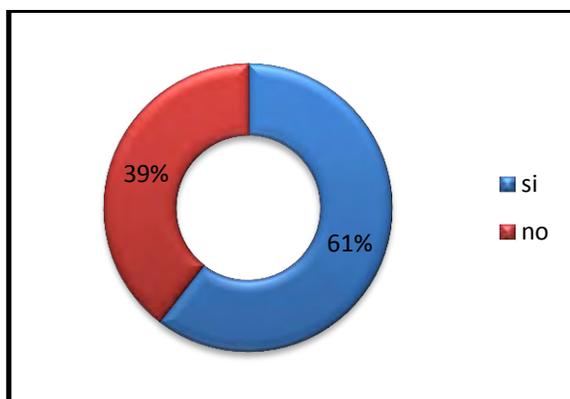
Grafica 3. Pasto. Importancia de fomentar emprendimiento en los niños y jóvenes de la ciudad de pasto.



Fuente: elaboración propia

Del total de la población encuestada, el 100%(196) de la población piensa que es muy importante que se fomente el emprendimiento en los niños y joven de la ciudad de Pasto. Ya que las condiciones cambiantes a las que está sometida la sociedad, requieren del desarrollo en los jóvenes de competencias que les permitan adaptarse a las situaciones al mismo ritmo y complejidad de dichos cambios.

Grafica 4. Pasto. Fomento del emprendimiento en la institucion educativa a la que pertenecen los niños y jóvenes.



Fuente: elaboración propia

Del 100% de Los niños y jóvenes encuestados, el 61%(118) dice que en la institución educativa a la que pertenece, si se fomenta el emprendimiento y el 39(77) dice que no se fomenta. Lo que demuestra que si se está teniendo en cuenta el emprendimiento en la formación de los niños y jóvenes de la ciudad de Pasto. A continuación se detalla con claridad las instituciones donde se fomenta emprendimiento.

Cuadro 1. Instituciones educativas donde se fomenta emprendimiento

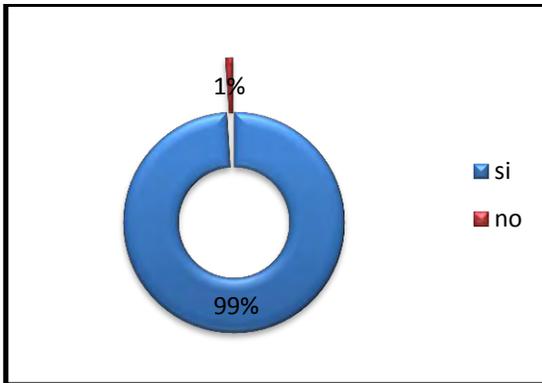
INSTITUCIONES	Dentro de que área se incluye el emprendimiento	grados escolares	espacios que se promueven
ANTONIO NARIÑO	emprendimiento	básica secundaria(6 a 11)	participación en ferias empresariales y de emprendimiento, kermes, tiendas, fondos, visitas empresariales, conferencias
LIBERTAD	Técnicos - emprendimiento	media básica(9, 10,11)	
FILIPENSE	investigación y emprendimiento	básica primaria y básica secundaria	
BETHLEMITAS	ninguna		
CHAMPAGNAT	Ninguna		
JAVERIANO	ninguna		
LICEO UDENAR	proyecto flexible	básica primaria y básica	

		secundaria	
ITSIN	técnicos- taller	media básica(9, 10,11)	
PRESENTACION	emprendimiento	básica secundaria(6 a 11)	
CONFAMILIAR SIGLOXXI	Empresarismo	media básica(10,11)	
INEM	Técnicos - emprendimiento	media básica(8,9, 10,11)	
CIUDADELA	tecnología y emprendimiento	básica secundaria(6 a 11)	
LICEO CENTRAL DE NARIÑO	emprendimiento	Media básica(9,10,11)	
LICEO DE LA MERCED MARIDIAZ	ninguna		

Fuente: elaboración propia

Como se puede observar anteriormente de las 14 instituciones que fomentan emprendimiento, solo 7 incluyen el emprendimiento como área del conocimiento, correspondiente a los colegios ANTONIO NARIÑO, LICEO CENTRAL DE NARIÑO, CIUDADELA, FILIPENSE, PRESENTACIÓN, CONFAMILIAR SIGLOXXI, CIUDADELA. EL COLEGIO LIBERTAD, EL INEM Y EL ITSIN manejan la parte de formación técnica dentro de sus áreas de desarrollo, y el resto de instituciones no incluyen el emprendimiento como área de desarrollo. La particularidad de estas instituciones educativas radica en que el emprendimiento solo se está impartiendo en los niveles de básica y media básica secundaria, a excepción del colegio FILIPENSE que la cátedra de emprendimiento la trabaja en todos los grados. Lo que demuestra que el proceso de formación en tiempo, es muy débil, superficial y relativamente corto, ya que solo cubre los grados superiores de la educación, lo que no permite un proceso profundo y consistente que genere resultados de impacto, por consecuencia no se logra el propósito fundamental del emprendimiento.

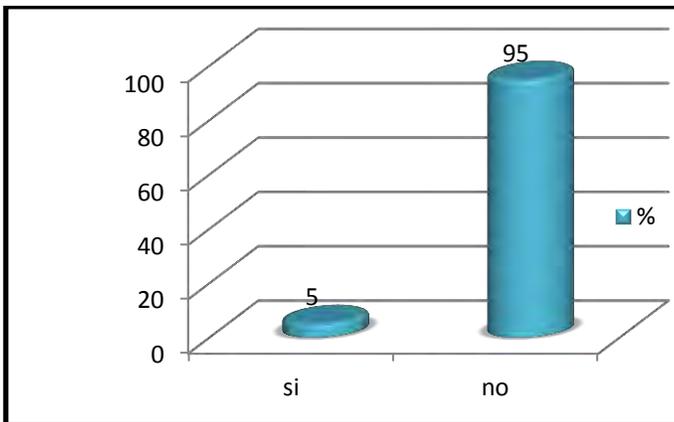
Grafico 5. Le gustaria que exista en la ciudad de san juan de pasto un programa de formacion en emprendimiento para los niños y jóvenes



Fuente: elaboración propia

Del total de los niños y jóvenes encuestados, el 99%(194) de la población les gustaría que exista en la ciudad de San Juan de Pasto un programa donde se les brinde una adecuada formación en emprendimiento. Solo un 1% (2) no está de acuerdo. Esta situación es muy favorable para el Programa Club De Emprendedores, ya que se ve la necesidad en la población universo de estudio del fomento de la cultura de emprendimiento.

Grafico 6. Conocimiento del programa club de emprendedores

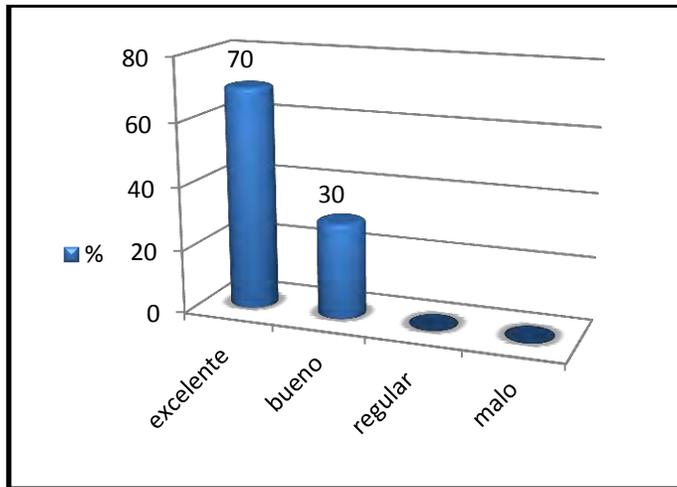


Fuente: elaboración propia

Del total de la población encuestada, el 95%(186) de la población no tiene conocimiento acerca del programa Club De Emprendedores, y el 5%(10) si lo conoce. La población que conoce el programa, lo conoce por medio de amigos y familiares que ha pertenecido al programa. Por lo tanto se puede observar que el

programa club de emprendedores a pesar de que lleva nueve años en el mercado, casi el total de la población encuestada no conoce el programa, para ello es fundamental el plan de mercadeo efectuado, con el fin de lograr un reconocimiento del programa y su metodología.

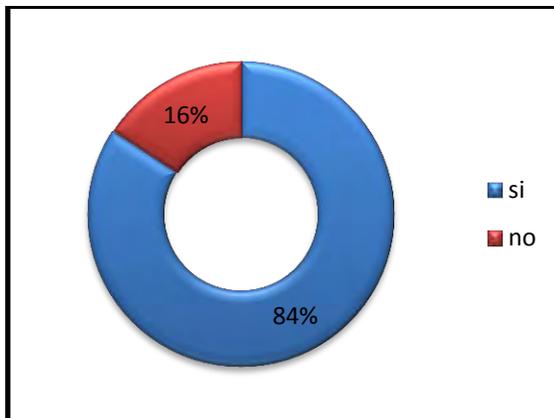
Grafica 7. Metodología emprender para aprender dentro del proceso de formación de los niños y jóvenes de la ciudad de san juan de Pasto



Fuente: elaboración propia

Para esta pregunta fue necesario suministrar al encuestado una información detallada sobre el programa Club De Emprendedores y su metodología "emprender para aprender", con el fin de que se analice la importancia de la metodología dentro del proceso de formación del niño o el joven. Por tanto del total de la población encuestada, que corresponde al 100%(196), el 70%(137) de la población piensa que el la metodología impartida por el programa Club De Emprendedores sería excelente dentro de su proceso de formación y el 30%(59) piensa que sería bueno, ninguna persona cree que sería regular, ni malo para su formación, ya que para ellos la metodología aplicada es muy interesante. Lo que ratifica que la metodología empleada por el programa es óptima para la formación de los niños y jóvenes en emprendimiento.

