

**SITUACIÓN ACTUAL DE LAS EMPRESAS CREADAS A TRAVES DEL
CAPITAL SEMILLA DEL FONDO EMPRENDER, REPRESENTADAS POR LOS
ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO, Y SU INCIDENCIA
ECONÓMICA Y SOCIAL EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO DURANTE EL
PERÍODO 2005 A 2012.**

**LEIDY CECILIA LÓPEZ QUINTERO
ANGÉLICA LUCÍA MUÑOZ NASPIRÁN**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO CONVENIO
UNIVERSIDAD DE BOGOTA JORGE TADEO LOZANO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO
SAN JUAN DE PASTO
2013**

**SITUACIÓN ACTUAL DE LAS EMPRESAS CREADAS A TRAVES DEL
CAPITAL SEMILLA DEL FONDO EMPRENDER, REPRESENTADAS POR LOS
ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO, Y SU INCIDENCIA
ECONÓMICA Y SOCIAL EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO DURANTE EL
PERÍODO 2005 A 2012.**

**LEIDY CECILIA LÓPEZ QUINTERO
ANGÉLICA LUCÍA MUÑOZ NASPIRÁN**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
Especialista en Gerencia de Mercadeo**

**Director de Proyecto
LUIS ALBERTO SARASTY
Especialista en Gerencia de Mercadeo**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO CONVENIO
UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO DE BOGOTÁ
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO
SAN JUAN DE PASTO
2013**

NOTA DE RESPONSABILIDAD

“Las ideas y las conclusiones aportadas en este trabajo de grado son de responsabilidad exclusiva de los autores”.

Artículo 1º del Acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966, emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de aceptación

Presidente

Jurado

Jurado

San Juan de Pasto, Septiembre de 2013

AGRADECIMIENTOS

Dios todo poderoso, gracias una vez más te doy por tantas bendiciones que sin merecerlas te ha placido dárme las, hoy avanzo un peldaño más en el largo camino de formación como profesional integral que deseo ser.

A toda mi familia representada principalmente por mis padres Martha Quintero y Luis López, quienes constantemente sin decírmelo, confían en mí, y me apoyan incondicionalmente en cada decisión y camino que emprendo.

A mi hijo Juan Felipe, con el cual sigo sacrificando momentos especiales para dedicar a la formación académica, y el cual ha soportado tantos desvelos para este logro.

De manera muy especial y de todo corazón gracias aquellas personas que hicieron posible la obtención de esta beca, al convenio entre la UNIVERSIDAD DE NARIÑO Y LA UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO por darme la oportunidad de estudiar como becaria y ser una futura especialista en Gerencia de Mercadeo. Sin ello no hubiera sido posible avanzar este importante paso académico hoy culminado.

Gracias a mis profesores, de los cuales aprendí muchísimo, no solo en materia académica, sino que con su presencia transmitieron una calidad humana significativa para mi formación profesional y personal.

Gracias a todos mis compañeros de salón, con los cuales compartí momentos agradables, y también gracias a aquellas personas, que por diferentes circunstancias no pude conocer a fondo, pero igual las llevo en un lugar muy especial de mi corazón.

Y por último gracias a aquellas personas que con su apoyo, y voto de confianza, me dieron diferentes oportunidades laborales, y permisos pertinentes, apoyando esta bonita e importante causa.

Muchas gracias de todo corazón.

Leidy López

AGRADECIMIENTO

En primera instancia me gustaría agradecerle a Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque ha hecho realidad este sueño tan anhelado.

A mi familia que con esfuerzo, dedicación y amor me apoyaron constantemente en el proceso de formación; a la memoria de mi padre Ever de Jesus, que con su humildad y buen ejemplo aportó significativamente en mi vida. A mi madre Elsa Lucia quien con su amor, cariño y compromiso constante se preocupó diariamente por nuestro bienestar y por forjar nuestra vida. A mi hermana por su apoyo incondicional y por brindarme el mejor regalo, mi sobrino Andres, a Bayardo por su compañía, amor y respeto.

Un agradecimiento especial para Armando Portilla, pieza clave para el desarrollo de este trabajo, quien con mucho empeño, afecto y de manera desinteresada nos colaboró en el momento oportuno .

Al convenio entre la UNIVERSIDAD DE NARIÑO Y LA UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO por darme la oportunidad de estudiar como becaria y ser una futura especialista en Gerencia de Mercadeo.

A todos mis profesores por su esfuerzo y dedicación, quienes han compartido sus conocimientos, sus experiencias aportando a mi formación.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en todos los momentos de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones y buenos deseos.

Angélica Muñoz

RESUMEN

El problema de investigación radica en realizar un seguimiento a los proyectos aprobados por el Fondo Emprender, liderados por estudiantes de la Universidad de Nariño, el cual se resolverá desarrollando una investigación exploratoria, donde se acudirá a las bases de datos que este ente (FONADE) posee, así como también acudiendo a las diferentes unidades de emprendimiento localizadas en la ciudad y demás instituciones que hayan suscrito certificado de compromiso con el Fondo Emprender. También se visitará a las diferentes empresas que han sido beneficiadas y financiadas con capital semilla del Fondo Emprender, para conocer si actualmente estos proyectos se están desarrollando, de manera que se pueda identificar si han cumplido con los objetivos fijados, los empleos y puestos de trabajo (directos e indirectos) que se han generado, si el presupuesto inicial ha sido utilizado adecuadamente, y cómo estos proyectos han afectado positiva o negativamente al desarrollo local y regional del departamento de Nariño.

Las razones que justifican la realización de la presente investigación, se enfocan en la carencia de este tema de estudio, debido a que, si bien es cierto, los proyectos aprobados por el Fondo Emprender se caracterizan por su alto grado de innovación, los beneficios socioeconómicos que estos causan son latentes; estos proyectos promueven el desarrollo de la región, sin embargo, no se ha medido con exactitud el impacto posterior a la etapa de “ejecución” de cada proyecto, es así como no se ha evaluado si los proyectos iniciales se han ejecutado a cabalidad, si los dineros otorgados a través del Fondo están siendo acorde a los diferentes presupuestos planteados, y sobre todo si han aumentado o no (y en qué medida) el número de puestos de trabajo que se pretendían generar.

Por otra parte, al realizarse la presente investigación, el fondo emprendedor y los entes que así lo requieran, pueden contar con este estudio, como una fuente secundaria de información para evaluar la asertividad en la aprobación de los proyectos que han sido aceptados, además visualizar que tipo de proyectos son los que más están cumpliendo con lo establecido, y a qué sectores económicos pertenecen los proyectos que más y menos están generando puestos de trabajo, y desarrollo de la región, para que en futuras aprobaciones se tenga en cuenta este estudio al momento de tomar decisiones.

Palabras clave: Emprendimiento, Fondo Emprender, capital semilla, ejecución, empleo.

ABSTRAC

The research problem lies in tracking the projects approved by Fondo Emprender, led by students from the University of Nariño, which will be resolved by developing an exploratory, which will go to the databases that this entity (FONADE) possesses, as well as going to different enterprise units located in the city and other institutions that have signed the pledge certificate entrepreneurial Fund. Also visit the different companies that have benefited and seed-funded Fondo Emprender, to see if these projects are currently being developed, so that you can identify if they have met the objectives, jobs and jobs (direct and indirect) that have been generated if the initial budget has been used properly, and how these projects have positively or negatively affected local and regional development of the department of Nariño.

The rationale for conducting this research, focusing on the lack of this field of study, because, if it is true, the projects approved by the Fondo Emprender are characterized by their high degree of innovation, socio-economic benefits they cause are dormant these projects promote the development of the region, however, has not been measured accurately the post-impact phase "start" of each project, and has not been evaluated whether projects initial fully been executed, if the monies awarded through the Fund are being according to different budgets raised, and especially if increased or not (and to what extent) the number of jobs that were intended to generate.

Moreover, when performing this research, undertake and fund entities that require it, can have this study as a secondary source for assessing assertiveness in the approval of projects that have been accepted, and visualize that type projects are most are complying with the provisions, and which economic sectors belonging projects are generating more and less jobs, and development of the region, so that in future approvals this study consider when making decisions.

Keywords: Fondo Emprender, seed capital, Entrepreneurship, execution, job.

CONTENIDO

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN | 18 |
| 1. TITULO | 20 |
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 21 |
| 1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 22 |
| 1.2.1 Sistematización del problema..... | 22 |
| 1.3 HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN..... | 23 |
| 1.4 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS..... | 23 |
| 1.4.1 Objetivo General. | 23 |
| 1.4.2 Objetivos específicos. | 23 |
| 1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN..... | 23 |
| 1.6 MARCOS DE REFERENCIA..... | 24 |
| 1.6.1 Marco Teórico. | 24 |
| 1.6.2 Marco conceptual. | 51 |
| 1.6.3 Marco legal. | 53 |
| 1.6.4 Marco Espacial..... | 55 |
| 1.6.5 Marco temporal. | 55 |
| 1.7 LÍNEA DE INVESTIGACION:..... | 55 |
| 1.8 METODOLOGÍA..... | 55 |
| 1.8.1 Tipo de estudio | 55 |
| 1.8.2 Diseño y técnicas de recolección de información | 56 |

| | |
|--|-----|
| 1.8.3 Población objeto de estudio..... | 56 |
| 1.9 TECNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN..... | 56 |
| 1.9.1 Técnicas de análisis..... | 57 |
| 2. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS BENEFICIADOS POR EL FONDO EMPRENDER Y SU EJECUCIÓN..... | 58 |
| 3. DETERMINACIÓN DEL GRADO DE COHERENCIA ENTRE LA FINANCIACIÓN APROBADA POR EL FONDO EMPRENDER, CON RESPECTO AL PRESUPUESTO NECESARIO PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES..... | 68 |
| 4. DINÁMICA DE LOS PUESTOS DE TRABAJO PROPUESTOS INICIALMENTE EN EL DEL PLAN DE NEGOCIO..... | 80 |
| 5. SITUACIÓN ACTUAL DE LAS EMPRESAS BENEFICIADAS POR EL CAPITAL SEMILLA DEL FONDO EMPRENDER, A TRAVÉS DE LA IDENTIFICACIÓN DE SUS DEBILIDADES, OPORTUNIDADES, FORTALEZAS Y AMENAZAS..... | 84 |
| CONCLUSIONES..... | 105 |
| RECOMENDACIONES..... | 107 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 108 |
| ANEXOS..... | 109 |
| ANEXO A ENTREVISTA ESTUCTURADA..... | 110 |
| ANEXO B LEY 1014 DE 2006..... | 115 |
| ANEXO C LISTA DE EMPRENDEDORES..... | 127 |

LISTA DE GRÁFICAS

| | |
|---|----|
| Gráfica 1. Mapa mental emprendimiento | 27 |
| Gráfica 2. Idea de Negocio | 59 |
| Gráfica 3. Conocimiento del Capital Semilla del Fondo Emprender..... | 60 |
| Gráfica 4. Tiempo de puesta en marcha del plan de Negocios..... | 61 |
| Gráfica 5. Porcentaje de ejecución del proyecto..... | 62 |
| Gráfica 6. Planes de negocio beneficiados por sector económico | 63 |
| Gráfica 7. Planes de Negocios aprobados por convocatorias..... | 64 |
| Gráfica 8. Unidad de Emprendimiento donde se gestionó el proyecto | 65 |
| Gráfica 9. Calificación primera asesoría sobre el Fondo Emprender | 66 |
| Gráfica 10. Asesoría sobre el manejo de la plataforma virtual del fondo emprender | 67 |
| Gráfica 11. Recursos asignados por el Fondo Emprender | 69 |
| Gráfica 12. Estado actual de la Empresa..... | 70 |
| Gráfica 13. Clasificación de microempresas por número de empleos | 71 |
| Gráfica 14. Porcentaje del presupuesto de la empresa que se destina a realizar actividades de mercadeo | 73 |
| Gráfica 15. Actividades del Mix Promocional | 74 |
| Gráfica 16. Canal de Distribución | 76 |
| Gráfica 17. Cumplimiento de ventas | 77 |
| Gráfica 18. Capacidad Instalada | 78 |
| Gráfica 19. Impacto considerado por los emprendedores..... | 79 |

| | |
|--|----|
| Gráfica 20. Cumplimiento en el número de puestos de trabajo a generar | 80 |
| Gráfica 21. Comparativo de puestos de trabajo propuestos frente a puestos de trabajo generados | 81 |
| Gráfica 22. Grupos poblacionales empleados..... | 82 |
| Gráfica 23. Cambio en la idea inicial de negocio..... | 84 |
| Gráfica 24. Número de visitas recibidas por año, por parte de la Unidad de Emprendimiento..... | 85 |
| Gráfica 25. Recomendaciones con respecto al acompañamiento..... | 87 |
| Gráfica 26. Conocimiento del mercado | 89 |
| Gráfica 27. Innovación Tecnológica..... | 90 |
| Gráfica 28. Calidad en el producto y servicio | 90 |
| Gráfica 29. Talento Humano Calificado..... | 91 |
| Gráfica 30. Músculo financiero..... | 92 |
| Gráfica 31. Estructura Organizacional..... | 93 |
| Gráfica 32. Capital de trabajo..... | 93 |
| Gráfica 33. Capacidad Instalada | 94 |
| Gráfica 34. Estrategias de Mercadeo | 94 |
| Gráfica 35. Responsabilidad Social | 95 |
| Gráfica 36. Competencia | 97 |
| Gráfica 37. Factores Climáticos..... | 98 |
| Gráfica 38. Acuerdos Gubernamentales | 98 |
| Gráfica 39. Fluctuación en las tasas de interés | 99 |

| | |
|---|-----|
| Gráfica 40. Factor Cultural..... | 100 |
| Gráfica 41. Situación de orden público y seguridad..... | 101 |
| Gráfica 42. Globalización de la información | 101 |
| Gráfica 43. Crecimiento del mercado objetivo..... | 102 |
| Gráfica 44. Esperanza de vida prolongada..... | 103 |
| Gráfica 45. Estructura en la legislación laboral y comercial..... | 103 |

LISTA DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Idea de Negocio..... | 59 |
| Tabla 2. Conocimiento del Capital Semilla del Fondo Emprender..... | 60 |
| Tabla 3. Tiempo de puesta en marcha del plan de Negocios..... | 61 |
| Tabla 4. Porcentaje de ejecución del proyecto..... | 62 |
| Tabla 5. Planes de negocio beneficiados por sector económico | 63 |
| Tabla 6. Planes de Negocios aprobados por convocatorias..... | 64 |
| Tabla 7. Unidad de Emprendimiento donde se gestionó el proyecto | 65 |
| Tabla 8. Calificación primera asesoría sobre el Fondo Emprender | 66 |
| Tabla 9. Asesoría sobre el manejo de la plataforma virtual del fondo emprender . | 67 |
| Tabla 10. Recursos asignados por el Fondo Emprender | 68 |
| Tabla 11. Estado actual de la Empresa..... | 69 |
| Tabla 12. Clasificación de microempresas por número de empleos | 71 |
| Tabla 13. Porcentaje del presupuesto de la empresa que se destina a realizar actividades de mercadeo | 73 |
| Tabla 14. Actividades del Mix Promocional | 74 |
| Tabla 15. Frecuencia con que se realizan actividades del mix promocional..... | 74 |
| Tabla 16. Frecuencia con que se realizan actividades del mix promocional..... | 75 |
| Tabla 17. Canal de Distribución..... | 75 |
| Tabla 18. Cumplimiento de ventas | 76 |
| Tabla 19. Capacidad Instalada | 78 |
| Tabla 20. Impacto considerado por los emprendedores..... | 79 |

| | |
|--|----|
| Tabla 21. Cumplimiento en el número de puestos de trabajo a generar | 80 |
| Tabla 22. Grupos poblacionales empleados..... | 82 |
| Tabla 23. Cambio en la idea inicial de negocio..... | 84 |
| Tabla 24. Número de visitas recibidas por año, por parte de la Unidad de Emprendimiento..... | 85 |
| Tabla 25. Recomendaciones con respecto al acompañamiento..... | 87 |
| Tabla 26. Debilidades y Fortalezas | 88 |
| Tabla 27. Amenazas y oportunidades. | 96 |

LISTA DE ANEXOS

| | |
|-------------------------------------|-----|
| ANEXO A ENTREVISTA ESTUCTURADA..... | 110 |
| ANEXO B LEY 1014 DE 2006 | 115 |
| ANEXO C LISTA DE EMPRENDEDORES..... | 138 |

INTRODUCCIÓN

A lo largo del tiempo, los seres humanos buscan la satisfacción de sus necesidades de diferentes maneras, todas ellas encaminadas a mejorar principalmente su calidad de vida y posterior a ello cooperar para generar bienestar a los que los rodean. Este propósito impulsa a las personas a buscar diversas fuentes de subsistencia, entre las que se resalta la búsqueda de empleo, es decir, *dependen* de un salario. Sin embargo otros deciden obtener independencia económica y trabajar para sí mismo, para luego ser ellos los protagonistas y generadores de empleo, a través de la creación de empresa como medio de producción.

El deseo por independizarse, hace posible desarrollar una mente inquieta, que propone ideas transformadoras de negocio, con un alto contenido de innovación, que en la mayoría de los casos se ven limitadas a llevarse a cabo por la falta de recursos para su ejecución. En esta medida la búsqueda de estos recursos se hace inminente, quedando como opción el acceder a créditos que financien estas ideas o buscar entidades que den crédito a este tipo de proyectos.

De esta manera, se encuentra el Fondo Emprender, como patrocinador de aquellos proyectos que generen valor a la región, en el sentido que disminuyan el desempleo a través de la generación de puestos de trabajo directos e indirectos, y aporten, aunque sea en pequeñas proporciones, al desarrollo sostenible de la región donde se plantea dicha idea.

Tal como se explica a lo largo del desarrollo de la presente investigación son muchas las empresas que se han beneficiado con el capital semilla del Fondo Emprender, por tal razón el presente estudio se limita a tomar como objeto de investigación a las: *empresas creadas a través del capital semilla del Fondo Emprender, representadas por los estudiantes de la Universidad de Nariño, y su incidencia económica y social en el departamento de Nariño durante el período 2005 a 2012*, así mismo busca conocer el estado actual de estas organizaciones, mediante la *identificación de sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas*.

Para dar solución al problema de investigación se acude a la aplicación de entrevistas directamente a las fuentes primarias de información, que en este caso son las empresas beneficiadas con capital semilla del Fondo Emprender.

Para el alcance del objetivo general de investigación, se han formulado cuatro (4) objetivos específicos, que inicia con la identificación de los proyectos beneficiados por el Fondo Emprender y su grado de ejecución. En este objetivo se observa qué

tanto se ha cumplido con el cronograma establecido en el plan de negocios inicial, en otras palabras si el plan de acción se ha ejecutado a cabalidad, o cuál es su grado de alcance en función del tiempo, desde que fue aprobado hasta el momento que se realiza la presente investigación.

El segundo objetivo de investigación, pretende determinar si la financiación aprobada por el Fondo Emprender, es coherente con el presupuesto necesario para el desarrollo de sus actividades, es decir, si el capital suministrado por el Fondo Emprender ha sido el suficiente para alcanzar los objetivos propuestos en el plan de negocios, y si estos no han sido suficiente, cómo ha afectado a la estructura de la organización, o como se ha reaccionado para suplir estos recursos.

En tercera instancia, se busca observar la dinámica de los puestos de trabajo que se tuvieron en cuenta en la propuesta inicial del plan de negocios, con el fin de establecer el cumplimiento o no de esta cifra propuesta, en comparación con los puestos de trabajo actual, analizando su incremento o disminución y cómo este comportamiento afecta a la organización y por consiguiente a la situación económica y social de la región.

Finalmente, el estudio pretende conocer la situación actual de las empresas beneficiadas por el capital semilla del Fondo Emprender, a través de la identificación de sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, buscando establecer interna y externamente sus ventajas y desventajas en términos competitivos.

1. TITULO

SITUACIÓN ACTUAL DE LAS EMPRESAS CREADAS A TRAVES DEL CAPITAL SEMILLA DEL FONDO EMPRENDER, REPRESENTADAS POR LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO, Y SU INCIDENCIA ECONÓMICA Y SOCIAL EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO DURANTE EL PERÍODO 2005 A 2012.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Colombia es un país en vía de desarrollo, el cual en la actualidad ha tenido un crecimiento leve en los últimos años, sin embargo, también es evidente que en términos de condiciones de calidad de vida debe mejorar, toda vez que el objetivo final del desarrollo económico es el mejoramiento de la calidad de vida de todos los ciudadanos. El gobierno colombiano es consciente que el desarrollo económico se logra por la vía de la creación de empresas. Desde mediados de los años noventa, estableció leyes que propenden por el desarrollo y creación de empresas. A partir de dichas leyes se han creado organismos y programas orientados al apoyo de potenciales empresarios. “En la actualidad existen normas generales y específicas así como leyes y medidas de apoyo a la creación de empresas que por estar tan dispersas son poco conocidas”¹. (Gómez Liyis 2006).

Es así como el departamento de Nariño cuenta con una serie de entidades que promueven la incursión de proyectos innovadores, apoyándolos financieramente para que puedan ponerse en marcha y generen por una parte, puestos de trabajo directos e indirectos y en segunda instancia ayuden al desarrollo socioeconómico de la región. De esta manera se encuentra el Fondo Emprender, cuyo objetivo es financiar iniciativas empresariales a cualquier sector económico, que provengan y sean desarrolladas por aprendices, egresados, practicantes universitarios, profesionales con pregrado o que se encuentren cursando especialización y/o maestría, así como egresados de estos programas, que hayan culminado y obtenido la certificación dentro de los últimos 2 años y cuya formación se esté desarrollando o se haya culminado en instituciones reconocidas por el estado, de conformidad con las leyes 30 de 1992 y 115 de 1994.

El número de proyectos aprobados por el Fondo Emprender es significativo, y a groso modo se ha observado que han sido propuestas innovadoras, bastante rentables y que han permanecido a lo largo del tiempo. De allí la importancia de conocer a fondo su comportamiento empresarial, y la incidencia de esta conducta en el desarrollo local y regional.

Los planes de negocio, que son un requisito de los diferentes proyectos aprobados por el Fondo Emprender, proponen: la generación de puestos de trabajo necesarios para alcanzar cada uno de los objetivos de su idea de negocio.

La investigación que se pretende realizar, busca efectuar un seguimiento a esos diferentes proyectos liderados por estudiantes de la Universidad de Nariño, que han sido aprobados y puestos en marcha durante los últimos ocho años (2005-

¹ GÓMEZ. Liyis. Política pública y creación de empresas en Colombia. 2006. [En línea]: http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/21/politica_publica_creacion_empresas.pdf [Consultado el 23 de septiembre de 2012]

2012), indagando sobre: el cabal cumplimiento de cada plan, determinar si la financiación emitida por el Fondo Emprender, es coherente con el presupuesto invertido hasta el momento en que se realizaría la investigación, observar si los números de puestos de trabajo propuestos inicialmente se otorgaron, y si ese número ha crecido, decrecido o permanece constante, conocer si se está trabajando sobre la idea de negocio inicial, o si en cambio la idea fue o está siendo diversificada abriendo campo a nuevos negocios, indagar si desde el momento en que fue aprobado el proyecto hasta la fecha (de la investigación) éste se ha financiado netamente con recursos del Fondo Emprender, o si fue necesario la intervención de nuevos capitales para el sostenimiento de cada proyecto, también se busca investigar si ha tenido incidencia en el desarrollo de la región, y si ésta ha sido positiva o negativa.

La investigación se ve necesaria, en primera instancia por la carencia de este tema en los diferentes estudios de investigación, y porque se busca que entes como el Fondo Emprender, cuenten con una base de datos que muestre con claridad y certeza, qué ha pasado realmente con los proyectos que han sido aprobados por este Fondo, y de esta manera puedan tomar decisiones con base en criterios que prevengan la decadencia o desaparición de planes de negocio que proyectaban ser innovadores y exitosos; así como evaluar a los empresarios que han o no cumplido con los objetivos inicialmente planteados, para observar el porqué de cada situación.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la situación actual de las empresas creadas a través del capital semilla del Fondo Emprender, representadas por los estudiantes de la Universidad de Nariño, y su incidencia económica y social en el departamento de Nariño durante el período 2005 a 2012?

1.2.1 Sistematización del problema

- ¿Los proyectos beneficiados con el capital semilla del Fondo Emprender, fueron y/o están siendo ejecutados a cabalidad?
- ¿La financiación emitida por el Fondo Emprender, es coherente con el presupuesto necesario para el desarrollo de sus actividades?
- ¿Cuál ha sido la dinámica de los puestos de trabajo que se tuvo en cuenta para la presentación de la propuesta?

- ¿Cuál es la situación actual de las empresas beneficiadas por el capital semilla del Fondo Emprender?

1.3 HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

Los proyectos aprobados por el Fondo Emprender gestionados por estudiantes de la Universidad de Nariño durante los últimos ocho años, actualmente están vigentes, lo cual representa para el ámbito social y económico de la región aportes significativos que permiten un desarrollo sostenible.

1.4 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General.

Conocer la situación actual de las empresas creadas a través del capital semilla del Fondo Emprender, representadas por los estudiantes de la Universidad de Nariño, y su incidencia económica y social en el departamento de Nariño durante el período 2005 a 2012.

1.4.2 Objetivos específicos.

Identificar si los proyectos beneficiados por el fondo emprendedor han sido ejecutados a cabalidad.

Determinar si la financiación aprobada por el Fondo Emprender, es coherente con el presupuesto necesario para el desarrollo de sus actividades.

Observar la dinámica de los puestos de trabajo que se tuvieron en cuenta en la propuesta inicial del plan de negocio.

Conocer la situación actual de las empresas beneficiadas por el capital semilla del Fondo Emprender, a través de la identificación de sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas.

1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El presente estudio, se fundamenta teóricamente en los principios y conceptos básicos del emprendimiento y planeación estratégica, para la identificación de la situación actual de las empresas beneficiadas por el capital semilla del Fondo Emprender, y contrastar estas teorías con la realidad, esto con el fin de obtener

una visión clara del escenario en que actualmente se desenvuelven las empresas objeto de estudio

Metodológicamente, esta investigación se justifica con la utilización de herramientas informáticas, y el uso de las nuevas tecnologías de comunicación, necesarias para la obtención de información, de igual manera es indispensable la utilización de herramientas como Microsoft office, específicamente para optimizar los procesos de recolección, organización, codificación, tabulación, análisis e interpretación de la información que se recopiló de fuentes primarias de información.

Este proyecto de investigación es motivado por la carencia de este tema de estudio, además los proyectos aprobados por el Fondo Emprender se caracterizan por su alto grado de innovación, por lo tanto se hace necesario conocer con precisión el impacto que estas empresas han generado en la región, y conocer la situación actual que atraviesan las diferentes organizaciones objeto del presente estudio, a través de la identificación de sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas.

Por otra parte, la esencia que motivó la elección de este tipo de estudios y del tema en particular, se fundamenta en que la especialización en gerencia de mercadeo ofertada por la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, forma profesionales íntegros y emprendedores, que busquen la constante independencia económica con fines empresariales que propendan por la generación de empleo y así aportar al desarrollo económico de la región, mediante la formulación de Planes de Negocio, que se han desarrollado con una base sólida a lo largo del plan de estudios, y que finalmente se convierte en una de las opciones para optar por el título de especialista.

Además, como especialistas en gerencia de mercadeo, en el momento que se tome la iniciativa de ejecutar el plan de negocio ante el Fondo Emprender, cuenten con esta investigación como fuente de consulta para poder identificar los retos, desafíos y oportunidades a los que se enfrentan como futuros empresarios y actuar proactivamente para que su idea de negocio se proyecte en el largo plazo con un crecimiento constante y sostenible en términos económicos sociales y ambientales.