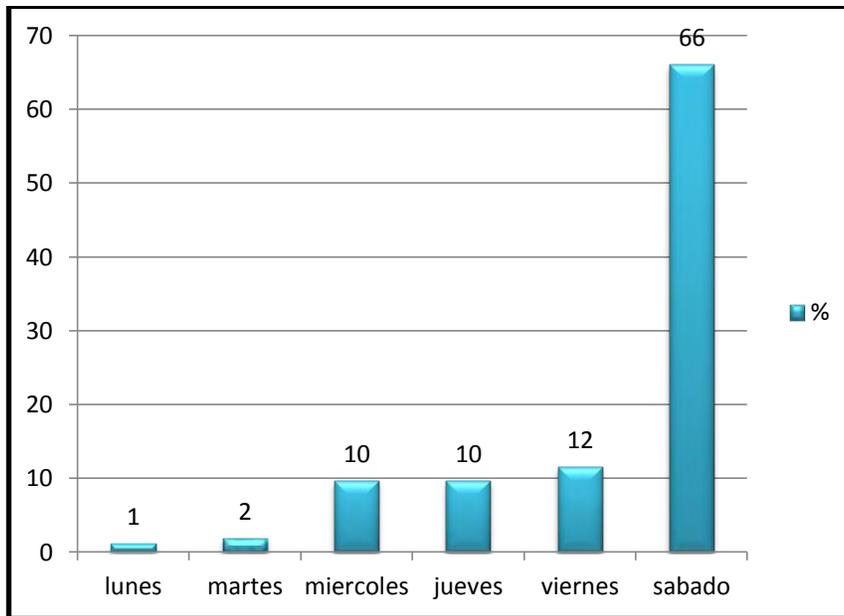
Grafico 8. Niños y jóvenes que les gustaría pertenecer al programa club de emprendedores



Fuente: elaboración propia

Del total de la población encuestada (196), el 84% de la población, que corresponde a 165 niños y jóvenes, les gustaría pertenecer al programa Club de Emprendedores, puesto que ven en la metodología aplicada una herramienta óptima para su formación y desarrollo, igualmente los padres de familia para con sus hijos. Pues piensan que este programa ayudaría a mejorar la calidad de vida de los niños y jóvenes y generarles una nueva mentalidad educativa. Por otra parte solo el 16% de la población no podrían pertenecer al programa, pero por falta de disponibilidad de tiempo, ya que se encuentran realizando otras actividades extracurriculares. Este resultado evidencia la gran acogida que tendría el Programa Club de Emprendedores al momento de ofertar su servicio.

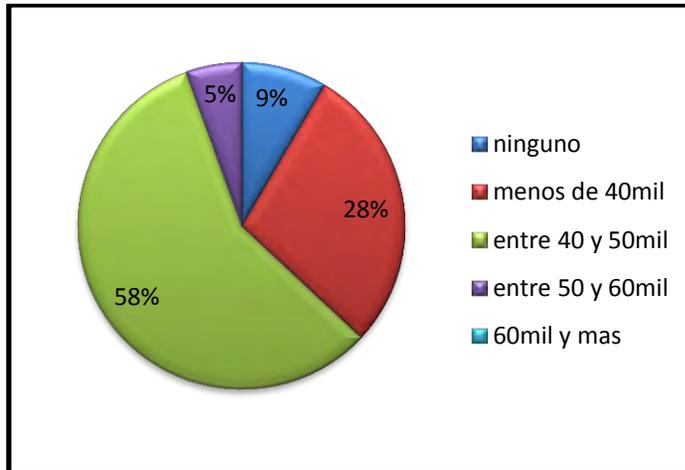
Grafico 9. Dia de la semana en que le gustaria participar en el progrma club de emprendedores



Fuente: elaboración propia

Del total de la población encuestada (165 personas), la gran parte de los niños y jóvenes, el 66% que corresponde a 109 niños y jóvenes, le gustaría participar de la formación ofrecida por el programa Club De Emprendedores, los días sábados. Ya que este día es donde tienen tiempo disponible para desarrollar actividades extracurriculares. Por otra parte el 32% de la población, piensan que los días más convenientes serían los días miércoles, jueves o viernes

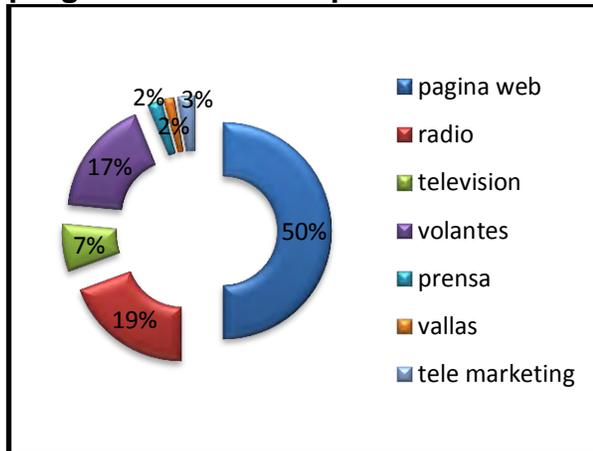
Grafico 10. Precio que estarían dispuestos a pagar los padres de familia por el servicio prestado a los niños y jóvenes en el programa club de emprendedores.



Fuente: elaboración propia

Del total de la población que le gustaría pertenecer al programa Club De Emprendedores, es decir de los 165 niños y jóvenes, el 58% que corresponde a 95 personas, el precio que estarían dispuestos a pagar los padres de familia por el servicio prestado en el programa está entre 40 y 50mil pesos, seguido de los padres de familia que pagarían menos de 40mil pesos correspondiente al 28% es decir 47 personas, solo el 5% que corresponde a 9 padres de familia pagarían el precio entre 50 y 60mil pesos y el 9% que corresponde a 14 personas, ningún precio. Lo cual demuestra que el costo que ya tiene establecido el programa Club de Emprendedores es un precio asequible y competitivo ya que está dentro del rango de precios que estarían dispuestos a pagar los padres de familia por el servicio prestado a sus hijos.

Grafico 11. Medio por el cual les gustaria recibir informacion acerca del programa club de emprendedores



Fuente: elaboración propia

Del total de la población encuestada, que corresponde a 196 niños y jóvenes, los medios más importantes donde les gustaría recibir información son página web, radio y volantes, es decir que el 50%(98) le gustaría recibir información del Club De Emprendedores por medio de página web, el 19%(38) por medio de radio, el 17%(34) por medio de volantes. Este resultado es muy importante para las estrategias de promoción que se efectúen en el plan de mercadeo con el fin de dar a conocer el servicio que ofrece el programa Club De Emprendedores.

Conclusiones

De acuerdo al estudio de mercado realizado al Programa Club De Emprendedores, se puede concluir lo siguiente:

La metodología que ofrece el programa club de emprendedores es considerada por la población universo estudio (niños y jóvenes de la ciudad de San Juan de Pasto junto con sus padres) como una metodología excelente dentro de su proceso de formación.

El presente estudio permite conocer que hay instituciones que aún no incluyen el emprendimiento dentro de su programa de formación institucional y que las instituciones que lo fomentan no cuentan con una metodología óptima para su desarrollo.

La metodología "emprender para aprender" que ofrece el programa Club De Emprendedores capta la total atención del niño y el joven.

Aunque el programa Club De Emprendedores lleva nueve años de implementación y desarrollo de la metodología “emprender para aprender”, se pudo observar que la población objetivo casi en su totalidad desconoce su existencia.

A través de la encuesta se pudo determinar la competencia, lo cual ayudara a proyectar los esfuerzos en función de estos conocimientos.

5. ANÁLISIS DE LOS ELEMENTOS DEL FODA (DIAGNÓSTICO)

Diseñar un efectivo Plan de Mercadeo es importante para realizar un análisis de la situación actual del PROGRAMA CLUB DE EMPRENDEDORES, en el departamento de Nariño, en el cual se verifique su ambiente tanto interno como externo, identificando sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, que este tiene en el departamento de Nariño.

Lo que se pretende, por tanto, es poder confrontar los elementos internos de la empresa con los de tipo externo, con el objeto de delinear estrategias “ofensivas” mediante el aprovechamiento de las fortalezas propias y de las oportunidades que pudieran presentarse; y estrategias “defensivas” para contrarrestar las debilidades y amenazas.

Para entender mejor la situación en la que se encuentra el programa Club de Emprendedores se procedió a realizar análisis FODA el cual se describe a continuación en 3 fases, con base a la información obtenida con el análisis interno y externo realizado al programa y a la información de campo recogida con encuestas efectuadas a los niños y jóvenes de la ciudad de Pasto para esta análisis, cabe aclarar que fue necesario la participación de los padres de familia de cada uno de estos niños encuestados. (Ver modelo de encuesta Anexo N°1)

5.1 FORTALEZAS

- Lleva un alto nivel de investigación de desarrollo en la metodología emprender para aprender teniendo reconocimientos internacionales, permitiendo así tener convenios con instituciones extranjeras.
- Se tiene un buen apalancamiento financiero y político lo cual permite tener un respaldo con entidades gubernamentales.
- la metodología emprender para aprender, la cual permite tener a los jóvenes una visión empresarial y gestión empresarial.
- La infraestructura del club de emprendedores, es nueva, moderna y acogedora.
- Las instalaciones del Club De Emprendedores, están adecuadas en una zona campestre que permite que el niño, pueda desarrollar sus actividades libremente en los ambientes propicios.
- El programa cuenta con un personal capacitado y con experiencia para guiar a los niños y jóvenes en la búsqueda de su espíritu emprendedor y empresarial.

- Atención personalizada, grupos pequeños de niños por nivel.
- Excelente atención y trato hacia el cliente.
- Educación ambiental en valores.
- Satisfacción de los niños y padres con la calidad del servicio.
- Costos adecuados para el segmento del mercado.

5.2 DEBILIDADES

- El programa Club de Emprendedores no es muy conocido.
- El programa no cuenta con un sistema de promoción
- El programa no cuenta con una plataforma en internet, que presente el portafolio de servicios que se ofrece.
- El programa Club de Emprendedores no cuenta con un plan de mercadeo.
- El programa Club de Emprendedores aún no se encuentra establecido en el sector y se debe penetrar en el mercado.

5.3 OPORTUNIDADES

- Políticas del gobierno central en apoyo a la cultura de emprendimiento, a través de la Secretaria de Educación Nacional, Cámara de Comercio de Pasto, las cuales está enfocada a impulsar y promover el emprendimiento a nivel nacional.
- El Club de Emprendedores hace parte de la red de emprendimiento de Nariño.
- Debido a los cambios del sistema, se hace necesario la implementación de la metodología en el desarrollo personal del niño y el joven, que le permita ser competitivo en el futuro.
- Empleo de metodología innovadora de enseñanza.
- El Club de Emprendedores tiene mucho éxito en otras ciudades del país y en el extranjero.
- La metodología aplicada atrae la total atención del niño y el joven.
- El entorno interno y externo adecuado para el desarrollo de actividades.
- Se cuenta con una reserva para realizar actividades.

5.4 AMENAZAS

- la principal amenaza que se encuentra a la hora de posicionar el programa Club De Emprendedores en el mercado, es sin duda, la competencia, que ya está establecida en el mercado.

- Falta de tiempo de los niños y jóvenes de la Ciudad de Pasto.

FASE 1

Los cuatro elementos FODA señalados anteriormente, se han valorado y ponderado cuantitativamente, con base a su posibilidad e importancia, con el fin de determinar los elementos de mayor importancia. Por lo tanto fue necesaria la utilización de las siguientes escalas:

Posibilidad:

- Total seguridad **3**
- Muy posible **2**
- Posible **1**
- Raramente **0**

Importancia y/o gravedad:

- Asegura (o casi) su cumplimiento **3**
- Incide muy favorablemente **2**
- Incide favorablemente **1**
- Relevancia casi nula **0**

Cuadro No. 5 Ponderación Preliminar de los Elementos FODA del Programa Club de Emprendedores. FORTALEZAS

FORTALEZAS	Posibilidad	Importancia
Lleva un alto nivel de investigación y desarrollo en la metodología.	3	2
La metodología emprender para aprender.	3	3
La infraestructura del Club de Emprendedores, es nueva, moderna y acogedora.	1	1
Las instalaciones están adecuadas en una zona campestre.	1	2
Personal capacitado y con experiencia.	2	3
Atención personalizada, grupos pequeños de niños por nivel.	3	3
Excelente atención y trato hacia el cliente.	2	2
Educación ambiental en valores.	2	2
Satisfacción de los niños y padres con la calidad del servicio.	3	3
. Se cuenta con una reserva para realizar actividades.	1	2
Costos adecuados para el segmento del mercado.	2	1

Cuadro No. 6 Ponderación Preliminar de los Elementos FODA del Programa Club de Emprendedores. OPORTUNIDADES

OPORTUNIDADES	Posibilidad	Importancia
El entorno interno y externo adecuado para el desarrollo de actividades.	2	2
Políticas del gobierno central en apoyo a la cultura de emprendimiento.	2	1
El programa hace parte de la red de emprendimiento de Nariño.	3	2
Debido a los cambios del sistema, se hace necesaria la implementación de la metodología en el desarrollo personal del niño y el joven.	3	2
El programa tiene mucho éxito en otras ciudades del país y en el extranjero.	2	2
La metodología aplicada atrae la total atención del niño y el joven.	3	3
Empleo de metodología innovadora de enseñanza.	3	3
Se tiene un buen apalancamiento financiero y político.	3	2

Cuadro No. 7 Ponderación Preliminar de los Elementos FODA del Programa Club de Emprendedores. DEBILIDADES

DEBILIDADES	Posibilidad	Gravedad
El programa no es muy conocido.	3	2
No cuenta con un sistema de promoción	3	3
No cuenta con una plataforma en internet.	1	1
No cuenta con un plan de mercadeo.	3	3
Aún no se encuentra establecido en el sector y se debe penetrar en el mercado.	3	2

Cuadro No. 8 Ponderación Preliminar de los Elementos FODA del Programa Club de Emprendedores. AMENAZAS

AMENAZAS	Posibilidad	Gravedad
La competencia, que ya está establecida en el mercado.	3	2
Falta de tiempo de los niños y jóvenes.	1	2

Con el análisis efectuado se ha podido destacar las más importantes características de cada uno de los elementos del FODA, con lo cual no sólo se facilita el análisis inmediato a realizar, sino que ya quedan delineados los factores que, con mayor énfasis, se tendrán en cuenta para plantear las estrategias de mercadeo.

FASE 2

Con los resultados expuestos en los cuadros anteriores, se procede a ubicar a cada uno de los elementos del FODA, en orden jerárquico en relación a su valor numérico absoluto obtenido del análisis de Posibilidad y su valor numérico absoluto obtenido del análisis de su importancia y o gravedad.

Cuadro No. 9 Análisis de las Fortalezas, según su valor de Posibilidad e Importancia, del Programa Club de Emprendedores

ORDEN	Posibilidad	Importancia
1	La metodología emprender para aprender	3
2	Satisfacción de los niños y padres con la calidad del servicio.	3
3	Lleva un alto nivel de investigación y desarrollo en la metodología.	3
4	Atención personalizada, grupos pequeños de niños por nivel.	3
5	Personal capacitado y con experiencia.	2
6	Excelente atención y trato hacia el cliente.	2
7	Educación ambiental en valores.	2
8	Costos adecuados para el segmento del mercado.	2
9	Las instalaciones están adecuadas en una zona campestre.	1
10	Se cuenta con una reserva para realizar actividades.	1
11	La infraestructura del club de emprendedores, es nueva, moderna y acogedora.	1

Cuadro No. 10 Análisis de las Oportunidades, según su valor de Posibilidad e Importancia, del Programa Club de Emprendedores

ORDEN	Posibilidad	Importancia
1	Empleo de metodología innovadora de enseñanza.	3
2	La metodología aplicada atrae la total atención del niño y el joven.	3
3	Debido a los cambios del sistema, se hace necesaria la implementación de la metodología en el desarrollo personal del niño y el joven.	3
4	Se tiene un buen apalancamiento financiero y político.	3
5	El programa hace parte de la red de emprendimiento de Nariño.	3
6	El entorno interno y externo adecuado para el desarrollo de actividades.	2

ORDEN	Posibilidad	Importancia
7	El programa tiene mucho éxito en otras ciudades del país y en el extranjero.	2
8	Políticas del gobierno central en apoyo a la cultura de emprendimiento.	2

Cuadro No. 11 Análisis de las Debilidades, según su valor de Posibilidad y Gravedad, del Programa Club de Emprendedores

ORDEN	Posibilidad	Importancia
1	No cuenta con un plan de mercadeo.	3
2	No cuenta con un sistema de promoción	3
3	El programa no es muy conocido.	3
4	Aún no se encuentra establecido en el sector y se debe penetrar en el mercado.	3
5	No cuenta con una plataforma en internet.	1

Cuadro No. 12 Análisis de las Amenazas, según su valor de Posibilidad y Gravedad, del Programa Club de Emprendedores

ORDEN	Posibilidad	Importancia
1	La competencia, que ya está establecida en el mercado.	3
2	Falta de tiempo de los niños y jóvenes.	1

FASE 3

Finalmente en este análisis, se procede a seleccionar los factores más relevantes de cada uno de los elementos del FODA, con base a la evaluación anterior. En el cual se toman únicamente los 5 factores más destacados de cada elemento FODA. Lo que facilita que el Programa Club de Emprendedores centre su esfuerzo sobre estos factores resumidos y defina con más facilidad sus estrategias de mercadeo.

Cuadro No. 13 Análisis de los Elementos FODA (Resumen del Análisis) del Programa Club de Emprendedores

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. La metodología emprender para aprender 2. Satisfacción de los niños y padres con la calidad del servicio. 3. Lleva un alto nivel de investigación y desarrollo en la metodología. 4. Atención personalizada, grupos pequeños de niños por nivel. 5. Personal capacitado y con experiencia. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Empleo de metodología innovadora de enseñanza. 2. La metodología aplicada atrae la total atención del niño y el joven. 3. Debido a los cambios del sistema, se hace necesaria la implementación de la metodología en el desarrollo personal del niño y el joven. 4. Se tiene un buen apalancamiento financiero y político. 5. El programa hace parte de la red de emprendimiento de Nariño.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. No cuenta con un plan de mercadeo. 2. No cuenta con un sistema de promoción 3. El programa no es muy conocido. 4. Aún no se encuentra establecido en el sector y se debe penetrar en el mercado 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La competencia, que ya está establecida en el mercado. 2. Falta de tiempo de los niños y jóvenes.

Este análisis permite determinar:

- Que el programa club de emprendedores, cuenta con un servicio innovador muy importante, que es la metodología emprender para aprender, la cual capta la total atención del cliente.
- los cambios del sistema, benefician en gran medida el programa club de emprendedores ya que se hace necesaria la implementación de la metodología en el desarrollo personal de niño y el joven.
- Por lo tanto con esta situación altamente provechosa, el desarrollo de un plan de mercadeo efectivo, puede lograr posicionar el Programa Club de Emprendedores dentro del mercado objetivo como un programa fuerte y eficaz para la formación de los niños y jóvenes del Departamento de Nariño.

6. PLAN DE MERCADEO

6.1 OBJETIVOS DE MERCADEO

6.1.1 Objetivos del programa club de emprendedores.

A continuación se detallan los objetivos de marketing del programa Club de Emprendedores.

- desarrollar una cultura de emprendimiento en los niños y jóvenes del departamento de Nariño.
- Fomentar en los niños, niñas y jóvenes, el espíritu emprendedor y pensamiento empresarial, a través de la metodología emprender para aprender.
- Ser el principal impulsor de formación de emprendedores.
- Consolidar su servicio educativo como el mejor método de enseñanza en el desarrollo y formación de los niños y jóvenes del departamento de Nariño , acorde con las nuevas tendencias y corrientes del pensamiento, buscando que el educando sea un ser humano integral

6.2 OBJETIVOS DEL PLAN MARKETING

6.2.1 Objetivo general

Lograr el reconocimiento del Programa Club De Emprendedores y el posicionamiento de la metodología emprender para aprender en el desarrollo personal de los niños, niñas y jóvenes en el departamento de Nariño, con el fin de formar emprendedores capaces de dar solución a las necesidades del mañana.

6.2.2 Objetivos específicos

- Persuadir a la población del departamento de Nariño de la existencia del programa club de emprendedores
- Posicionar la metodología emprender para aprender, como modelo óptimo de formación interpersonal de los niños y jóvenes del departamento de Nariño.
- Crear una imagen positiva del programa Club De Emprendedores en el departamento de Nariño.
- Procurar su crecimiento como organización

6.3 ESTRATEGIAS DE MARKETING

Las estrategias de marketing se utilizan con el fin de aumentar el número de ventas de bienes y servicios de los empresarios. Las estrategias de marketing sirven para establecer una idea, para fijar su precio y su método de comunicación, con el fin de aumentar los intercambios que cubrirán las necesidades de los consumidores.²⁵

A continuación se proponen estrategias de marketing para dar a conocer el PROGRAMA CLUB DE EMPRENDEDORES en el mercado objetivo.

6.3.1 Estrategias corporativas

El programa club de emprendedores, pese a que lleva 9 años trabajando y desarrollando la metodología emprender para aprender, siendo implementada en sus inicios en la ciudad de Pasto, convenio con Coomeva, y actualmente en la ciudad de Cali y en México. Es de reciente aparición en el departamento de Nariño, por estar razón gran parte de la población desconoce su existencia. Por tanto es de vital importancia penetrarse nuevamente dentro del mercado objetivo, tomando como ventaja competitiva su metodología innovadora y la experiencia adquirida a través de los años.