1.6 MARCOS DE REFERENCIA

1.6.1 Marco Teórico.

- **EMPRENDIMIENTO**

La palabra emprendimiento se deriva del término francés “entrepreneur”, que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo. Este término fue introducido a la literatura económica por primera vez en el año 1755 por el economista francés Richard Cantillon. Su aporte ha sido verdaderamente relevante para comenzar a comprender el concepto de emprendedor y el rol que juega el emprendimiento en la economía (Castillo, 1999)².

Cantillon define al entrepreneur como el individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre, dividiendo a los productores de la economía de mercado en “contratados”, que reciben salarios o rentas fijas, y los “emprendedores”, que reciben ganancias variables e inciertas. Según Cantillon, una de las primeras apariciones del término se describe como el hombre racional por excelencia, que actuaba en una sociedad mercantil donde la competencia y la incertidumbre hacen evaluar las probabilidades para tomar decisiones.

Tiempo después el economista francés Jean Baptiste Say, hizo un interesante aporte a la definición de Cantillon. Say afirmó que el “entrepreneur” es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad. Say también rescata el hecho de que el éxito emprendedor no sólo es importante para un individuo, sino también para toda la sociedad; y este autor afirma que un país dotado principalmente de comerciantes, industriales y agricultores será más próspero que uno en el que principalmente halla individuos dedicados al arte o a la ciencia³.

La necesidad del entrepreneurship para la producción fue formalmente reconocida por primera vez por Alfred Marshall, en 1880. Él introduce el concepto de que los factores de producción no son tres, sino cuatro. A los factores tradicionales: tierra, trabajo y capital, le agregó la organización, y la definió como el factor coordinador, el cual atrae a otros factores y los agrupa. Él creyó que el entrepreneurship es el elemento que está detrás de la organización, manejándola. Y estableció que los emprendedores son líderes por naturaleza y están dispuestos a actuar bajo las condiciones de incertidumbre que causa la ausencia de información completa.

Sin embargo, el primer economista importante en retomar el concepto de Say fue Joseph Schumpeter en 1911, en su libro “La Teoría de la dinámica económica”.

² FORMICHELLA. María Marta. El concepto de emprendimiento y su relacion con la educacion, el empleo y el desarrollo local.2004. [En línea]
<<http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>>
[Consultado el 23 de septiembre de 2012]

³ EMPRENDURISMO. Emprendimiento Sinónimo de Competitividad. [En línea]
<http://emprendurismoo.blogspot.com/p/definiciones.html> [Consultado el 23 de septiembre de 2012]

Este autor planteó la existencia del desequilibrio dinámico, causado por el empresario innovador, y llamó a las tareas que realizan este tipo de empresarios “destrucción creativa” (Drucker, 1985).

Schumpeter (1942) utiliza el término emprendedor para referirse a aquellos individuos que con sus acciones causan inestabilidades en los mercados. Define al emprendedor como una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones. Él lo expresa de la siguiente manera en su libro Capitalismo, socialismo y democracia: “La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc⁴.”

Según este autor el equilibrio clásico sería obstaculizado por las acciones de los emprendedores, en pos de obtener un lugar monopólico en el mercado, por medio de la introducción de alguna innovación. Ellos estarían incentivados a arriesgarse, a causa de las ganancias que podrían obtener. Y estas ganancias monopólicas permitirían la creación de otras innovaciones, ya que las anteriores habrían sido difundidas, y de esta manera se generaría un proceso de retroalimentación que propiciaría al crecimiento y al desarrollo. Sin la existencia de emprendedores que lleven a cabo innovaciones, la tasa de crecimiento estaría limitada al crecimiento de los factores de la producción y se dificultaría la generación de dicho proceso.

Otro autor que realizó importantes aportes a la teoría de emprendimiento es Ludwig Von Mises. Este autor, citado por Gunning (2000)⁵, identifica tres características que considera esenciales para que un individuo sea considerado emprendedor. La primera tiene que ver con que el emprendedor es un evaluador; es decir que calcula beneficios y costos numéricos, en base a los mismos realiza elecciones, y al realizarlas descubre nuevas necesidades y nuevos factores de producción. A su vez, construye imágenes de las futuras acciones que pueden realizar otros individuos que actúen en el mercado. La segunda característica es la de empresario, el emprendedor construye la decisión de cómo utilizar los factores, para producir mercaderías. Por último, rescata que el emprendedor “soporta” la incertidumbre, ya que actúa en función del futuro y no conoce exactamente las acciones que otros seres humanos llevarán a cabo.

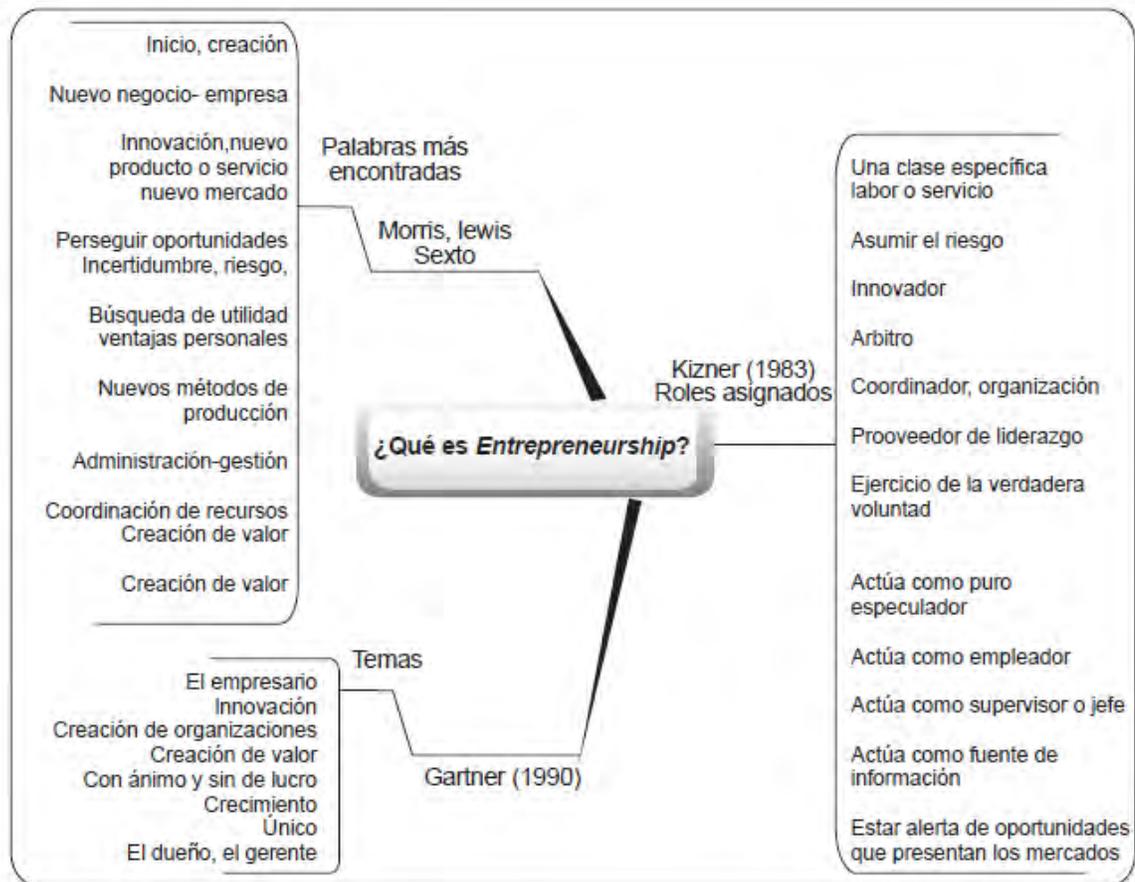
⁴ WIKIPEDIA. ORG. Joseph Alois Schumpeter .Los emprendedores. [En línea]
<http://es.wikipedia.org/wiki/Joseph_Alois_Schumpeter> [Consultado el 23 de septiembre de 2012]

⁵ FORMICHELLA. María Marta. El concepto de emprendimiento y su relacion con la educacion, el empleo y el desarrollo local.2004. [En línea]
<<http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>>
[Consultado el 23 de septiembre de 2012]

Ismael Kizner (1998)⁶, plantea que la función empresarial en el mercado no es fácil de entender, y trata de explicarla mediante lo que denomina elemento empresarial en la acción individual humana. Él lo define como el elemento de impulso y perspicacia, que resulta necesario para definir los fines a alcanzar y los medios que harán posible la consecución de dichos fines.

Kizner también destaca que la teoría económica tradicional presupone la existencia de conocimiento perfecto en el mundo, y que bajo ese contexto no tendría sentido el análisis del elemento empresarial. Sin embargo, expresa que ante la existencia de incertidumbre en el mundo, surge la necesidad de analizar la toma de decisiones en este contexto. Y afirma que el individuo decisor necesita estar atento para descubrir dónde están las nuevas e inexploradas oportunidades.

Gráfica 1. Mapa mental emprendimiento



Fuente: CRISSIEN.Jhon Orlando. Investigando el entrepreneurship tras un marco teórico y su aporte al desarrollo económico de Colombia. [En línea] < <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/viewFile/570/506>>

⁶ Ibíd.

John Orlando Crissien Castillo (2009) realiza un mapa mental sobre el entrepreneurship, en el presentan los acercamientos de Kizner (1983) y su orientación referente a los roles o acciones que los teóricos económicos le han asignado al fenómeno.

Este profesor de la Universidad de Ohio Albert Shapero (1984) define el emprendimiento a partir de una serie de combinaciones de factores. Shapero lo denomina como el “evento empresarial”, siempre y cuando permitan la generación de una nueva empresa. Dicho evento empresarial requiere cinco pasos fundamentales, los cuales se enumeran a continuación:

- Toma de iniciativa: decisión de identificar y explotar una oportunidad.
- Acumulación de recursos: proceso de determinación de los recursos necesarios y su asignación.
- Administración: proceso que permite dar la organización y dirección a la nueva empresa para llevarla a cabo.
- Autonomía relativa: libertad que se entrega para la toma de decisiones dentro de la empresa ya creada.
- Toma de riesgo: disposición a enfrentar las recompensas o pérdidas producidas por el negocio.

Para el autor se deben conjugar, al mismo tiempo, la interacción entre algunos factores que se refieren al individuo y su proceso interno, y otros que son externos y deben acompañarse de una formación apropiada. Dichos factores son:

- Factores situacionales: desplazamientos sufridos por el empresario, bien sea positivamente (por ejemplo, una invitación realizada por alguien) o negativos (por ejemplo, la pérdida del empleo). Con desplazamiento se quieren expresar no solamente los movimientos geográficos sino los cambios de vida sufridos por el ser humano.
- Factores socio-psicológicos: el futuro empresario está convencido de que su acción es posible y que obtendrá éxito en la empresa que creará. Aquí es importante tener en cuenta los testimonios recibidos y las características adquiridas mediante los procesos formativos.
- Factores psicológicos individuales: están íntimamente relacionados con valores culturales que fundamentan conductas como autonomía, autosuficiencia, independencia, decisión para actuar, disposición interna, etc. Para el autor, son atributos de la personalidad del ser humano y se construyen a través del contacto con sus allegados y el entorno social y general.

- Factores económicos: tienen que ver con la habilidad personal para identificar y conseguir los recursos necesarios para que el proyecto sea un éxito. Son habilidades y destrezas aprehendidas por medio de la experiencia.

Por otra parte, Peter Drucker (1985), citado por Fomichela (2002)⁷, define al entrepreneur como aquel empresario que es innovador (y al entrepreneurship como el empresariado innovador), y aclara la común confusión de creer que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento, y quien lo lleva a cabo un emprendedor. Destaca que, aunque quien abra un pequeño negocio corra riesgos, eso no quiere decir que sea innovador y represente un emprendimiento.

Este autor afirma que el ser emprendedor no es un rasgo del carácter, sino una conducta. Según él, cualquiera que sea capaz de tomar decisiones puede aprender a ser un empresario innovador. Considera que la base del emprendimiento es teórica y no intuitiva. El emprendimiento resulta entonces un rasgo característico de un individuo o institución, pero no de personalidad.

El trabajo realizado por S.W. KUNKEL (1993)⁸ La actividad emprendedora es la renovación estratégica. Aquellas estrategias basadas en la introducción de innovaciones contribuyen positivamente a la rentabilidad de la empresa. Esta teoría se define como la gestión del cambio radical y discontinuo. No importa que esta se realice dentro o fuera de una organización existente y así mismo que la misma genere una nueva entidad o negocio.

Howard Stevenson, profesor de la Universidad de Harvard, realizó en la década de los '80 un análisis acerca de la mentalidad emprendedora, y concluyó que se basaba más en las oportunidades que en los recursos (Castillo, 1999)⁹.

⁷ FORMICHELLA. María Marta. El concepto de emprendimiento y su relacion con la educacion, el empleo y el desarrollo local.2004. [En línea]

<<http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>>

[Consultado el 23 de septiembre de 2012]

⁸ KUNKEL. Factores de éxito y fracaso de las nuevas empresas. [En línea]

<<http://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&ved=0CG0QFjAF&url=http%3A%2F%2Fdia.net.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F565260.pdf&ei=J71BUrC9FZXK4AP40oDoAw&usq=AFQjCNF4S9Gjc9tS9rrRabEzP-Rrp1O8Qw&sig2=pJ6Ly9YyBxQKenw5bOzxqg&bvm=bv.52434380,d.dmg>>

[Consultado el 23 de septiembre de 2012]

⁹ FORMICHELLA. María Marta. El concepto de emprendimiento y su relacion con la educacion, el empleo y el desarrollo local.2004. [En línea]

<<http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>>

[Consultado el 23 de septiembre de 2012]

Orlando Crissien (2009)¹⁰ sintetiza el pensamiento de Stevenson de la siguiente manera: Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos disponibles y controlables en la actualidad. El empresario es un creador de empresa y busca la generación de riqueza. Una característica del empresario para que sea emprendedor es que sea innovador. Para este autor la innovación no es solo de producto o servicio sino también de procesos o mercados. Hace diferencia entre el empresario exitoso y el ejecutivo exitoso.