• CONCENTRACIÓN Y FOCALIZACIÓN

En primera instancia, el mayor esfuerzo estará dirigido al municipio de Pasto, esperando implementar la metodología abarcando gran parte de las instituciones públicas y privadas de la ciudad de Pasto, y en segunda instancia poder llevar la metodología hacia los municipios donde se tenga más fácil acceso, Esto se realizara a través del mercadeo que realicen los guías de formación, quienes están debidamente capacitados para realizar este rol y cuentan con toda la información y experiencia necesaria para ofrecer el servicio. Obteniendo como ventaja que la promoción y ventas que se realizan se efectuaran de manera personalizada, procurando la mayor satisfacción del cliente por el servicio.

²⁵ <http://www.quenegocio.net/Marketing/estrategia.html>

- **FACTORES CLAVES DEL ÉXITO**

A continuación se expone en el siguiente cuadro, en forma resumida los factores claves del éxito.

Cuadro No. 14 Factores Claves del Éxito

ESTRATEGIA	FACTORES CLAVES DEL ÉXITO	PUESTA EN MARCHA
Impulsar la promoción y ventas del servicio que ofrece el programa club de emprendedores, en forma personalizada	Mercadeo directo, que permite la comunicación de recepción y respuesta inmediata a la población objetivo.	Consolidación de todos los elementos logísticos para que la comunicación sea rápida, clara y continúa.

Fuente: elaboración propia.

6.3.2 Estrategias funcionales

Las estrategias funcionales nos sirven para el marketing mix, en donde se exponen las estrategias de: producto, precio, promoción y distribución

- **ESTRATEGIAS DE PRODUCTO / SERVICIO**

Ante la diversidad de programas y organizaciones educativas existentes, cada una de ellas requiere mecanismos de divulgación que les permita transmitir las particularidades de sus instituciones, su orientación académica, el soporte institucional existente, las acciones de investigación que desarrolla, su enfoque pedagógico, el tipo de impacto social que pretende lograr, el tipo de profesional que busca formar, etc., es decir, requiere instrumentos que permitan dar a conocer a la sociedad su sello institucional. Este podría ser, de hecho, el propósito fundamental del mercadeo de servicios aplicado al sector educativo²⁶

Eslogan: La creación de un eslogan es de suma importancia ya que sirve de herramienta fundamental para captar clientes por medios auditivos, para la determinación del eslogan se propuso:

“descubre qué bacano es emprender para aprender”

²⁶ http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-68052010000200007&script=sci_arttext

Ya que se le considera un eslogan que invita a los niños y a los jóvenes a descubrir de una manera divertida como ser emprendedores

• **ESTRATEGIAS DE PRECIOS**

El precio establecido para el servicio prestado por el programa club de emprendedores, es un precio factible para el consumidor, se estableció teniendo en cuenta la relación costos-valor, y teniendo en cuenta los precios de los servicios que ofrece la competencia.

Se establecerán beneficios económicos en los siguientes casos:

- Descuentos para hijos del personal del programa.
- Descuentos a padres de familia que inscriban en el programa dos o más hijos.
- Descuento para inscritos por grupo.
- Patrocinios para los niños y jóvenes de bajos recursos que estén interesados en pertenecer al programa.

• **ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD**

Los medios que se utilizar para llevar a cabo la campaña publicitaria del programa club de emprendedores, serán: la radio, vallas publicitarias, volantes, tele marketing, ferias, periódicos e internet. El mensaje que se transmitirá en cada uno de estos, será de tipo emocional dando a conocer lo divertido que es “emprender para aprender”.

• **ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN**

Diseñar las estrategias de Promoción es de suma importancia, ya que proporciona al PROGRAMA CLUB DE EMPRENDEDORES las herramientas mercadológicas necesarias que le permitan dar a conocer la metodología “emprender para aprender” y posicionarse dentro del mercado objetivo, ya que este busca posicionarse en el mercado objetivo y contribuir en el largo plazo al desarrollo económico y el bienestar social de la región.

A continuación se exponen cada una de las estrategias de promoción las cuales se han estructurado de la siguiente manera:

- Programa de Promoción de ventas.
- Programa de Ventas Personales
- Programa de Relaciones Públicas
- Programa de Publicidad

- **PROGRAMA DE PROMOCIÓN DE VENTAS**

OBJETIVO.

Dar a conocer el programa club de emprendedores en el departamento de Nariño, a través de las actividades promocionales y de la participación de los guías de formación, con el fin de generar un estímulo e incentivar en los niños la importancia de ser emprendedores y de esta manera se despierte el interés por pertenecer al Club.

ESTRATEGIA

Se propone la utilización de una publicidad promocional, la cual consiste en enviar una información a la población objetivo, con el fin de despertar el interés de los niños y los padres, por la metodología que se pretende aplicar y de esta manera estimular la demanda del servicio en el departamento.

TÁCTICAS

- Para la publicidad promocional, se valdrá del mensaje que se difundirá por diferentes canales de información, para especificar las cualidades del servicio, y crear una imagen positiva del programa club de emprendedores.
- Se buscare persuadir al mercado objetivo, de la importancia del emprendimiento en la formación personal del ser humano y lo que el Club De Emprendedores con su “metodología emprender para aprender” le puede aportar al niño y al joven en su desarrollo personal y social.
- Basado en el apoyo de los guías de formación y de su experiencia en el Club De Emprendedores se visitara las diferentes instituciones educativas públicas y privadas, cooperativas y empresas, inicialmente de la ciudad de San Juan de Pasto, logrando incentivar a la población de la importancia del programa.
- Se participara en ferias institucionales y empresariales, a fin de dar a conocer más detalladamente el Programa Club De Emprendedores, con su

“metodología emprender para aprender” y la importancia en la formación personal de los niños y jóvenes.

- Se hace necesario la elaboración de stand y artículos publicitarios para la participación en las ferias, como camisetas para los guías, edición de video motivacional del Club De Emprendedores, pendones publicitarios.
- Además, Para atraer la atención de los asistentes de las ferias, se hace necesario dentro de la promoción del programa en las ferias, la distribución de regalos publicitarios interesantes y útiles (lapiceros, dulces, carpetas) que genere el interés de la población objetivo.
- Es importante llevar una base de datos de las personas asistentes a la ferias, que estén interesados en el programa, como su nombre, teléfono y correo electrónico, que servirá de gran utilidad para realizar tele marketing del servicio y enviar información por página web.
- También, la creación de un portafolio de servicios ofrecidos por el programa club de emprendedores, de tal manera que se motive y se despierte aún más el interés en los niños y jóvenes.

PROGRAMA DE VENTA PERSONAL

OBJETIVO

Establecer una comunicación con la población objetivo a través de diferentes medios como venta directa, correo electrónico, tele marketing, para brindar información en forma directa a esta población.

ESTRATEGIAS

Establecer una estrategia de personalización con un mensaje adecuado y sensible que concuerde con las necesidades de la población objetivo.

TÁCTICAS

- Utilizar la base de datos obtenida por el programa en las diferentes ferias, para realizar tele marketing, de tal manera que por este medio, se pueda brindar información de manera más personalizada a los diferentes

segmentos de la población objetivo, resaltando la importancia del emprendimiento en la formación personal y social de los niños y jóvenes.

- Remitir información del Club De Emprendedores a través de correo electrónico, a los diferentes niños y jóvenes del municipio de Pasto, de tal manera que el mensaje atraiga la total atención del niño y el joven por el programa.
- Asignar a los guías de formación que efectúen contacto directo con las diferentes empresas, cooperativas, instituciones públicas y privadas para ofrecer el servicio prestado por el programa club de emprendedores, de tal manera que se expanda la información entre los diferentes estudiantes, empleados y genere un interés y motivación por el Programa Club De Emprendedores y su metodología “emprender para aprender”.

PROGRAMA DE RELACIONES PÚBLICAS

OBJETIVO

Crear una imagen favorable del programa Club De Emprendedores en la población objetivo, a través del apoyo de la secretaria de educación (ventana de oportunidades) y la red regional de emprendimiento de Nariño.

ESTRATEGIA

Estrategia de imagen con el fin de crear en la población objetivo el interés y motivación por el programa Club De Emprendedores y su metodología “emprender para aprender”.

TÁCTICAS

- Obtener el patrocinio para estudiante de instituciones públicas a través de las diferentes empresas y cooperativas del departamento así como también de la alcaldía.
- Invitar a los medios de comunicación, de tal manera que sirvan de medios de difusión de la información del Programa Club De Emprendedores y su importancia en la formación personal y social de los niños y jóvenes del Departamento.

- Mantener contacto con las diferentes instituciones educativas, cooperativas y empresas, para que se pueda presentar la metodología “emprender para aprender” a los empleados y estudiantes de cada una de ellas.

PROGRAMA DE PUBLICIDAD

Informar a la población del departamento de Nariño a través de los medios de comunicación, la existencia del programa club de emprendedores y la importancia del desarrollo de una cultura y espíritu emprendedor en los niños y jóvenes.

ESTRATEGIAS

- Medio primario que abarca la televisión y la radio
- Medio secundario a través de la prensa y revistas departamentales
- Medio de apoyo que abarca la publicidad en exteriores.

TÁCTICAS

- Lanzamiento de una publicidad agresiva en televisión, donde se propone la creación de un video vivencial, dirigido a todos los niños y jóvenes del departamento, en el cual se muestre todas las experiencias de los niños y jóvenes que hacen parte del programa Club De Emprendedores y la metodología “emprender para aprender”.
- Se realizaran cuñas de radio en donde se trasmita un mensaje claro y llamativo, en el cual se invite a los niños y jóvenes a ser parte del Club De Emprendedores.
- Se utilizará el medio de comunicación prensa, en donde se dé a conocer el programa club de emprendedores y su importancia en la formación interpersonal de los niños y jóvenes del departamento.
- Se elaborara volantes y afiches donde se brinde información del Programa Club De Emprendedores y las actividades que se desarrollaran durante el proceso de formación, los cuales serán distribuidos en los diferentes centros comerciales y las principales instituciones educativas de la Ciudad de Pasto.
- Se realizara promoción del programa, por medio de las vallas publicitarias electrónicas que están ubicadas en distintas zonas de la ciudad, proyectando lo divertido que es emprender para aprender en el Club De Emprendedores.

- Creación de una página web, en donde se muestre la información del club de emprendedores, las actividades a realizar, costos del servicio, ubicación geográfica, y toda la información en general del programa.
- Creación de un stand publicitario llamativo, para las distintas ferias que se realicen en el departamento. Para la publicidad en el stand se hace necesaria la reproducción de videos vivenciales, entrega de tarjetas, volantes con la información del Club y entrega de regalos publicitarios.
- Creación de un catálogo de servicios donde se muestre imágenes de las actividades que se realizan en Club De Emprendedores.

CANALES DE DISTRIBUCION

- **En radio:** las cuñas se realizaran en medios locales, los días viernes, sábados y domingos, por ser los días de mayor audiencia radial. Donde se difundirán 5 cuñas diarias de 20 y 30” en las cuales se comenta lo divertido que es emprender para aprender y se invita a todos los niños y jóvenes a pertenecer al Club De Emprendedores. A demás de las entrevistas que se realicen en radio por los programas de radio informativos. A continuación se describe la cuña radial que se aconseja difundir por este medio, o puede servir como ejemplo para la realización de otras.

Guion de estrategia en radio:

¿Quién dijo que hay que ser grande para tener su propia empresa? Ahora niños y jóvenes pueden poner en marcha todas sus ideas, con solo demostrar iniciativa, talento y muchas ganas. ¡Empieza desde ya y se un gran emprendedor!

Si te encuentras entre las edades de los 5 a los 18 años. ¡Ven al Club de Emprendedores!, es muy fácil y divertido aprender jugando.

Informes e inscripciones: calle 12 N° 27- 113 B/San Felipe junto a la Iglesia del Señor del Rio o llámanos al teléfono 311 390 6890.

¡Descubre que bacano es emprender para aprender!

- **Vallas electrónicas publicitarias:** para la publicidad por este medio, se tuvo en cuenta la ubicación de las distintas vallas publicitarias que se encuentran en la ciudad de Pasto, con el fin de identificar los puntos más

estratégico para la promoción del Club De Emprendedores, de tal manera que se decidió que el punto más visible es la valla electrónica ubicada en la panamericana diagonal a Unicentro ya que este centro comercial es un sitio donde la mayor parte de la población se aglomera y la valla ubicada en la avenida Champagnat. La promoción se hará los fines de semana. Por este medio se mostraran imágenes de las distintas actividades que se realizan en el Club De Emprendedores y su eslogan. **(Ver Anexo 3)**

- **Medios publicitarios interactivos:** se enviara información del Club por medio de correo electrónico utilizando la base de datos recogida en las distintas ferias a las que se asistió, además se aprovecha Facebook y las distintas paginas donde se puede ofrecer productos online. Invitando a la población objetivo a participar del programa Club De Emprendedores. Siendo este un medio óptimo para difundir información y sin costo alguno. **(Ver anexo 4)**
- **Volantes:** por este medio se expone la metodología emprender para aprender y las distintas actividades que se realizan en el programa, además se invita a la población objetivo a pertenecer al club de emprendedores. esto a través de Folletos informativos impresos que llegaran de forma directa a los usuarios de forma continua mediante su distribución en las diferentes instituciones educativas públicas y privadas, empresas y centros comerciales de la ciudad de Pasto así como también en todos, los folletos se mostrara la dirección de la oficina y los teléfonos donde se pueden contactar con el programa si desean adquirir el servicio. **(ver anexo 5)**
- **Tele marketing:** por este medio se realiza un contacto directo con el cliente, lo que permite y facilita brindarle la información necesaria y obtener una respuesta inmediata de su parte. Por tanto es muy beneficioso para el programa Club De Emprendedores realizar este tipo de mercadeo. La aceptación o rechazo del servicio dependerá de las estrategias de venta que se realicen.
- **Ferias:** las ferias son un medio muy importante para realizar la promoción del Club De Emprendedores, ya que por este medio se puede tener un contacto directo con el cliente, teniendo la oportunidad de dar a conocer el programa con mayor profundidad y responder las inquietudes que se presenten, de tal manera que se pueda persuadir y sensibilizar a la población objetivo de la importancia del servicio que se está ofreciendo.

además de establecer contacto con instituciones públicas y privadas con las que se pueden realizar convenios

6.4 PLANES DE ACCION

Para la puesta en marcha de las estrategias presentadas anteriormente, a continuación se exponen los principales planes de acción, precisando las responsabilidades y los tiempos de ejecución.

6.4.1 PLAN SOBRE PRODUCTO/SERVICIO

PLAN SOBRE PRODUCTO/SERVICIO	TIEMPO	RESPONSABLES
Implementar una Coordinación de Mercadeo que permita que el Servicio y todos las estrategias de mercadeo se ejecuten para una mejor promoción del programa.	Empezar a operar a partir de septiembre de 2014	coordinador del programa

6.4.2 Plan sobre precios

PLAN SOBRE PRECIOS	TIEMPO	RESPONSABLES
<p>Implementar políticas económicas como descuentos, convenios y patrocinios.</p> <p>Descuentos Descuentos para hijos del personal del programa. Descuentos a padres de familia que inscriban en el programa dos o más hijos. Descuento para inscritos por grupo.</p> <p>Convenios Convenios con cooperativas, instituciones educativas, gubernamentales y empresas que deseen adquirir la metodología ofertada por el programa.</p> <p>Patrocinios Patrocinios para los niños y jóvenes de bajos recursos que estén interesados en pertenecer al programa</p>	Empezar a operar a partir de octubre de 2014	coordinador del programa, asistente administrativo, coordinación de mercadeo

6.4.3 Coordinación de servicio al cliente

PLAN DE SEVICIO AL CLIENTE	TIEMPO	RESPONSABLES
Implementar una unidad administrativa y financiera, que lleve a cabo todos los requerimientos del programa.	Empezar a operar a partir del momento de funcionamiento del programa de 2014.	coordinador del programa

6.4.4 Plan sobre la promoción

PLAN SOBRE LA PROMOCION	TIEMPO	RESPONSABLES
<p>Venta personal Contar con personal de venta personal. Elaboración de base de datos.</p> <p>Publicidad Incluye internet, páginas web, catalogo, volantes, tarjetas, tele marketing, radio, publicidad en periódicos, valla publicitaria.</p> <p>Promoción de ventas Participación en ferias institucionales y empresariales, obsequios publicitarios como lapiceros, carpetas, dulces. Pendones del club de emprendedores.</p> <p>Las acciones de los obsequios publicitarios se efectuaran durante la participación en las ferias institucionales y empresariales.</p> <p>Relaciones publicas Obtener el patrocinio para estudiante de instituciones públicas</p> <p>Invitar a los medios de comunicación a los distintos eventos en los que participe el programa club de emprendedores</p> <p>Mantener contacto con las diferentes instituciones educativas, cooperativas y empresas, para que se pueda presentar la metodología emprender para aprender a los empleados y estudiantes de cada una de ellas.</p> <p>Mantener la función de internet, como canal directo de comunicación en asocio con las demás herramientas de mercadeo a utilizar, para la promoción del servicio. aprovechando la cuenta de Facebook del programa www.clubdeemprendedores.com</p>	<p>Empezar a operar a partir de octubre de 2014.</p> <p>Debe iniciarse alrededor de 60 días.</p> <p>Algunas actividades se iniciaron a partir de septiembre de 2013. Debe iniciarse a partir de octubre de 2013.</p> <p>Se inició a partir de septiembre de 2013.</p>	<p>Coordinador del programa y asistente administrativo</p> <p>Coordinación de mercadeo la cual a partir de la fecha establecida, debe empezar a ejercer estas acciones. Las cuales algunas ya se ejecutan por medio del coordinador del programa, el asistente administrativo y el concejo gestor.(guías de formación)</p> <p>La responsabilidad de esta acción recaerá directamente en el coordinador del programa y la coordinación de mercadeo, que deberá efectuar invitaciones a comunicadores públicos, para hacer conocer al programa y lograr buenos comentarios de prensa.</p>

Fuente: elaboración propia

6.5 PRESUPUESTO DEL PLAN DE MERCADEO

A continuación se exponen todos los rubros necesarios para llevar a cabo el plan de mercadeo formulado.

REQUERIMIENTOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cuña de radio 20" radio 1	5 cuñas diarias de lunes a viernes – total al mes 110 cuñas al mes.	\$6.673	\$734.000
Cuña de radio 30" Tropicana estéreo	5 cuñas diarias viernes, sábado y domingo- total impactos 40.	\$9.680	\$387.200
Valla publicitaria electrónica-comercial 15 segundos	60 comerciales diarios – 1800 comerciales al mes.	\$237	\$500.000
Catálogo de servicios	3 catálogos	\$20.000	\$60.000
Auxilio de transporte para mercadeo	4.400 diarios para 4 personas –total 17600- durante 30 días	\$17.600	\$528.000
Compra e Impresión de camisetas	8 camisetas Impresión unidad \$3000 Camisetas unidad \$5000 Total \$8.000	\$8.000	\$64.000
Impresión de volantes, carpetas, tarjetas	Combo: 2000volantes, 1000carpetas, 1000 tarjetas	\$112 \$300 \$75	\$500.000
Impresión pendón	1 pendón	\$30.000	\$30.000
Personal de mercadeo a contratar	4 personas 200.000 mensuales	\$200.000	\$800.000
Subtotal		292.677	\$3.603.200
Imprevistos (10 %)		\$29.268	\$360.320
TOTAL		\$288.409	\$3.963.520

Fuente: elaboración propia

6.6 LOGROS OBTENIDOS DURANTE EL PERIODO DE REALIZACION DE LA PASANTIA.

Convenio con la institución educativa CONFAMILIAR siglo XXI, el cual adquirió la metodología como área del conocimiento dentro de su pensum académico. Se realizó la capacitación de formación de formadores y transferencia de metodología. Por lo cual a partir del mes de julio de 2014 se implementa la metodología como área de formación en todos los años escolares de la institución.

Se trabaja en convenios con la universidad CESMAG, para implementar la metodología dentro del programa de administración de negocios.

Se trabaja en convenios con empleados del instituto departamental de Nariño, para llevar a cabo el proceso de formación de los hijos de los empleados de esta entidad.

Se hizo convenios con el programa ventana de oportunidades, para promocionar el club de emprendedores en el departamento de Nariño. Por medio de este programa, que es apoyado por la gobernación de Nariño se espera encontrar patrocinios para los niños y jóvenes que deseen pertenecer al programa.

Vinculación del programa Club De Emprendedores a La Red Regional De Emprendimiento De Nariño.

Participación en la primera feria de institucional de educación para el trabajo, y el desarrollo humano, llevada a cabo en las instalaciones del INEM.

Participación en la semana global del emprendimiento realizada en el mes de noviembre de 2013.

Participación en la feria expo latina 2013, organizada por la cámara de Comercio De Pasto, bajo el apoyo de la Red Regional De Emprendimiento De Nariño.