Stevenson (2000)¹¹ afirma que la importancia en el estudio del emprendedorismo ha ido aumentando en el tiempo y rescata ciertas hipótesis que emergen de la observación en 40 países diferentes. Estas hipótesis son las siguientes:

- El emprendedorismo se desarrolla en las comunidades donde existen recursos móviles.
- El emprendedorismo es importante cuando los miembros exitosos de una comunidad reinvierten sus excesos de capital en proyectos de otros miembros de la comunidad. Es decir que existe capital disponible.
- El emprendedorismo es próspero en comunidades en las cuales los éxitos de los miembros de la misma son celebrados por los demás miembros.
- El emprendedorismo es significativo en comunidades en las que el cambio es visto como algo positivo.

• ANTECEDENTES FONDO EMPRENDER

La ley 789 de 2002 en su artículo 40 creó el Fondo Emprender: “...como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, el cual será administrado por esta entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por aprendices o asociaciones entre aprendices, practicantes universitarios o profesionales que su formación se esté desarrollando o se haya desarrollado en instituciones que para los efectos legales, sean reconocidas por el Estado de

¹⁰ CRISSIEN, Jhon Orlando. Investigando el entrepreneurship tras un marco teórico y su aporte al desarrollo económico de Colombia. [En línea]
< <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/viewFile/570/506>> [Consultado el 23 de septiembre de 2012]

¹¹ Global Entrepreneurship Monitor (GEM). . [En línea]
<<http://www.gemconsortium.org/docs/download/2518>> [Consultado el 23 de septiembre de 2012]

conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994 y demás que las complementen, modifiquen o adicionen”.¹²

El Fondo Emprender ha llevado a cabo 31 Convocatorias Nacionales a través de FONADE que actúa como Gerente administrador de los recursos. La primera convocatoria tuvo lugar en agosto de 2004 en la actualidad se encuentran abiertas 8 convocatorias nacionales del Fondo Emprender del año 2012 hasta el 16 de diciembre de 2013, por 18.000,00 millones de pesos. Estas convocatorias se describen a continuación:

CONVOCATORIA # 22: Para financiar iniciativas empresariales que representen un impacto o desarrollo en el campo cultural. La convocatoria tiene asignados unos recursos por \$2.000.000.000,00.

CONVOCATORIA # 23: Financiar iniciativas empresariales a nivel nacional que provengan de emprendedores que sean población víctima, se encuentren certificados y registrados en las bases de datos de la unidad para la atención y reparación integral a las víctimas y adelanten el proceso de orientación ocupacional con el SENA. La convocatoria tiene asignados unos recursos por \$2.000.000.000,00.

CONVOCATORIA # 24: Para financiar iniciativas empresariales en producción agroindustrial, producción agrícola, producción pecuaria y producción acuícola con grados de innovación en producto y proceso. La convocatoria tiene asignados unos recursos por \$5.000.000.000,00

CONVOCATORIA # 25: Para financiar iniciativas empresariales con esquemas asociativos solidarios, dentro de cualquier sector productivo que generen ingresos y empleo en sus regiones. La convocatoria tiene asignados unos recursos por \$2.000.000.000,00.

CONVOCATORIA # 26: Financiar iniciativas empresariales que sean presentadas por emprendedores colombianos que se encuentran en el exterior, en el marco de la política integral migratoria, del Plan de Retorno Positivo – PRP a través del cual se busca facilitar la inserción productiva y social de aquellos connacionales que regresan al país. La convocatoria tiene asignados unos recursos por \$2.000.000.000,00.

CONVOCATORIA #27: Financiar iniciativas empresariales que sean presentadas por personas con discapacidad certificadas por el prestador de servicios de salud e identificada y canalizada a través del registro para la localización y

¹² CONGRESO DE COLOMBIA. LEY 789 DE 2002 (diciembre 27). [En línea]
<http://www.fondoemprender.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/Ley_789-2002.pdf> [Consultado el 23 de septiembre de 2012]

caracterización de las personas con discapacidad. La convocatoria tiene asignados unos recursos por \$2.000.000.000,00.

CONVOCATORIA # 28: Financiar iniciativas empresariales que sean presentadas por emprendedores vinculados a la Red Unidos que se encuentre certificada y registrada en las bases de datos de la Red Unidos. La convocatoria tiene asignados unos recursos por \$2.000.000.000,00.

CONVOCATORIA # 29: Para financiar iniciativas empresariales para San Andres, Providencia y Santa Catalina islas, que representen un impacto o desarrollo en la región. La convocatoria tiene asignados unos recursos por \$2.000.000.000,00.

- **FONADE Y EL FONDO EMPRENDER**

En diciembre 22 de 2003 se suscribe el Convenio 193048 entre el SENA y FONADE, cuyo objeto consiste en que este último se compromete a efectuar la Gerencia del Fondo Emprender para el manejo de los recursos.

El valor inicial del Convenio es de \$10.000,00 millones y tiene un término de tres años, hasta diciembre 22 de 2006; en cumplimiento del objeto contractual FONADE, se obliga a prestar sus servicios técnicos, jurídicos, administrativos y financieros; el convenio establece que en la etapa inicial del proyecto, los recursos entregados por el SENA se destinarán a los rubros que hagan parte de la cadena de valor de producción y podrán ser utilizados para la financiación del capital de trabajo del proyecto y capacitación específica relacionada con la finalidad del proyecto productivo.

FONADE percibe una remuneración fija de \$550 millones por año, indexados por el IPC, y una compensación variable según el valor de los recursos recibidos.

Reglamentación

El origen legal del Fondo Emprender se encuentra en la ley 789 de 2002, conocida como reforma laboral, que tenía como uno de sus objetivos crear condiciones para la generación de nuevos empleos.

El ente reconocido, se rige por el derecho privado y su presupuesto está conformado por los recursos provenientes del 80% de la monetización de la cuota de aprendizaje (Art. 34)², los aportes del Presupuesto General de la Nación, recursos de organismos de cooperación nacional e internacional o de la banca multilateral, de fondos de pensiones y cesantías, así como de fondos de inversión públicos y privados.

El Consejo Directivo del SENA, en cumplimiento de su función administrativa adopta en 2003 el Reglamento para el funcionamiento del Fondo Emprender, a través del decreto 934 del 11 de abril, donde se precisan su naturaleza y objetivos, lo mismo que la administración dirección y funcionamiento.

En tal sentido, se establece que el Consejo Directivo del Sena, actuará como Consejo de Administración del Fondo Emprender y que el Director General lo hará como Director Ejecutivo; de otra parte, se adoptan los criterios para la financiación de proyectos y se define el sistema de manejo de los recursos, para lo cual fue suscrito, como ya se dijo, el Convenio 193048 entre el SENA y FONADE.

Posteriormente, se expide el Acuerdo 007 de julio 13 de 2004 del Consejo Directivo del SENA mediante el cual se define el Reglamento Interno del Fondo Emprender, en el cual se establecen los principales aspectos técnicos y operativos.

Allí se definen como beneficiarios quienes al momento de la inscripción de su plan de negocios acrediten una de las siguientes condiciones:

- Ser aprendiz
- alumno que haya finalizado etapa lectiva en un curso de mínimo 500 horas;
- Ser egresado del SENA y/o una entidad educativa aprobada por el estado, en un curso o programa de formación no inferior a 500 horas y que haya obtenido la certificación dentro de los últimos 12 meses;
- Ser estudiante que esté cursando educación media o quien esté cursando los dos últimos semestres en un programa de educación superior, o quienes hayan concluido materias dentro de los últimos 12 meses;
- Ser profesional universitario cuyo primer título haya sido obtenido durante los últimos 12 meses.

Los recursos para la financiación de proyectos, tienen la calidad de capital semilla, los cuales serán no reembolsables siempre que su destinación corresponda a lo establecido por el Fondo Emprender.

Su monto es hasta el 100% del Plan de Negocio sin que excedan 224 salarios mínimos legales mensuales vigentes y pueden ser destinados a la financiación de capital de trabajo, así como para adquisición de maquinaria y para cubrir costos legales y licencias.

La norma en mención rigió para la primera convocatoria a inscribir Planes de Negocio, la cual se realizó en 2004, estableciendo las condiciones para la inscripción, registro y evaluación de los planes de negocio.

Con el fin de superar deficiencias detectadas en el transcurso de la primera convocatoria, el Consejo Directivo del SENA expide el Acuerdo 015 de diciembre

17 de 2004, que modifica parcialmente el ya mencionado Acuerdo 007 de 2004 y que serviría de marco para la segunda convocatoria que se inició en diciembre de 2004. Los cambios más relevantes fueron los siguientes:

- En cuanto a beneficiarios, ya no se exige al aprendiz-alumno que el curso mínimo sea de 500 horas exigiéndose solamente que hayan finalizado etapa lectiva de un programa de formación; a los profesionales universitarios se les posibilita que su primer título haya sido obtenido durante los últimos 24 meses (antes 12). Se excluyeron como beneficiarios a quienes estuvieran cursando educación media, manteniendo a quienes cursen últimos semestres o que hayan concluido materias dentro de los últimos 12 meses.
- Se permite que los recursos, además de capital de trabajo y adquisición de maquinaria, puedan ser utilizados para adecuaciones y remodelaciones de los bienes que sean indispensables para el desarrollo del plan de negocios, siempre que no superen el 20% del valor solicitado.

En 2005, fue reglamentado el mecanismo para ampliar la cobertura y estimular el apoyo financiero del Fondo Emprender, a través del Acuerdo 004 de mayo 16 de 2005 del Consejo Directivo del SENA. Dicho mecanismo, según el mencionado acuerdo, se denomina Convenios de Adhesión y está dirigido a las personas jurídicas públicas o privadas, nacionales o internacionales, para que puedan hacer aportes financieros.

La norma prevé que el Fondo Emprender podrá destinar una contrapartida de acuerdo con los siguientes montos:

- Personas jurídicas nacionales, organismos internacionales o personas jurídicas extranjeras en proporción de un peso por cada peso aportado;
- Para los entes territoriales, de Categorías Especial y Primera la contrapartida puede ser un peso por cada peso aportado sin exceder de 1.311 SMLV, mientras que para los de Categorías Segunda y Tercera será máximo dos pesos, por cada peso aportado sin que exceda de 786 SMLV y los de Categorías Cuarta y siguientes de máximo tres pesos por cada peso aportado, hasta un máximo de 524 SMLV.

Para aquellos municipios que perciban recursos por concepto de regalías, la contrapartida aportada por el Fondo podrá ser máximo de un peso (1), por cada peso aportado.

La tercera convocatoria que se inició en noviembre de 2005, tiene como base normativa el Acuerdo 00007 de junio 2 de 2005, en el que se establece un nuevo reglamento interno y, por tanto, deroga los anteriores acuerdos 007 y 0015 de 2004. A continuación, se dan a conocer, las principales modificaciones:

En cuanto a los requisitos para los beneficiarios, básicamente se conservan los establecidos en el Acuerdo 007 de 2004, permitiendo ahora para los egresados del SENA y/o una entidad educativa aprobada por el estado, que la certificación haya sido obtenida dentro de los últimos 24 meses, lo mismo que a los profesionales universitarios (antes 12), pero se mantiene la exigencia de no ser inferior a 500 horas.

Se incluyeron como beneficiarios a los alumnos o egresados del SENA de poblaciones especiales, que hayan desarrollado 50% del programa. Para los egresados, la certificación se debe haber obtenido dentro de los últimos 24 meses; son igualmente beneficiarios los alumnos SENA que hayan obtenido certificación en una salida parcial, cuya duración sea mínimo de 440 horas y su certificación haya sido obtenida dentro de los últimos 24 meses.

La nueva reglamentación mantuvo los topes y montos, así como los rubros financiables y las etapas para la inscripción, registro y evaluación de los planes de negocio.

Adicionalmente fue expedido el Manual de Operación del Fondo Emprender, que hace parte integral del Acuerdo mencionado, el cual en buena parte es un desarrollo del mismo, donde se precisan los actores del Fondo: El Consejo Directivo del SENA, la Comisión Nacional Técnica, las Unidades de Emprendimiento, los Asesores, los emprendedores, el Gerente Administrador de Recursos, que es FONADE, los evaluadores y los interventores.

De otra parte, se fija el procedimiento para la presentación de propuestas y asignación de los recursos, de acuerdo con las etapas ya mencionadas y se desarrolló el tema relativo al control y evaluación de la inversión con base en indicadores de gestión.

Las últimas medidas adoptadas tiene que ver con la conformación de la Secretaría Técnica, la cual según el Acuerdo 00032 de diciembre 15 de 2005 pasa a ser ejercida por el Director de Formación Profesional o su delegado, conservando las mismas funciones asignadas con anterioridad.

Proceso Formulación del Plan de Negocio

El proceso para acceder a los recursos del FONDO EMPRENDER, se desarrolla en ocho (8) etapas consistentes en:

- Formulación del plan de negocio
- Convocatoria

- Registro y presentación del plan de negocio
- Evaluación de planes de negocio
- Jerarquización y priorización de planes
- Asignación de recursos financieros
- Seguimiento y acompañamiento a beneficiarios
- Control y evaluación de la inversión.

Para el desarrollo de cada una de estas fases, el FONDO EMPRENDER contará con un Sistema de Información, para asegurar la adecuada administración de los planes de negocio presentados y aprobados, con el cual se espera garantizar la transparencia del proceso y correcta gestión de los recursos del Fondo.

- FORMULACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO

Los Centros de Formación del SENA, las Instituciones de Educación Superior aprobadas por el Estado, las Incubadoras de Empresas y demás entidades públicas o privadas que asuman el compromiso de asesorar planes de negocios en forma gratuita, bajo los parámetros y la metodología del Fondo Emprender, conformarán Unidades de Emprendimiento con el fin de garantizar su viabilidad y su consecuente registro en el Sistema de Información de las iniciativas empresariales presentadas y aprobadas.

Será responsabilidad exclusiva de las Unidades de Emprendimiento verificar el cumplimiento de la condición de beneficiario, de conformidad con las normas vigentes; dicha verificación será requisito indispensable para iniciar la asesoría respectiva.

Las Instituciones de Educación Superior aprobadas por el Estado, las Incubadoras de Empresas, y demás entidades públicas o privadas, diferentes a los Centros de Formación del SENA, deberán presentar un certificado de compromiso al SENA en el que conste su disposición y disponibilidad para realizar de forma gratuita la asesoría y acompañamiento, tanto en la etapa de formulación del plan de negocio, como durante la ejecución del mismo.

Una vez se presente el certificado al Coordinador del Grupo de Emprendimiento, Empresarismo y Fondo Emprender de la Dirección General del SENA para su análisis y aprobación, éste oficiará al Gerente Administrador de recursos del Fondo Emprender, como administrador del Sistema de Información, para que ordene a quien corresponda activar a la institución en el sistema y se le asigne la clave de acceso, con la cual podrá participar en la asesoría y acompañamiento permanente de los planes de negocios.

En el evento en que se establezca que se ha incumplido con los compromisos adquiridos con el SENA, no se podrán presentar nuevos proyectos al Fondo

Emprender. Los beneficiarios podrán presentar sus proyectos a través de otras Unidades de Emprendimiento activas en el Sistema.

- CONVOCATORIA

El Consejo Directivo del Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA, en su calidad de Consejo de Administración del FONDO EMPRENDER – FE, fijará los términos y condiciones de la convocatoria pública para el registro de planes de negocio de los emprendedores.

El Gerente administrador de recursos del FONDO EMPRENDER, será el responsable del desarrollo de la convocatoria pública para el registro y postulación de los planes de negocio.

Cada convocatoria contendrá, como mínimo, las fechas de apertura y cierre; cronograma de la convocatoria; quiénes pueden participar; marco jurídico; tipología de los planes de negocio a presentar; criterios de evaluación; monto de financiación; disponibilidad presupuestal; desembolso de recursos; procedimiento para participar en la convocatoria; mecanismos para el registro de planes de negocio; proceso de ejecución, supervisión y control; mecanismos de información y cobertura geográfica (nacional, por región, departamento o distrito capital).

Al cierre de cada convocatoria, el Gerente Administrador de Recursos del Fondo Emprender, levantará un Acta en donde certifique el número y el listado de planes de negocio inscritos a través del sistema de información del FONDO EMPRENDER; dentro de los tres (3) días hábiles siguientes al cierre, se publicará en la página web el listado de los planes de negocio que quedaron inscritos.

- REGISTRO Y PRESENTACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO

Los planes de negocio que opten por recursos del FONDO EMPRENDER deberán ser registrados y presentados a través del Sistema de Información del Fondo, al cual podrán ingresar por la página Web www.fondoemprender.com; según las condiciones que para tal fin establezca el Consejo Directivo del SENA en cada convocatoria.

En esta etapa se deben cumplir las siguientes sub-etapas:

a. Acreditación de condiciones de beneficiarios: El emprendedor o asociado debe acreditar ante la unidad de emprendimiento su calidad de beneficiario o asociado conforme al reglamento interno del Fondo Emprender, a través de los formatos expedidos por el Gerente administrador de los recursos del Fondo Emprender, acreditando entre otros los siguientes requisitos :

- No haber sido beneficiario(s) del Fondo Emprender o haber recibido recursos de éste.
- No haber recibido recursos del Programa Nacional de apoyo y fortalecimiento de incubadoras de empresas (Ley 344 de 1996).
- Que la formación certificada con base en los parámetros del artículo 2 del Acuerdo 7 de 2005 y sus adiciones o modificaciones, tenga relación con el plan de negocio.
- Haber recibido la aprobación técnica para su plan de negocio, por parte de la unidad de emprendimiento de las instituciones de que trata el Artículo 10 del Acuerdo 7 de 2005 y sus adiciones o modificaciones.
- No estar incurso en ninguna causal de inhabilidad o incompatibilidad consagradas en la ley para contratar con el Estado.
- Señalar la dedicación de los beneficiarios al proyecto, la cual se debe expresar claramente en la formulación del plan de negocio, indicando si es dedicación de tiempo completo o de tiempo parcial. Para el caso de tiempo parcial se debe indicar el número de horas mensuales dedicadas al proyecto.

b. Asesoría para formulación del plan de negocio: Los emprendedores acreditados como beneficiarios deben presentar su iniciativa empresarial ante los Centros de Formación Profesional del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Incubadoras de Empresas e Instituciones de Educación aprobadas por el Estado y las demás instituciones que estén inscritas ante el SENA y registradas en el sistema de información del Fondo Emprender.

El personal encargado de dar asesoría permanente durante la elaboración de los planes de negocio, determinará si la iniciativa es susceptible de financiación con recursos del Fondo Emprender, acorde con lo establecido por las normas que lo reglamentan, y una vez proceda a verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos por las normas que lo acreditan como beneficiario, diligenciará un registro en el sistema de información del FONDO EMPRENDER, digitando el nombre del proyecto, descripción básica, los nombres, identificación, correos electrónicos de los emprendedores y curso que lo acredita como beneficiario.

Es requisito indispensable contar con un correo electrónico activo y accesible para poder trabajar en el sistema de información.

c. Aval o formalización del Plan de Negocio (Aprobación técnica): El sistema genera en forma automática y aleatoria la clave de acceso de cada uno de los emprendedores, enviándola al correo electrónico registrado por los que participan en la iniciativa empresarial, ya sea de manera individual o asociativa.

El plan de negocio deberá ser diligenciado completamente en el formulario establecido en el sistema de información del Fondo Emprender, el cual podrá ser diligenciado en línea o descargando el aplicativo diseñado para tal fin.

El emprendedor podrá suscribir con el asesor un acuerdo de confidencialidad sobre la información del plan de negocio.

Cuando el asesor considere que cumple con los requerimientos establecidos por el Fondo Emprender procederá a presentarlo ante el jefe o coordinador de la unidad de emprendimiento del Centro de formación del SENA, incubadoras de empresas, institución de educación reconocidas por el Estado y las entidades públicas o privadas que asuman el compromiso de asesorar planes de negocio en forma gratuita, bajo los parámetros y la metodología del Fondo Emprender.

La aprobación técnica o formalización del plan de negocio es preliminar y se determina como el aval institucional para presentar el plan de negocio a la convocatoria. Debe hacerse solamente cuando sea superada la etapa de formulación del plan de negocio y se considere que cumple con las condiciones de calidad, viabilidad y de beneficiarios requeridas por el Fondo Emprender.

d. Conformación del plan de negocios. La Plataforma del Sistema de Información del Fondo Emprender esta compuesta en cada Plan de Negocios por los siguientes módulos:

- i. **Modulo de Mercado:** Contiene la información correspondiente a los objetivos del proyecto, su justificación, sus antecedentes, la investigación de mercado, las estrategias de mercado y las proyecciones de ventas.
- ii. **Modulo de Operación:** Incluye la forma de operación del negocio, el plan de compras, los costos de producción y la infraestructura requerida del proyecto.
- iii. **Modulo de Organización:** El Modulo de organización presenta la estrategia organizacional del proyecto, la estructura organizacional, los aspectos legales a cumplir y los costos administrativos.
- iv. **Modulo de Finanzas:** Analiza los ingresos, los egresos y el capital de trabajo del proyecto soportado con sus estados financieros.
- v. **Modulo Plan Operativo:** Presenta la forma como el emprendedor utilizará los recursos aprobados del Fondo Emprender y los propios descritos en forma mensual. Este documento contendrá en forma detallada la periodicidad con

que la empresa requiera que se realice por parte del administrador de los recursos el desembolso correspondiente.

- vi. Modulo de Impacto: Describe los impactos del proyecto a nivel económico, social y ambiental.
- vii. Modulo de Resumen Ejecutivo: Contiene los principales aspectos del proyecto y el equipo de trabajo que desarrollará el proyecto.
- viii. Modulo de Anexos: Permite adjuntar archivos que complementen cualquier información adicional de los módulos expuestos.

- EVALUACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO

Verificación y Acreditación de Calidades de Beneficiario: El Gerente administrador de los recursos del Fondo Emprender, deberá verificar la documentación enviada por las unidades de emprendimiento sobre el cumplimiento de los requisitos del beneficiario. Solo pasaran a la etapa de evaluación aquellos planes de negocio que estén debidamente acreditados.

El proceso de evaluación de los planes de negocio registrados en el Sistema de Información del FONDO EMPRENDER, estará a cargo de los evaluadores seleccionados por el Gerente administrador de recursos del Fondo y tiene por objeto, establecer:

Es viable técnica, económica, y jurídicamente. Cuando el plan de negocio posee las características necesarias asociadas al tipo de negocio a desarrollar, que aseguran su adecuado funcionamiento, sostenibilidad y permanencia en el mercado.

La viabilidad técnica estudia las posibilidades materiales, físicas y químicas, condiciones y alternativas de producir el bien o servicio que se desea generar con la iniciativa empresarial, verificando factores diversos como capacidad de producción, facilidad en la consecución de materias primas, impacto ambiental, etc.

La viabilidad económica y financiera, es la que mide la rentabilidad del negocio, el retorno de la inversión, es decir que genere las suficientes utilidades para que la empresa sea autosostenible en el tiempo; para estos efectos se aplicarán indicadores, tales como, Valor presente neto, Tasa interna de retorno, relación costo beneficio, costo anual equivalente.

Finalmente la viabilidad jurídica, hace referencia a la legalidad de la empresa, que su objeto social este dirigido hacia actividades lícitas y esté legalmente constituida durante su ejecución.

Genera y mantiene empleo productivo de manera directa. Este punto hace referencia a la vinculación laboral de personal, para la puesta en marcha y ejecución del plan de negocio.

Garantiza la contrapartida en especie al Servicio Nacional de Aprendizaje SENA. Los emprendedores deben garantizar dentro del plan de negocio la contrapartida en especie al Servicio Nacional de Aprendizaje SENA para el cumplimiento de su misión.

Estructura y Coherencia del plan de negocio. El plan de negocio debe garantizar la coherencia interna entre los antecedentes, estudio de mercado, justificación, resultados esperados y esquema de ejecución del presupuesto, así como los indicadores de gestión.

Se integra con mini cadenas, cadenas productivas o clusters de la región donde se desarrollará la actividad empresarial. Es decir, que la iniciativa empresarial forma parte de uno o varios procesos relacionados con alguna de las principales actividades económicas de la región y en la medida de lo posible, representa una alternativa de mejoramiento en el desarrollo de las mismas o se integra como un nuevo eslabón de la cadena. Por ejemplo: en la Sabana de Bogotá, una de las principales actividades es el cultivo de flores, cuya cadena de producción esta compuesta por diferentes empresas dedicadas a diferentes procesos; en primer lugar están los que cultivan las flores, estos se integran con empresas que suministran abonos y plaguicidas, posteriormente cuando se recogen las flores, requieren implementos para los trabajadores como tijeras, guantes y uniformes para los operarios, después necesitan abastecerse de empaques, para finalmente contratar servicios especializados de transporte que garanticen la entrega oportuna de las flores al consumidor final.

Dentro de esta cadena de producción, podría ingresar una nueva empresa que presente una alternativa de empaques biodegradables y reciclables, que permitan alargar la vida útil de la flor y evitar maltrato de la misma durante su transporte, convirtiéndose en un eslabón de esta cadena o cluster regional.

Demuestra compatibilidad con el desarrollo sostenible del país, mediante el planteamiento de alternativas que favorezcan la preservación del medio ambiente.

Los planes de negocio que se presentan ante el FONDO EMPRENDER, deben identificar claramente el impacto que genera la empresa sobre el medio ambiente en el cual opera, en caso tal de que se afecte algún recurso natural, es necesario plantear alternativas que minimicen los efectos nocivos sobre el mismo.

En los casos a que haya lugar, los evaluadores solicitarán dentro del periodo de evaluación información aclaratoria y/o complementaria a los emprendedores, quienes tendrán un plazo de cinco (5) días contados a partir de la fecha de la solicitud, para aportar la información. De no recibirse la información y documentación solicitada en el término establecido, se entenderá que se ha desistido de la solicitud y el informe de evaluación hará referencia a esta situación. Este procedimiento se hará a través del Sistema de Información.

Los planes de negocio que no reúnan los requisitos establecidos, o cuya información sea inexacta o no verídica, o que sean presentadas por emprendedores que no cumplan con las condiciones para ser beneficiarios del FONDO EMPRENDER, serán descalificados; en consecuencia, estos planes de negocio no serán evaluados.

Concepto de viabilidad de los evaluadores. El concepto técnico incluido en los informes de evaluación, contendrá los análisis sobre cada uno de los aspectos evaluados y a manera de conclusión el término PLAN DE NEGOCIO VIABLE o PLAN DE NEGOCIO NO VIABLE, sustentado por su respectivo puntaje y argumentación técnica.

Los evaluadores presentarán para las propuestas viables, recomendaciones de ajustes al presupuesto, cronogramas, metas, indicadores y demás aspectos que se consideren necesarios. Los ajustes a las propuestas se deben realizar con el conocimiento y aceptación de los proponentes.

El Gerente administrador de recursos del FONDO EMPRENDER, publicará la relación de planes de negocio VIABLES y NO VIABLES con la argumentación técnica, con el objeto de que los interesados presenten sus objeciones, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes. El Gerente administrador de recursos del FONDO EMPRENDER tendrá tres días (3) para dar respuesta a los interesados, ratificar, rectificar o modificar los resultados publicados.

- **JERARQUIZACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO**

Una vez superada la etapa de evaluación, los planes de negocio serán priorizados y jerarquizados por la Comisión Nacional Técnica del Fondo Emprender, de acuerdo con la ponderación dada a los siguientes criterios:

1. Número de empleos directos a generar y mantener, respecto al monto de recursos otorgados por el Fondo Emprender.
2. Número de empleos directos a generar para población vulnerable, frente al total de empleos directos.
3. Número de empleos directos a generar entre población que estén dentro del rango de edad de 18 a 24 años.

4. Proyectos que desarrollen su actividad en municipios donde el Índice de Desarrollo Humano, o aquel que cumpla con la misma función, sea el más bajo.
5. Proyectos que desarrollen su actividad dentro de los sectores priorizados en el Plan Nacional de Desarrollo y/o Planes Regionales.