Entrevistas de radio realizadas en la emisora ecos de pasto, y en el programa de televisión de todo un poco a cargo de la periodista Sandra Penagos.

7. CONCLUSIONES

Se puede concluir que el Club De Emprendedores al ser un programa nuevo en el departamento de Nariño, carece de una unidad de mercadeo, y por ende de un plan de mercadeo por medio del cual le permita al programa lograr el reconocimiento y posicionamiento dentro de la población objetivo.

Con la implementación de un plan de Mercadeo adaptado a las necesidades del Programa Club De Emprendedores, se pretende alcanzar el objetivo de posicionar al Programa como el mejor método de enseñanza en el desarrollo y formación integral de los niños y jóvenes del Departamento de Nariño, contribuyendo a largo plazo en el desarrollo económico y social de la región.

Al encontrarse el Programa Club De Emprendedores en una etapa de iniciación, no se cuenta con un área administrativa, ni financiera, por tanto estas funciones las está asumiendo el coordinador del programa.

El entorno cambiante del sistema, ha conllevado a que se dé un cambio de mentalidad en las personas, llevando también a cambios significativos en el tipo de formación que la sociedad demanda del sistema educativo, de ahí la necesidad y existencia de programas como el Club De Emprendedores.

Se deja en evidencia la importancia y necesidad de las Instituciones Educativas de contar dentro de su programa académico con un programa de emprendimiento, pues las condiciones presentes en el entorno así lo requieren.

La metodología emprender para aprender, hace del programa Club De Emprendedores, la mejor oportunidad para darse a conocer y posicionarse dentro del mercado objetivo.

Hay grandes expectativas por parte de los padres, los niños y jóvenes de la ciudad de Pasto con el programa Club De Emprendedores, pues consideran que la metodología que se quiere implementar tendría un excelente aporte en su formación y desarrollo.

Para finalizar, en el desarrollo del documento se ha hecho evidente que el plan de mercadeo previamente adaptado a las condiciones y características del servicio ofrecido por el programa Club De Emprendedores, es un herramienta esencial que garantiza y asegura el logro y cumplimiento de los objetivos y propósitos establecidos para el programa Club De Emprendedores en el departamento de Nariño.

8. RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar campañas masivas de publicidad en radio, a través de páginas web, y mercadeo personal, para así tener un alcance significativo del programa en el departamento de Nariño.

Se recomienda añadir otras actividades de publicidad no pagada como: conseguir editoriales de prensa y revistas, continuar con la realización de conferencias en las instituciones y empresas, entrevistas de radio y televisión, participaciones en ferias de emprendimiento.

Se recomienda que cuando el programa Club De Emprendedores empiece a funcionar y se empiecen a percibir ingresos, es necesaria la adquisición de personal para el área administrativa y financiera

Se recomienda la contratación de personal eventual, para la distribución de la publicidad y el desarrollo del mercadeo directo.

Para el mejor reconocimiento y funcionamiento del programa Club De Emprendedores, se recomienda ejecutar el plan propuesto en la presente estudio, aplicando todas las estrategias de producto, canal directo de distribución, promoción y publicidad y demás aspectos planteados en el presente estudio.

Se recomienda implementar una coordinación de mercadeo eficiente para desarrollar y ejecutar las estrategias propuestas en el plan de mercadeo.

Se recomienda establecer un nuevo plan de mercadeo para el año 2015, de tal manera que se pueda expandir la metodología “emprender para aprender” a los demás Municipios del Departamento.

Se recomienda el aprovechamiento de la base de datos recopilada durante la participación en las distintas ferias, para realizar el mercadeo directo a través de correo electrónico y el tele-Marketing.

Se recomienda la utilización al máximo de la página web del programa Club De Emprendedores para la promoción del servicio ya que es el medio más utilizado por los clientes potenciales.

BIBLIOGRAFÍA

ALBRECHT, Karl, TODO EL PODER AL CLIENTE, Paidós, España, 1996.

ALBRECHT, Karl, LA REVOLUCION DEL SERVICIO, 3R Editores, Colombia, 1998.

COBRA, Marcos, MARKETING DE SERVICIOS, segunda edición, Mc Graw Hill, Santafé de Bogotá, 2001

Información obtenida del PROGRAMA CLUB DE EMPRENDEDORES RPG consultores.

MARKETING ESTRATEGICO ENFOQUE DE TOMA DE DECISIONES.WALKERJR, ORVILLE C, BOYDJR.HARPER W; editorial McGraw Hill (2004).

PLAN DE MERCADOTECNIA (WILLIAM A. COHEN, CECSA (COMPAÑIA EDITORIAL CONTINEN), (2004, 3ª ED).

UNIVERSIDAD MARIANA, Unidad de Emprendimiento Colectivo Espíritu Creativo y Emprendedor, Guía de Emprendimiento, Para Crear Tu Propia Empresa

NET GRAFÍA

- Cultura de emprendimiento en los establecimientos educativos http://www.sednarino.gov.co/2010/index.php?option=com_content&view=article&id=1101:inicia-la-cultura-del-emprendimiento-en-los-establecimientos-educativos&catid=61:noticias&Itemid=80
- Canales de distribución. <http://www.gestiopolis.com/Canales4/mkt/implanmer.htm>
- El plan de marketing en la empresa. <http://www.marketing-xxi.com/capitulo-10-el-plan-de-marketing-en-la-empresa.html>
- <http://www.eclac.org/colombia/noticias/documentosdetrabajo/8/45968/ALDistINGHogares.pdf>
- http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S165762762009000100005&script=sci_arttext (Schumpeter, 1949; McClelland, 1961; Hagen, 1962; Casson, 1982)- (Rosa & Bowes, 1990).
- Importancia del plan de marketing. <http://aprendiendosobrenegocios.blogspot.com/2009/07/la-importancia-del-plan-de-marketing-en.html>
- Informe de la pobreza CEPAL 2010. <http://www.skyscraperlife.com/latin-bar/66285-informe-de-la-pobreza-cepal-2010-a.html>.
- INFORME DE COYUNTURA ECONÓMICA ICER NARIÑO, Convenio interadministrativo no. 111, p28 Cuadro 2.3.1, Abril de 2011, Disponible en internet: http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=99&Itemid=74
- La importancia del Plan de marketing como herramienta de gestión. <http://winred.com/marketing/la-importancia-del-plan-de-marketing-como-herramienta-de-gestion/gmx-niv115-con2642.htm>
- Plan de mercadotecnia. <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/plan-mercadotecnia.html>

- Plan de negocios. <http://www.ideasparapymes.com/contenidos/pymes-emprendiendo-plan-de-negocios-inversion.html>
- Portafolio- índice de pobreza en Colombia. <http://www.portafolio.co/economia/indice-pobreza-colombia>

ANEXOS

ANEXO A. FORMATO DE ENCUESTA

CLUB DE EMPRENDEDORES

Universidad de Nariño. Facultad de Ciencias Económicas y	Información sobre encuesta dirigida a los niños y jóvenes entre las edades de 5 a 18 años de la Ciudad De San Juan De Pasto.	Encuesta N° _____
		Los datos que se solicitan en esta encuesta son estrictamente confidenciales y para uso académico.

Objetivo: Recolectar información para el Programa Club De Emprendedores, con el fin de conocer las necesidades y expectativas que tiene los niños y jóvenes de la ciudad de Pasto sobre el programa club de emprendedores.

A. Preguntas generales

Marque con una X las respuestas, en caso que las respuestas necesiten de su opinión, hágalo de forma clara y resumida.

1 sexo m____ f____

2 edad _____

3 estrato _____

4 grado que cursa _____

4 institución educativa _____

CUESTIONARIO

5 ¿tiene conocimiento acerca de la ley 1014 de 2006? Si____ no____

6 ¿para usted es importante que se fomente el emprendimiento en los niños y jóvenes de la ciudad de Pasto? si ____ no____

7 ¿en la institución educativa a la que usted pertenece se fomenta el emprendimiento? si____ no____

SI SU RESPUESTA ES NO, CONTINÚE CON LA PREGUNTA N° 12

8 ¿Dentro de que área se incluye la cátedra de emprendimiento en la institución educativa a la que usted pertenece?

9 ¿desde qué grado escolar se implementa la cátedra de emprendimiento en la institución educativa a la cual pertenece?

Todos los grados _____ Algunos grados _____ ¿Cuáles? _____

10 ¿qué tipo de espacios o actividades se promueven en la cátedra de emprendimiento impartida en la institución educativa a la que usted pertenece?

11 Tiene conocimiento acerca de otras instituciones en la ciudad de San Juan de Pasto que fomenten el emprendimiento?

Si ___ no ___ ¿cuáles? _____

12 ¿le gustaría que exista en la Ciudad de San Juan de Pasto un programa donde se le brinde a los niños y jóvenes una adecuada formación de emprendimiento que les permita ser competitivos en el futuro?

si ___ no ___ ¿porque? _____

13 ¿tiene conocimiento acerca del programa CLUB DE EMPRENDEDORES?

si ___ no ___ como lo conoce ? _____

“El Club de emprendedores es un programa pionero que permite a los niñ@s, los y las jóvenes convertirse en emprendedores a través del método Emprender para Aprender, dirigida por profesionales altamente competentes que aseguran la formación en valores, actitudes, habilidades y conocimientos permanentemente evaluados y mejorados, en el marco de la cultura empresarial”

14 según lo anteriormente mencionado, ¿cómo catalogaría el programa club de emprendedores dentro de su proceso de formación?

Excelente___ bueno___ regular_____ malo___

15 ¿le gustaría pertenecer al programa Club de Emprendedores?

si _____ no_____ porque?_____ -

SI SU RESPUESTA ES NO, CONTINÚE CON LA PREGUNTA Nº 19

16 ¿en qué día de la semana le gustaría participar en la formación del club de emprendedores?

Lunes ___martes_____ miércoles_____ jueves_____ viernes___ sábado___

17 ¿Cuál sería el precio que estaría dispuesto a pagar por el servicio prestado en el CLUB DE EMPRENDEDORES?

Menos de 40mil_____

Entre 40mil y 50mil_____

Entre 50mil y 60mil_____

60mil y mas_____

Ninguno_____

18 ¿Mediante qué medio le gustaría recibir información acerca del programa CLUB DE EMPRENDEDORES?

Página web____ radio_____ televisión_____ prensa_____

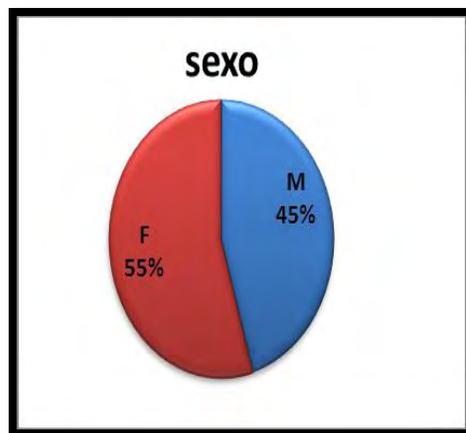
Volantes_____ vallas_____ tele marketing_____

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO B. DESARROLLO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS NIÑOS Y JÓVENES DE LA CIUDAD DE PASTO

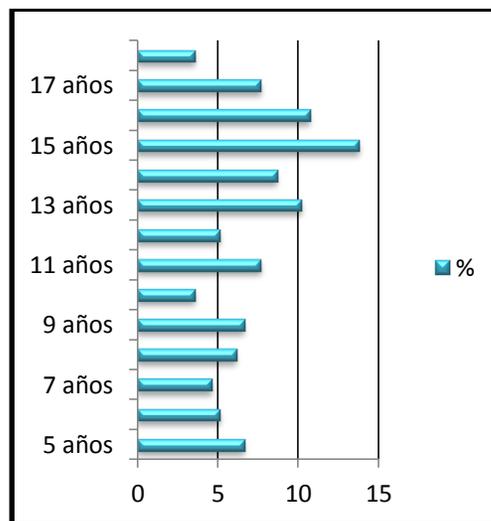
1. DATOS GENERALES

respuestas	Numero de respuestas	%
masculino	89	45
femenino	107	55
total	196	100%



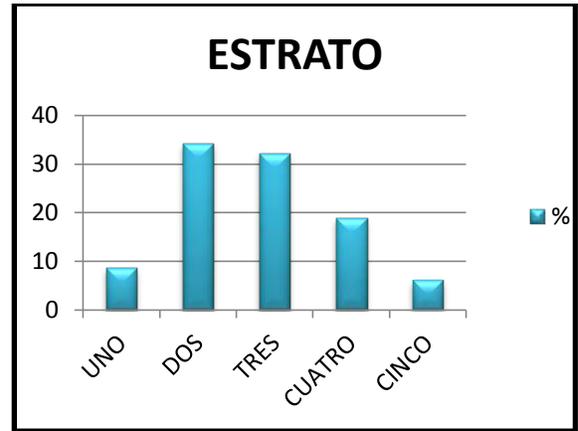
1.2 edad

respuestas	Numero de respuesta	%
5	13	7
6	10	5
7	9	5
8	12	6
9	13	7
10	7	4
11	15	8
12	10	5
13	20	10
14	17	9
15	27	14
16	21	11
17	15	8
18	7	4
total	196	100%



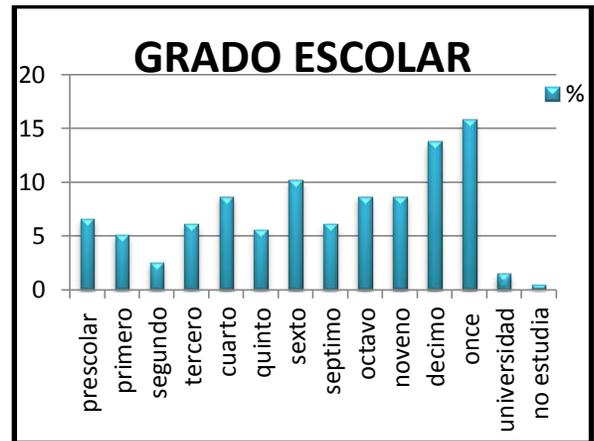
1.3 estrato

respuestas	Numero de respuestas	%
1	17	9
2	67	34
3	63	32
4	37	19
5	12	6
total	196	100%



1.4 Grado que cursa

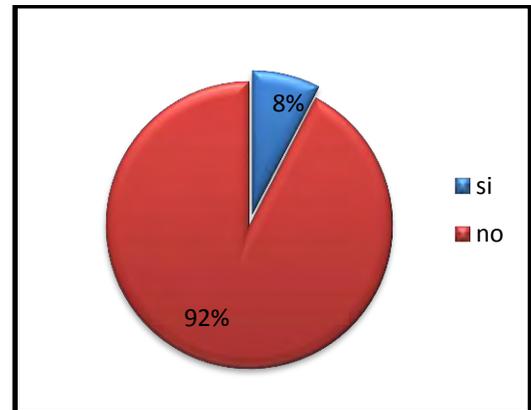
respuesta	Numero de respuestas	%
preescolar	13	7
primero	10	5
segundo	5	3
tercero	12	6
cuarto	17	9
quinto	11	6
sexto	20	10
séptimo	12	6
octavo	17	9
noveno	17	9
decimo	27	14
once	31	16
universidad	3	2
no estudia	1	1
total	196	100%



CUESTIONARIO

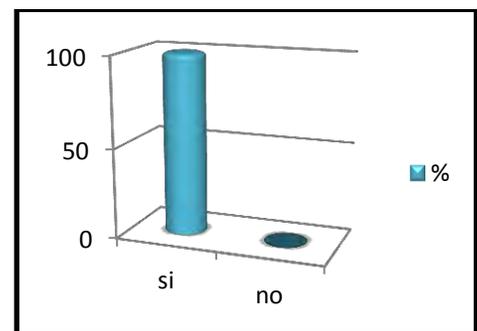
1 ¿tiene conocimiento acerca de la ley 1014 de 2006?

respuestas	Numero de respuestas	%
si	15	8
no	181	92
total	196	100%



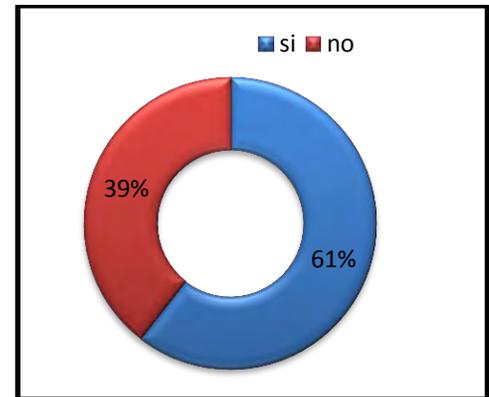
2 ¿para usted es importante que se fomente el emprendimiento en los niños y jóvenes de la ciudad de Pasto?

respuesta	Numero de respuesta	%
si	196	100
no	0	0
total	196	100%



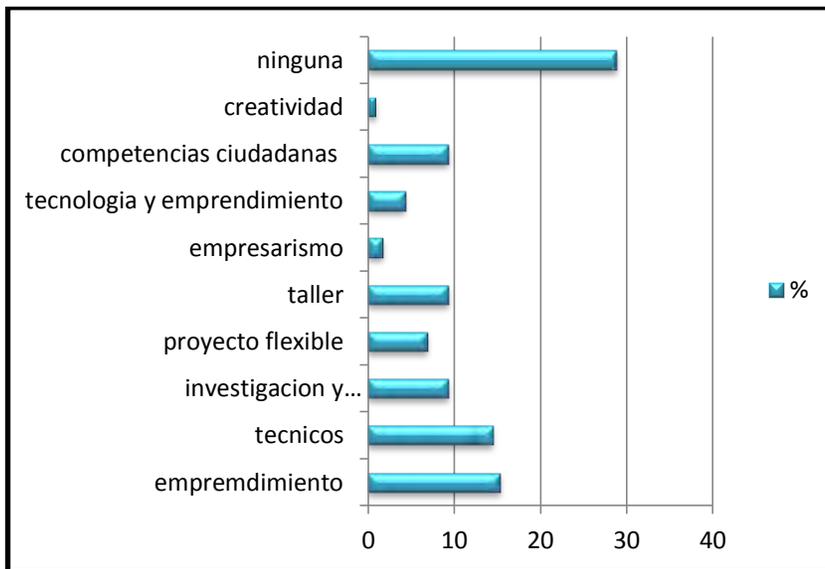
3. ¿en la institución educativa a la que usted pertenece se fomenta el emprendimiento?

respuesta	Numero de respuestas	%
si	118	60
no	77	39
total	195	100%



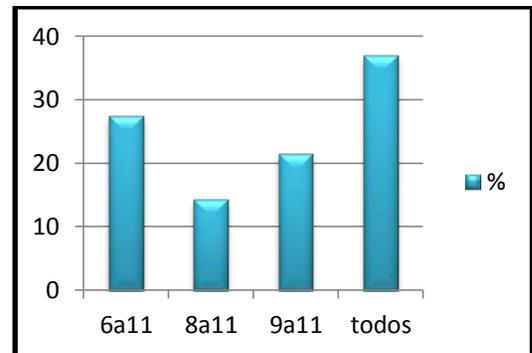
4. ¿Dentro de que área se incluye la cátedra de emprendimiento en la institución educativa a la que usted pertenece?

respuesta	Numero de respuestas	%
emprendimiento	18	15
técnicos	17	14
investigación y emprendimiento	11	9
proyecto flexible	8	7
taller	11	9
empresarismo	2	2
tecnología y emprendimiento	5	4
competencias ciudadanas	11	9
creatividad	1	1
ninguna	34	29
total	118	100%



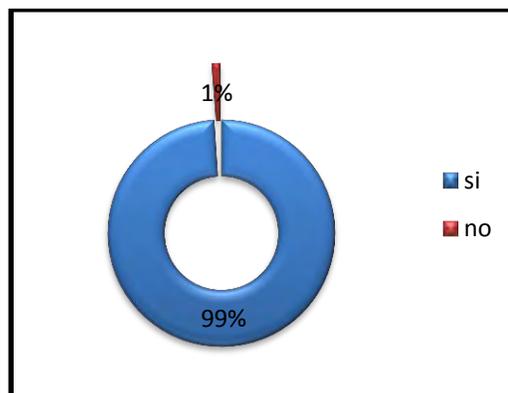
5 ¿desde qué grado escolar se implementa la cátedra de emprendimiento en la institución educativa a la cual pertenece?

respuesta	Numero de respuestas	%
6a11	23	27
8a11	12	14
9a11	18	21
todos	31	37
total	84	100%