El plan de negocio y el Sistema de Información deberán contemplar las variables que permitan aplicar los anteriores indicadores

- **ASIGNACIÓN DE LOS RECURSOS**

La decisión de financiación de los planes de negocio será tomada por el Consejo Directivo del SENA, con base en los resultados del estudio y recomendaciones de la Comisión Nacional Técnica del Fondo Emprender y en la disponibilidad de recursos.

a. PUBLICACIÓN DE RESULTADOS DE ADJUDICACIÓN DE RECURSOS.

El Gerente administrador de recursos del Fondo Emprender informará a los beneficiarios dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a la decisión del Consejo Directivo del SENA sobre la asignación de recursos, especificando las condiciones para el desembolso y constitución de garantías.

Una vez aceptadas las condiciones por parte de los beneficiarios el Gerente administrador de recursos del Fondo Emprender, remitirá el proyecto de minuta de contrato a suscribir.

b. REQUISITOS PARA EL DESEMBOLSO DE LOS RECURSOS.

Una vez asignados los recursos y aceptadas las condiciones para el desembolso por parte de los beneficiarios, el Gerente administrador de recursos del Fondo Emprender, procederá dentro de los tres (3) días siguientes a elaborar el contrato por el término de duración del plan de negocio, el cual será remitido a los beneficiarios a través de las respectivas Unidades de Emprendimiento. Este contrato deberá ser devuelto al Gerente administrador de los recursos del proyecto dentro de los treinta (30) días calendario siguientes a su recibo, debidamente firmado y adjuntando los siguientes documentos:

1. Certificado de constitución legal emitido por la autoridad competente, en donde conste que la vigencia de la empresa es igual o mayor a la duración del contrato a suscribir, más 12 meses, el cual debe ser tramitado una vez se suscriba el contrato.
2. Pagaré en blanco, firmado por todos los beneficiarios en calidad de deudores solidarios, a favor del SENA.

3. Póliza de seguro de vida que ampara al beneficiario, expedida por una compañía de seguros legalmente aprobada por el Estado.

Una vez aprobada la financiación para el plan de negocio, el Emprendedor o grupo de Emprendedores, tendrá un plazo máximo para la legalización del contrato y constitución de la empresa de 30 días calendario, los cuales serán contados a partir del momento en que se remiten los contratos a las respectivas unidades de emprendimiento.

Cuando se presente fuerza mayor o caso fortuito el emprendedor o grupo de emprendedores deberá enviar una comunicación al Gerente Administrador de los recursos solicitando un único plazo adicional, el cual no podrá ser superior a 60 días calendario, contados a partir del momento en que se remiten los contratos a las unidades de emprendimiento, indicando la fecha de cumplimiento para la devolución y legalización del contrato.

Si pasado este término no se ha legalizado el contrato o no se han cumplido los requisitos para el desembolso, se entenderá que el emprendedor o grupo de emprendedores desiste de la financiación del plan de negocio.”

c. FORMA DE ENTREGA DE LOS RECURSOS.

Los recursos se entregarán a los beneficiarios en la forma señalada en el Plan Operativo, para cada uno de los planes de negocio aprobados en las convocatorias realizadas por el Fondo Emprender, previa presentación de las facturas o cuentas de cobro respectivas, las cuales serán avaladas previamente por el interventor del contrato.

Los emprendedores tendrán acceso a conocer el procedimiento de desembolso de los recursos, a través del Sistema de Información del Fondo Emprender.

El primer desembolso de los recursos asignados no podrá superar el cincuenta por ciento (50%) del valor total del contrato.

d. CONTRAPARTIDA DE LOS BENEFICIARIOS DE LOS RECURSOS DEL FONDO EMPRENDER

Los beneficiarios de los recursos provenientes del Fondo Emprender, deberán garantizar la contrapartida en especie al Servicio Nacional de Aprendizaje SENA para el cumplimiento de su misión institucional, que se realizará a través de transferencia de conocimiento para los usuarios de los programas de Formación Profesional del SENA.

Esta transferencia se desarrolla durante el periodo de ejecución de los recursos y representa el 1,4% del valor total del proyecto. Éste porcentaje está sustentado y

valorado sobre la participación en eventos, los cuales serán valorados a un costo del 25% de (1) SMMLV, lo que representaría como máximo la participación del grupo de emprendedores en 13 eventos de acuerdo con las características de las actividades como capacitación, conferencias, jornadas de sensibilización, pasantías y transferencia de tecnología.

El emprendedor deberá optar por la suma de varias de las actividades propuestas con el fin de completar con el aporte de contrapartida exigido. En el caso de proyectos susceptibles de realizar transferencia de tecnología o pasantías, se tomará como cumplido el aporte cuando sea la única actividad que se realice.

De esta manera el cálculo del número de eventos a desarrollar como parte de la contrapartida del emprendedor, estará dado por la siguiente formula:

$$\frac{(\text{Monto aprobado en SMMLV} * 1,4\%)}{\text{Valor evento } 0,25 \text{ SMLMV}} = \text{Número de Eventos}$$

En caso de desarrollar proyectos innovadores estos deberán registrarse en la Dirección de Derechos de Autor. Los derechos de autor serán compartidos con el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, según lo establecido por el Manual de Financiamientos y conforme a los parámetros establecidos en la Ley 23 de 1982.

- **SEGUIMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO A BENEFICIARIOS**

Los Centros de Formación Profesional del SENA, las instituciones de educación aprobadas por el Estado y las incubadoras de empresas, así como las demás entidades a las cuales hace referencia el artículo 10 del Acuerdo 7 de 2005 y sus adiciones o modificaciones, deberán realizar a través de las unidades de emprendimiento el acompañamiento durante la etapa de ejecución del plan de negocio. En el evento en el que al plan de negocio se le asignen recursos por parte del Fondo, deberá además efectuar el acompañamiento técnico-operativo durante el primer año de ejecución de los planes de negocio avalado por ellos, apoyándose en el sistema de información diseñado para tal fin o en cualquier medio que consideren necesario, para garantizar el cumplimiento de los indicadores de gestión establecidos en el plan de negocio aprobado por el Consejo Directivo Nacional del SENA.

Las Unidades de Emprendimiento deberán rendir un informe cada tres meses sobre la situación de cada uno de los planes de negocio aprobados en cada convocatoria a la Dirección de Formación Profesional – Grupo Integrado de Emprendimiento Empresarismo y Fondo Emprender, indicando las actividades realizadas de acompañamiento.

- **CONTROL Y EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN**

El Gerente Administrador de recursos del Fondo Emprender deberá realizar la interventoría permanente a los planes de negocio financiados y presentar informes cada dos meses de avance de ejecución de los mismos, al supervisor del convenio y al Coordinador del Grupo de Emprendimiento, Empresarismo y Fondo emrender.

Adicionalmente, debe presentar un informe anual consolidado, sobre los resultados obtenidos por los planes de negocio beneficiados con los recursos del Fondo Emprender, el cual contendrá, entre otros, los indicadores de gestión propuestos en los planes de negocio. El cumplimiento de los indicadores y resultados, servirá de soporte para que el Consejo Directivo Nacional del SENA, decida sobre el reembolso de los recursos asignados.

La interventoría realizará el control a los indicadores de gestión y resultado y realizara el monitoreo a los indicadores de efectividad empresarial. El nivel de cumplimiento de los indicadores de gestión y resultado permitirá determinar el cumplimiento de que trata el numeral 1 del artículo 8 del Acuerdo 7 de 2005 y sus adiciones o modificaciones. El monitoreo a los indicadores de efectividad empresarial tiene como fin conocer el estado de avance de las nuevas empresas y no serán requisito para determinar el reembolso de los recursos asignados

a. CONTROL A LOS INDICADORES DE GESTIÓN Y RESULTADOS

Se consideran indicadores de gestión y resultados aquellos que están al alcance de ejecución del Emprendedor o los Emprendedores, con base en los recursos asignados. Por lo tanto para la definición de la programación planteada o proyectada del indicador, se debe tener en cuenta la proporcionalidad entre el valor solicitado y el valor asignado al proyecto.

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

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

b. GESTIÓN EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO:

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

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

- i. Metodología: Se determina teniendo en cuenta los contratos laborales suscritos por la empresa financiada con recursos del FONDO EMPRENDER.
- ii. Unidad: Cantidad de empleos
- iii. Frecuencia: trimestral.
- iv. Ecuación de Cálculo: Siendo GGE= Gestión en la Generación de Empleo; NEDG = Número de Empleos Directos Generados; NEDP = Número de Empleos Directos Programados, entonces:
 - ii. e. Rango: Valor mínimo: 66% Valor Máximo: $\geq 100\%$
 - i. Interpretación: Cuando el indicador aumenta su valor debe entenderse como una tendencia positiva, ya que será mayor el número de personas ocupadas en la economía, que en definitiva es el objeto primordial de financiar iniciativas empresariales. Este indicador puede ser mayor al 100% en aquellos casos donde la empresa obtenga un mejor desempeño productivo comparado con lo proyectado en su plan de negocios. Cuando el indicador disminuye puede ser el resultado de una mala proyección o de un manejo administrativo deficiente.

NOTA. Para la contabilización del número de empleos en los casos de Jornales, Maquilas, Prestación de servicios y honorarios se tendrán en cuenta las siguientes homologaciones o equivalencias:

Jornales:

- i. Por cada jornalero que tenga más de quince jornales contratados se homologa a una solución de empleabilidad (un empleo)
- ii. Por una cantidad de jornales contratados en fechas pico, se debe considerar una solución de empleabilidad (un empleo), equivalente a 30 jornales contratados independiente del número de jornaleros

Maquilas:

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

Prestación de Servicios y Honorarios:

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

Temporalidad del indicador:

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

RESULTADOS EN LA EJECUCIÓN PRESUPUESTAL:

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

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

b. Unidad: Pesos

c. Frecuencia: trimestral

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

e. Rango: Valor mínimo: 70. Valor Máximo: ≥ 100

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

GESTIÓN EN MERCADEO:

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

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

b) Unidad: Número de eventos

c) Frecuencia: Trimestral

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

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

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

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

MONITOREO A LOS INDICADORES DE EFECTIVIDAD EMPRESARIAL

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

MONITOREO A LAS VENTAS

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

a. Metodología: Se determina teniendo en cuenta las ventas logradas por la empresa en el tiempo planeado, comparándolas con las ventas programadas en el tiempo real.

b. Unidad: pesos

c. Frecuencia: trimestral

d. Ecuación de Cálculo: Siendo GV= Gestión en Ventas; MLV= Meta Lograda en Ventas; TP =Tiempo Planeado; MPV= Meta Programada en Ventas; TR= Tiempo Real

e. Rango: Valor mínimo: $>0,55$. Valor Máximo: $= 1$

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

MONITOREO DE LA OPERACIÓN

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

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

b. Unidad: Número de pedidos

c. Frecuencia: Trimestral

- d. Ecuación de Cálculo: Siendo GP= Gestión de Producción; NPS= Número de Pedidos Solicitados o recibidos; NPA =Número de Pedidos Atendidos
- e. Rango: Valor mínimo: 60% Valor Máximo: 100%
- f. Interpretación: Cuando el indicador aumenta su valor debe entenderse como una tendencia positiva, ya que será mayor el cumplimiento de la demanda de bienes o servicios hecha a la empresa por parte de sus clientes, lo que otorgará a la empresa mayor credibilidad en el mercado. Cuando el indicador disminuye estaría indicando que existe una inadecuada planificación en los procesos productivos de la empresa.

1.6.2 Marco conceptual.

Capital semilla del Fondo Emprender: se asocia a la cantidad de dinero necesaria para implementar una empresa. Constituye la inversión necesaria para cubrir los costos de creación de la empresa, compra de activos y capital de trabajo hasta alcanzar el punto de equilibrio, es decir, el momento a partir del cual la empresa ya genera suficientes ingresos como para cubrir sus costos. Generalmente esta inversión se utiliza para adquirir equipos, como capital de trabajo, desarrollar prototipos, lanzar un producto o servicio al mercado, proteger una innovación, etc. No se utiliza para cancelar deudas ni para comprar acciones de los socios fundadores. Para la presente investigación se trata de un concepto fundamental, pues es esta característica la que define a la población objeto de estudio.

Evaluación de proyectos: es un proceso por el cual se determina el establecimiento de cambios generados por un proyecto a partir de la comparación entre el estado actual y el estado previsto en su planificación. Es decir, se intenta conocer qué tanto un proyecto ha logrado cumplir sus objetivos o bien qué tanta capacidad poseería para cumplirlos.

En una evaluación de proyectos siempre se produce información para la toma de decisiones, por lo cual también se le puede considerar como una actividad orientada a mejorar la eficacia de los proyectos en relación con sus fines, además de promover mayor eficiencia en la asignación de recursos. En este sentido, cabe precisar que la evaluación no es un fin en sí misma, más bien es un medio para optimizar la gestión de los proyectos.

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

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

Fondo Emprender: Es un Fondo creado por el Gobierno Nacional para financiar iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por alumnos del SENA que haya finalizado la etapa lectiva de un programa de formación, alumnos o egresados de cursos del SENA en el programa jóvenes rurales y línea de formación de líderes del desarrollo, estudiantes que se encuentren cursando los dos (2) últimos semestres en un programa de educación superior reconocido por el Estado de conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994, personas que hayan concluido materias dentro de los últimos doce (12) meses, profesionales universitarios cuyo primer título haya sido obtenido durante los últimos 24 meses, estudiantes o egresados que se encuentren cursando especialización y/o maestría que hayan culminado y obtenido la certificación dentro de los últimos 12 meses. Las condiciones de beneficiarios del Fondo Emprender se establecen ampliamente en el Acuerdo 004 del 26 de marzo del 2009.

El Fondo Emprender se rige por el derecho privado, y su presupuesto está conformado por el 80% de la monetización de la cuota de aprendizaje de que trata el artículo 34 de la ley 789 del 2002, así como por los aportes del presupuesto general de la nación, recursos financieros de organismos de cooperación nacional e internacional, recursos financieros de la banca multilateral, recursos financieros de organismos internacionales, recursos financieros de fondos de pensiones y cesantías y recursos de fondos de inversión públicos y privados.

De acuerdo con la anterior información, se podría decir que este concepto o esta entidad es el punto de partida de muchas empresas y en especial las empresas creadas por estudiantes de la universidad de Nariño.

Generación de empleo: uno de los principales objetivos del fondo emprender es la creación de MIPYMES, las cuales generan empleo. En este sentido, los recursos que facilita FONADE se determinan en función a los puestos de empleo generados.

FONADE evalúa permanentemente la gestión en la generación de empleo, midiendo el nivel o grado alcanzado en el cumplimiento de las metas propuestas en cuanto a generación de empleo directo con la ejecución del proyecto. El indicador se calcula utilizando la relación entre el número real obtenido de empleos en un momento determinado y la programación planteada.

País en vía de desarrollo: países en desarrollo, son aquellos países cuyas economías se encuentran en pleno desarrollo económico partiendo de un estado de subdesarrollo o de una economía de transición. Si bien aún no alcanzan el estatus de los países desarrollados, han avanzado más que otros que aún son considerados países subdesarrollados.

Colombia es un país en vía de desarrollo, que ha presentado año tras año una evolución, hoy Colombia es un país mejor que hace 30 años si se miran las oportunidades que tiene su gente de vivir más tiempo, de acceder a más y mejores servicios esenciales y de elegir su destino con mayor libertad. Pero la inequidad, la pobreza y la violencia continúan desequilibrando la balanza e impiden alcanzar el desarrollo que merece su población.

Como una estrategia frente al desempleo y la inequidad nace el fondo emprender que busca incentivar a jóvenes para que creen sus propias empresas, y de este modo generen un crecimiento en la industria del país

Plan de negocios: es un estudio detallado y minucioso del negocio que el emprendedor piensa montar. Es un instrumento esencial para la presentación de los emprendedores, y para la presentación de la misma empresa en términos de operatividad total.

Es la herramienta principal de dirección de una empresa, en donde se establece qué hará la empresa en las diferentes áreas que la componen y cuál será la orientación de la gestión de las operaciones en un período determinado para la toma de decisiones en su diario accionar y para alcanzar sus objetivos de supervivencia, generación de utilidades y crecimiento y desarrollo como una opción de vida.

El plan de negocios es el requerimiento inicial para presentarse ante el Fondo Emprender e iniciar con el proceso de financiación.

Unidad de emprendimiento: La Unidad de Emprendimiento es un punto de atención en donde se capacita a los emprendedores, Brindándoles información que les permite aprovechar las capacidades e implementar las ideas de negocios buscando generación y formulación de nuevos proyectos empresariales., y presta asesoramiento durante los procesos de creación y consolidación de unidades productivas, mediante la generación de una cultura emprendedora, la innovación, el desarrollo tecnológico y la competitividad nacional. La unidad de emprendimiento es el contacto directo con las directivas del fondo emprender.

1.6.3 Marco legal. Emprendimiento en Colombia está basado en leyes que la constitución colombiana aprobó para financiar iniciativas empresariales que

provenzan y sean desarrolladas por aprendices o asociaciones entre aprendices, practicantes universitarios o profesionales que su formación se esté desarrollando o se haya desarrollado en instituciones que sean del país.

Las leyes son las siguientes

- Ley 789 del 27 de Diciembre de 2002

Sistema de Protección Social: el sistema de protección social se constituye como el conjunto de políticas públicas orientadas a disminuir la vulnerabilidad y mejorar la calidad de vida de los colombianos, especialmente de los más desprotegidos. Para obtener como mínimo el derecho a la salud, la pensión y el trabajo.

- Decreto 934 de abril de 2003

Reglamentación del funcionamiento del fondo Emprender como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, administrada por esta entidad, el cual se registrará por el derecho privado.

- Acuerdo 007 de Junio 2 de 2005

Establece el reglamento interno del Fondo Emprender, los beneficiarios que son los Colombianos, los recursos, los topes de los recursos, los rubros no financiados y causales de devolución.

- Decreto 3930 del 9 de Noviembre de 2006

Es la modificación del artículo 3 Definición de aprendices. Para efectos del presente decreto, entiéndase como aprendices, los alumnos de los programas de formación titulada y los alumnos de los programas “Jovenes Rurales” y “Jóvenes en acción” cuya formación impacta directamente el Servicio Nacional de aprendizaje, Sena.

- Acuerdo 005 de 2007

Es la modificación del artículo 2 BENEFICIARIOS, podrán acceder a los recursos del Fondo Emprender, los ciudadanos colombianos, mayores de edad, que estén interesados en iniciar un proyecto empresarial en cualquier región del país y que acrediten

- Acuerdo 006 de 2007

Personas jurídicas de carácter público o privado pueden aportar una vez al año, recursos financieros para el fondo emprendre, con el fin de apoyar las iniciativas empresariales.

- Resolución 01803 de 2012

Establece a los ACTORES DEL FONDO EMPRENDER, establece las funciones de los Comités Regionales de Evaluación de Proyectos, los actores que integran dichos Comités y determina los requisitos que deben cumplir los planes de negocios para presentarse ante el comité regional de evaluación.

1.6.4 Marco Espacial. El ámbito espacial en el que se desarrolla el proyecto de investigación comprende a los estudiantes de la Universidad de Nariño que han sido beneficiados por el capital semilla del Fondo Emprender, en este sentido, el espacio geográfico donde se levantará la información corresponde al departamento de Nariño, específicamente en los municipios de San Juan de Pasto, El Contadero, Tuquerres, el charco, Ipiales, Pupiales, la florida, San Bernardo y Guachucal. Lugares donde se llevan a cabo los proyectos beneficiados con capital semilla y donde generan impacto económico y social.

1.6.5 Marco temporal. El presente estudio se realizará utilizando datos históricos comprendidos entre los años 2005 a 2012; período en el cual se han realizado convocatorias regionales y nacionales por parte del Fondo Emprender, y de las cuales han sido beneficiadas con capital semilla, los proyectos liderados por estudiantes de la Universidad de Nariño.

1.7 LÍNEA DE INVESTIGACION:

De acuerdo con las líneas de investigación que se proponen en el plan de investigaciones de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, se puede identificar claramente que el presente estudio se desarrolla bajo el marco de la línea de Investigación denominada “Estudio de las Organizaciones”, toda vez que el trabajo a realizar, busca conocer la situación actual de las diferentes empresas, beneficiadas con capital semilla del Fondo Emprender, para comprender, entender y analizar los procesos y procedimientos de cada organización identificando las ventajas y desventajas para competir en el mercado.

La elección de trabajar bajo esta línea de investigación, se dio por la carencia de esta clase de estudios, y para que en futuras investigaciones de este tipo, pueda servir como fuente de información secundaria para la continuación y complementación de los alcances obtenidos en la presente investigación.

1.8 METODOLOGÍA.

1.8.1 Tipo de estudio: La presente investigación se desarrolla dentro del tipo de estudio exploratorio, ya que para la obtención de la información se acudió a fuentes primarias, que para ubicarlas se hizo necesario la consulta en bases de datos existentes en las unidades de emprendimiento del SENA y la Universidad de Nariño.

La presente investigación también cumple con las características de ser un estudio descriptivo, en la medida en que se establecen características demográficas de las

unidades investigadas (empresas beneficiadas), permitiendo conocer su situación actual y el impacto económico y social generado en el departamento de Nariño.

1.8.2 Diseño y técnicas de recolección de información.

- **Fuentes Primarias:** La investigación será netamente exploratoria, y la técnica más adecuada para llevarla a cabo es la ENTREVISTA, donde se estructura un cuestionario que contenga preguntas orientadas a resolver los objetivos de la investigación. Este tipo de entrevista se realizará a los diferentes empresarios que crearon el proyecto aprobado por el Fondo Emprender, o quién (es) los representen.
- **Fuentes Secundarias:** Son las bases de datos encontradas en el SENA, Universidad de Nariño, que contienen los diferentes datos sobre el número de proyectos aprobados, sus representantes, teléfonos, direcciones y demás datos pertinentes de los planes de negocio admitidos por el Fondo Emprender durante los últimos 8 años en el departamento de Nariño.

1.8.3 Población objeto de estudio.

La Población, objeto de estudio, es igual al número total de proyectos aprobados por el fondo emprender, asesorados y acompañados tanto por la unidad de emprendimiento de la Universidad de Nariño como por las unidades de emprendimiento localizadas en la ciudad, durante los años 2005 a 2012 en el departamento de Nariño.

Al conocer el Universo poblacional, el cual es igual a 35 (empresas beneficiadas), se decide hacer censo, porque se conoce tanto el número total de proyectos, como sus datos de contacto. Posterior a ello se procede a contratar encuestadores expertos en el tema, para que realicen las entrevistas a toda la población objetivo de estudio, con el fin de que los datos recolectados fueran altamente confiables y reflejaran una situación más real de esta población. De esta manera la unidad poblacional será el representante de cada plan de negocio aprobado.

1.9 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

Para la recolección de información de la presente investigación, se acudió a la entrevista, como herramienta indispensable para el desarrollo del estudio, ya que se consideran como fuentes de información primaria, las cuales fueron aplicadas directamente a toda la población objeto de estudio (empresas beneficiadas), para obtención de resultados confiables.

1.9.1 Técnicas de análisis.

Una vez recolectada la información se procede a organizarla, codificar las respuestas, tabular, graficar, analizar los resultados encontrados e interpretarlos objetivamente, de tal manera que permita dar respuesta a los objetivos planteados y refutar o afirmar la hipótesis de investigación previamente formulada.

2. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS BENEFICIADOS POR EL FONDO EMPRENDER Y SU EJECUCIÓN

En un mundo globalizado, tanto las empresas como los gobiernos, buscan alternativas para mejorar su eficiencia. Para ello desarrollan estrategias como la tercerización de los procesos productivos, la contratación externa en la provisión de ciertos productos o la prestación de algunos servicios. Así, en las economías actuales las posibilidades de empleo permanente son cada vez más escasas mientras que la mano de obra disponible aumenta.

En efecto, de acuerdo con estadísticas del ICFES y del SENA hay aproximadamente 980¹³ mil jóvenes matriculadas en instituciones de educación superior y 200 mil en formación titulada del SENA.

Sin embargo, esta nueva estructura de producción abre posibilidades para las micro, pequeñas y medianas empresas. En efecto, ellas pueden generar la oferta de los procesos terciarizados de las grandes empresas, las multinacionales y los gobiernos absorbiendo personal despedido y posicionándose como una fuente de empleo de las economías en globalización.

Ante un escenario marcado por altos índices de informalidad laboral y desempleo, sobre todo para la población más joven, se ha hecho indispensable promocionar el autoempleo y estimular la creación y fortalecimiento de las MIPYMES mediante la consolidación de una política de emprendimiento y apoyo integral a la micro, pequeña y mediana empresa.

La económica regional sigue las tendencias nacionales y participa en los procesos de emprendimiento, es así como los estudiantes de la Universidad de Nariño incursionan en la elaboración de ideas de negocio con el fin de desarrollar el auto empleo pasando de ser empleado a empleador y en miras a generar un impacto positivo en la región.

De esta manera los emprendedores acuden a los Centros de Formación del SENA, y a las unidades de emprendimiento establecidas en las instituciones de educación aprobadas por el Estado, donde reciben asesoría para la formulación del plan de negocio a través de sus departamentos, facultades, profesores, instructores o asesores vinculados a las mismas buscando la viabilidad y el registro en el Sistema de Información.

¹³ SANTANA. Gina Lorena. Apoyo a iniciativas empresariales mediante el fondo Emprender – FE. 2012 [En Línea]< https://spi.dnp.gov.co/App_Themes/SeguimientoProyectos/ResumenEjecutivo/0025002840000.pdf> [consultado 23 de enero w0qwx]

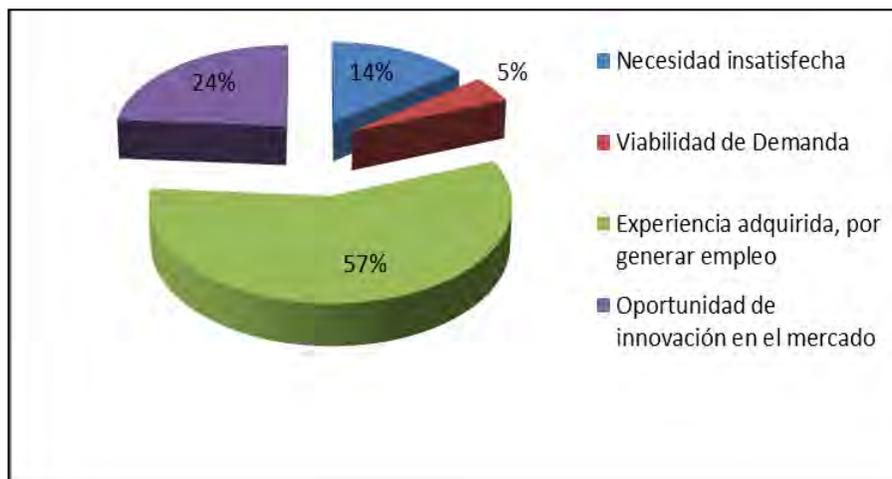
En este orden de Ideas, los estudiantes de la Universidad de Nariño, han inscrito, gestionado y beneficiado 34 proyectos, los cuales se han podido materializar y convertirse efectivamente en empresas, las cuales, como se puede observar en la siguiente gráfica han surgido por la identificación de necesidades básicas insatisfechas, que se convierten en oportunidades de negocio que sólo los visionarios y emprendedores pueden cumplir de manera eficiente.

Tabla 1. Idea de Negocio

| | | | |
|----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---|
| 1. Necesidad insatisfecha | 2. Viabilidad de Demanda | 3. Experiencia adquirida | 4. Oportunidad de innovación en el mercado |
| 14% | 5% | 57% | 24% |

Fuente: Esta investigación

Gráfica 2. Idea de Negocio



Fuente: Esta investigación

De la gráfica se puede decir que las iniciativas de negocio surgen en su mayoría por los conocimientos y experiencias adquiridas por medio de las instituciones educativas, es decir, se proyectan planes de negocio como resultado de las capacidades y destrezas que se adquieren en la carrera profesional, que finalmente se materializan en empresas. También se observa que las ideas de negocio surgen a partir de la creatividad de los emprendedores que logran obtener innovaciones en los productos o lanzan al mercado productos totalmente nuevos;

adicional a ello se puede afirmar también que las empresas surgen a partir de la investigación de mercado, lo cual les permite identificar las necesidades insatisfechas y por lo tanto la viabilidad de la demanda de los productos.