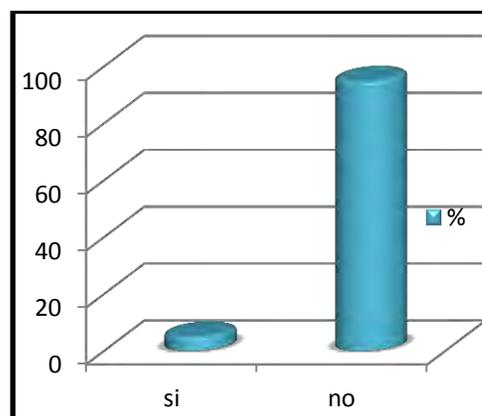
6 ¿le gustaría que exista en la Ciudad de San Juan de Pasto un programa donde se le brinde a los niños y jóvenes una adecuada formación de emprendimiento que les permita ser competitivos en el futuro?

respuesta	Numero de respuestas	%
si	194	99
no	2	1
total	196	100%



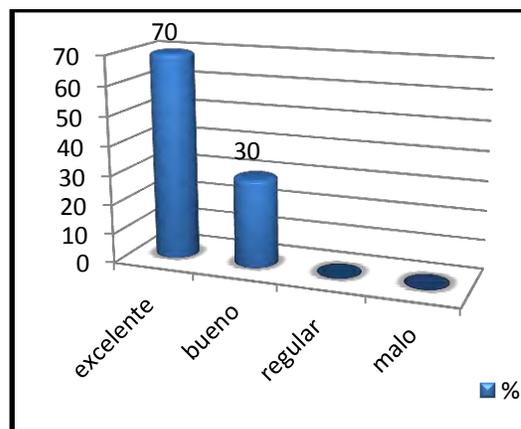
7 ¿tiene conocimiento acerca del programa CLUB DE EMPRENDEDORES?

respuesta	Numero de respuestas	%
si	10	5
no	186	95
total	196	100%



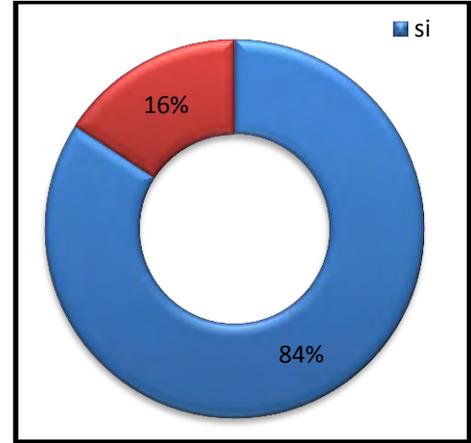
8 ¿cómo catalogaría el programa club de emprendedores dentro de su proceso de formación?

respuesta	Numero de respuestas	%
excelente	137	70
bueno	59	30
regular	0	0
malo	0	0
total	196	100%



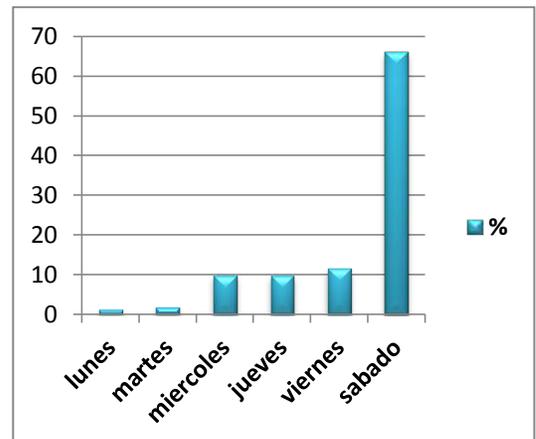
9 ¿le gustaría pertenecer al programa Club de Emprendedores?

respuesta	Numero de respuestas	%
si	165	84
no	31	16
total	196	100%



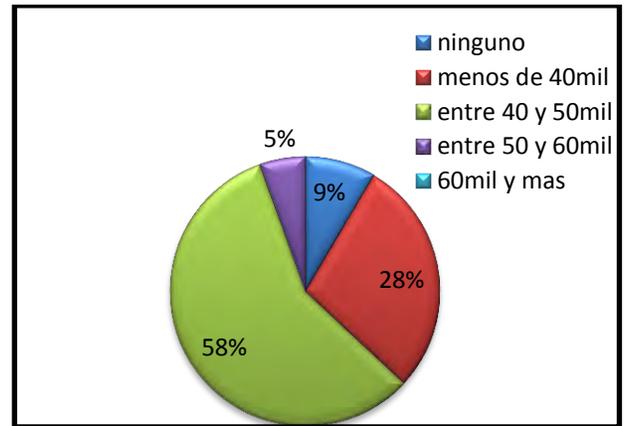
10 ¿en qué día de la semana le gustaría participar en la formación del club de emprendedores?

respuesta	Numero de respuestas	%
lunes	2	1
martes	3	2
miercoles	16	10
jueves	16	10
viernes	19	12
sabado	109	66
total	165	100%



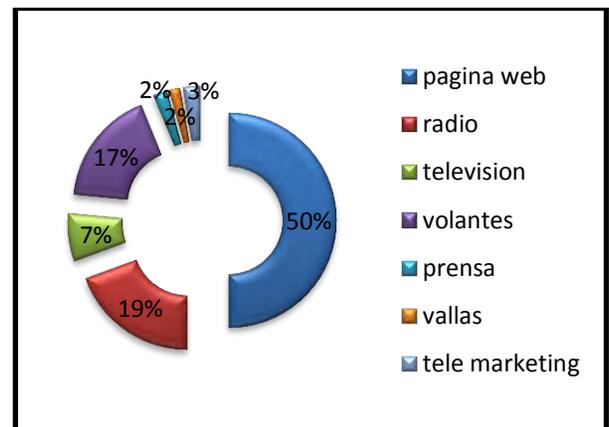
11 ¿Cuál sería el precio que estaría dispuesto a pagar por el servicio prestado en el CLUB DE EMPRENDEDORES?

respuesta	Numero de respuestas	%
ninguno	14	8
menos de 40mil	47	28
entre 40 y 50mil	95	58
entre 50 y 60mil	9	5
60mil y mas	0	0
total	165	100%



12 ¿Mediante qué medio le gustaría recibir información acerca del programa CLUB DE EMPRENDEDORES?

respuesta	Numero de respuestas	%
pagina web	98	50
radio	38	19
television	14	7
volantes	34	17
prensa	4	2
vallas	3	2
tele marketing	5	3
total	196	100%



ANEXO C. VALLAS PUBLICITARIAS



Descubre que bacano es
emprender para aprender

Club de
EMPRENDEDORES

*Empieza desde ya y se un gran emprendedor
llámanos al telef: 3113906890*

ANEXO D. PUBLICIDAD

SEMANA GLOBAL DEL EMPRENDIMIENTO
15 al 22 de NOVIEMBRE

Financiado por:
AGENCIA DE PASTO | CLUB DE EMPRESARIOS CULTURAL
ParqueSoft | Pasto

Más detalles de nuestra agenda en:
www.aemprender.co

Con el Apoyo de:
SEMPA | ESCUELA TÉCNICA DE PASTO | FENALCO | ACOPI | UNO | ASOCIACIÓN DE NAZARÓ | PASTO | CLUB DE EMPRESARIOS CULTURAL | web app

VEN Y PARTICIPA DE LA SEMANA GLOBAL DEL EMPRENDIMIENTO
EL CLUB DE EMPRENDEDORES PRESENTE EN ESTOS EVENTOS

UNETE A LA AVENTURA DE EMPRENDER

"Los juegos son la forma más elevada de la investigación"
Albert Einstein

Club de EMPRENDEDORES

Descubre que **bacano** es emprender para aprender

Es una verdadera fuente generadora de emociones

INSCRIPCIONES ABIERTAS
LLAMANOS AL TEL 3113606890

ANEXO E. VOLANTES

Descubre que hacano es emprender para aprender

Club de EMPRENDEDORES

Objetivo:
Desarrollar una cultura de emprendimiento en los niños, en sus familias y en la comunidad. Desarrollar habilidades para el futuro.

Quién dijo que hay que ser grande para tener su propia empresa?

En el Club de Emprendedores, desde niños y niñas pueden poner en marcha sus ideas con una estructura sencilla, segura y divertida.

El Club de Emprendedores ofrece a los niños y niñas:

- Un espacio seguro donde aprender a emprender.

Ven al Club de Emprendedores

Informes e inscripciones
Calle 12 No. 21 - 113 St. San Felipe, San José, Costa Rica
Teléfono: 733 80 124, 10001
Celular: 11 1 204 6800
www.clubdeemprendedores.com

Semillas **Colaboradores** **Emprendedores** **Patrocinadores**

CARPETAS

Parte externa



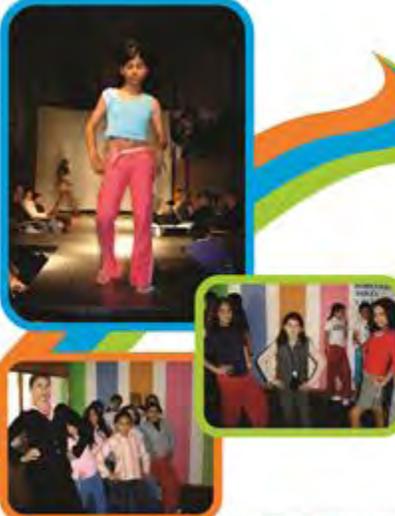
Parte interna



MODELO CATALOGO DE SERVICIOS

<p>¿QUE HACE QUE SEA DIVERTIDO CONSTRUIR NUESTRAS INICIATIVAS?</p> <p>EL CLUB DE EMPRENDEDORES, a través de su metodología emprender para aprender, porque es muy fácil y divertido aprender jugando y además disfrutamos de:</p> <ul style="list-style-type: none">- Visitas empresariales- Trabajos al aire libre- Ferias de emprendimiento- Caminatas- Campamentos- Peregrinajes empresariales- Formación en valores y principios del emprendedor en el marco de la cultura empresarial.- Hacemos nuevos amigos y amigas.  <p>DESCUBRE QUE SACARLO ES EMPRENDER PARA APRENDER</p> <p>MOMENTOS FORMATIVOS</p>	<p>..mientras nos divertimos aprendemos..</p>  <p>MOMENTOS FORMATIVOS</p>
<p>VISITAS EMPRESARIALES</p>    <p>MOMENTOS FORMATIVOS</p>	   <p>MOMENTOS FORMATIVOS</p>

MODELO CATALOGO DE SERVICIOS

<p>TRABAJO AL AIRE LIBRE...</p>  <p><i>MOMENTOS FORMATIVOS</i></p>	<p>Plan de negocios</p>  <p><i>MOMENTOS FORMATIVOS</i></p>
 <p><i>MOMENTOS FORMATIVOS</i></p>	<p>CAMPAMENTOS</p>  <p><i>MOMENTOS FORMATIVOS</i></p>