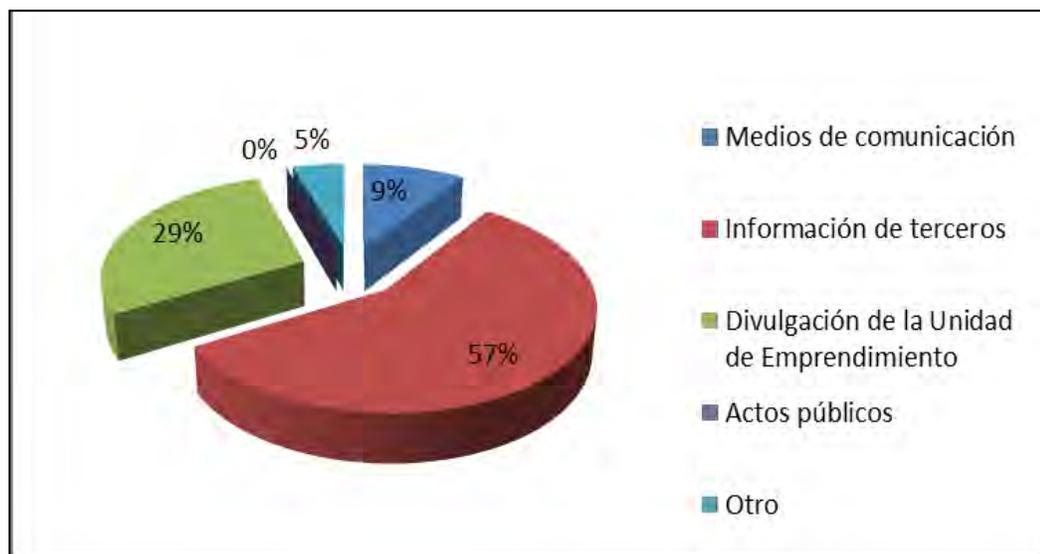
Muchos de los estudiantes de la universidad de Nariño que presentaron sus ideas de negocio ante el Fondo Emprender, para que sean aceptados y puedan ser beneficiados con capital Semilla, se enteraron de estos beneficios por medios de comunicación, información de terceros, Divulgación de la Unidad de Emprendimiento u otra fuente.

Tabla 2. Conocimiento del Capital Semilla del Fondo Emprender

| 1. Medios de comunicación | 2. Información de terceros | 3. Divulgación de la Unidad de Emprendimiento | 4. Actos públicos | 5. Otro |
|---------------------------|----------------------------|---|-------------------|---------|
| 10% | 57% | 29% | 0% | 5% |

Fuente: Esta investigación

Gráfica 3. Conocimiento del Capital Semilla del Fondo Emprender



Fuente: Esta investigación

Las indagaciones con los emprendedores, permitieron identificar que el medio por el cual se enteraron de la existencia del capital semilla del Fondo Emprender y sus beneficios, fue por información de terceros, seguido por las actividades que realizan las Unidades de Emprendimiento con el fin de invitar a los estudiantes a vincular sus proyectos para la generación de empresa.

Los estudiantes de la universidad de Nariño, acuden en primera instancia a la Unidad de Emprendimiento establecida en esta institución, pero su deseo por materializar su idea de negocio los lleva a visitar otras unidades como la del Centro Internacional de Producción Limpia - LOPE (SENA – Nariño).

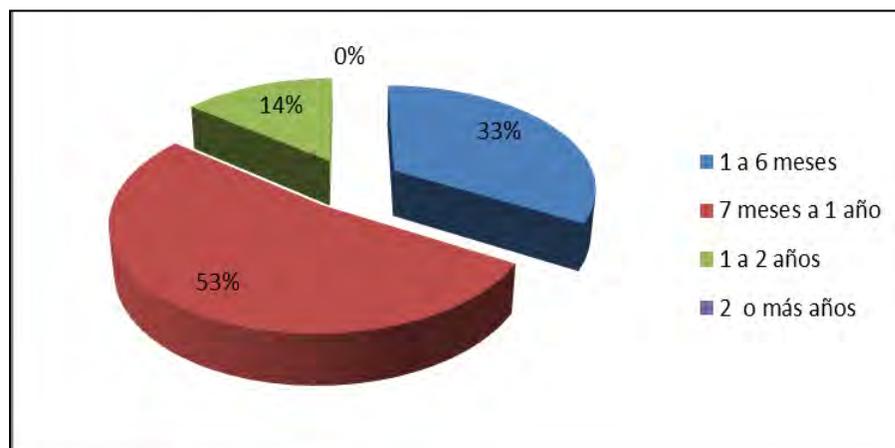
Una vez los asesores orientan a los estudiantes en el proceso de ingreso a la plataforma, se observa, que en su mayoría, el tiempo que tarda un proyecto en materializarse está entre 7 meses a 1 año, tiempo en el cual, los emprendedores analizan todos y cada uno de los aspectos fundamentales para la creación y sostenimiento de la empresa, así lo demuestra el siguiente cuadro de datos con su respectiva gráfica

Tabla 3. Tiempo de puesta en marcha del plan de Negocios

| 1 a 6 meses | 7 meses a 1 año | 1 a 2 años | 2 o más años |
|-------------|-----------------|------------|--------------|
| 33% | 52% | 14% | 0% |

Fuente: Esta investigación

Gráfica 4. Tiempo de puesta en marcha del plan de Negocios



Fuente: Esta investigación

Uno de los objetivos del presente estudio es indagar si a la fecha las empresas creadas y beneficiadas con capital semilla del fondo emprender, han cumplido los objetivos planteados en sus inicios en la idea de negocio, frente a este cuestionamiento, los empresarios, en su mayoría contestaron afirmativamente, es decir, que han ejecutado completa y efectivamente el proyecto, no obstante existen empresarios quienes afirman que sus empresas aún no han ejecutado completamente el proyecto, ya sea por falta de recursos, o por las condiciones del mercado que no han permitido crecer como lo habían proyectado.

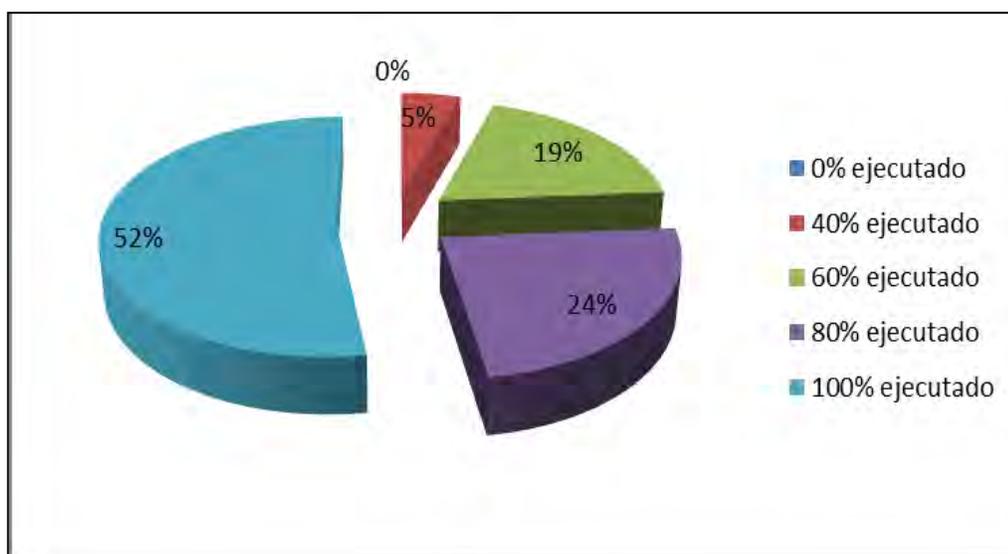
Los siguientes gráficos muestran el grado de ejecución de los proyectos beneficiados por Fondo Emprender.

Tabla 4. Porcentaje de ejecución del proyecto

| | | | | |
|--------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| 0% ejecutado | 40% ejecutado | 60% ejecutado | 80% ejecutado | 100% ejecutado |
| 0% | 5% | 19% | 24% | 52% |

Fuente: Esta investigación

Gráfica 5. Porcentaje de ejecución del proyecto



Fuente: Esta investigación

Teniendo en cuenta el CODIGO INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME o Clasificación CIIU, la clasificación internacional de referencia de las actividades

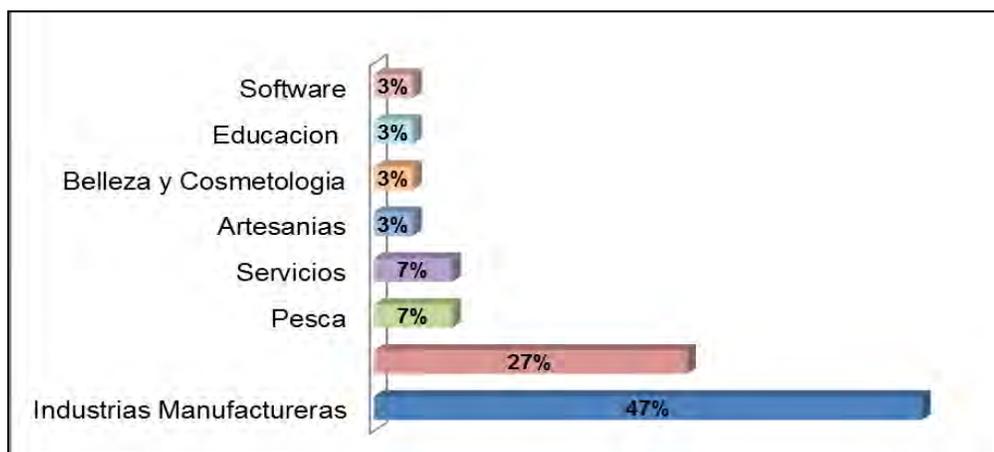
productivas, se procedió a realizar el análisis por sector económico de los proyectos que fueron beneficiados por el Fondo Emprender, como se puede observar en la gráfica 5 se encontró que el 47% de los planes de negocio avalados en las convocatorias, corresponden a industria manufacturera, seguido por el sector de agricultura, ganadería, caza y silvicultura donde se presentó el 27% de los proyectos; siguen en orden de importancia, la pesca, servicios y artesanías y otras actividades. Con esta información se puede afirmar que los emprendedores buscan brindar valor agregado a sus productos a través de la transformación de materia prima, para lo cual se hace necesario implementar mejores procesos productivos a través de la inserción de tecnología e innovación.

Tabla 5. Planes de negocio beneficiados por sector económico

| | |
|---|------------|
| Industrias Manufactureras | 47% |
| Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura | 27% |
| Pesca | 7% |
| Servicios | 7% |
| Artesanías | 3% |
| Belleza y Cosmetología | 3% |
| Educación | 3% |
| Software | 3% |

Fuente: Esta investigación

Gráfica 6. Planes de negocio beneficiados por sector económico



Fuente: Esta investigación

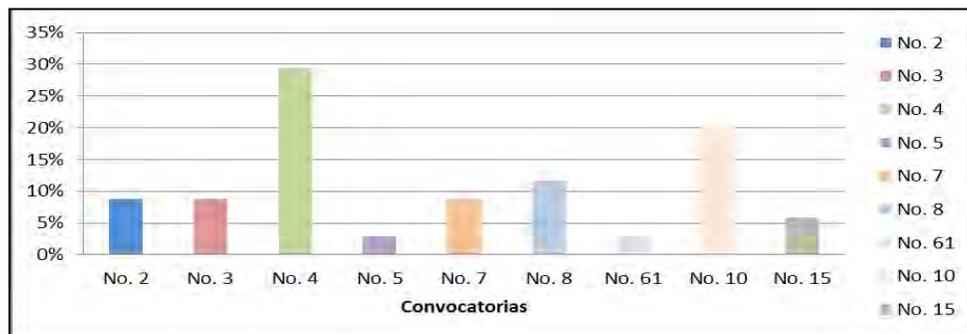
En el siguiente gráfico se muestra el flujo de proyectos aprobados por convocatoria, en el que se identifica que los estudiantes de la Universidad de Nariño presentaron sus ideas de Negocio por primera vez en el año 2005 bajo los lineamientos de la convocatoria No.2, en la que fueron beneficiados el 9% del total de los proyectos que han recibido capital semilla hasta la fecha de estudio, para el siguiente año, en la convocatoria No.3 se puede identificar un comportamiento constante, con igual número de proyectos, no obstante se observa un crecimiento importante para la convocatoria No.4, que se llevó a cabo en el año 2008, donde se concentra el 29% de los proyectos y se adiciona el 3% de los proyectos que se beneficiaron en la convocatoria Regional No.61, posteriormente se observa un comportamiento fluctuante para las convocatorias siguientes, destacándose la convocatoria No.10 del año 2011, en la cual se presenta un incremento de los proyectos aprobados y beneficiados, que representa un 21% del total, finalmente, para el año 2012, se observa un descenso en el número de proyectos que representa el 6% del total.

Tabla 6. Planes de Negocios aprobados por convocatorias

| | | |
|------|------------------------------|-----|
| 2005 | CONVOCATORIA NACIONAL NO. 2 | 9% |
| 2006 | CONVOCATORIA NACIONAL NO. 3 | 9% |
| 2008 | CONVOCATORIA NACIONAL NO. 4 | 29% |
| 2008 | CONVOCATORIA NACIONAL NO. 5 | 3% |
| 2009 | CONVOCATORIA NACIONAL NO. 7 | 9% |
| 2010 | CONVOCATORIA NACIONAL NO. 8 | 12% |
| 2010 | CONVOCATORIA REGIONA NO. 61 | 3% |
| 2011 | CONVOCATORIA NACIONAL NO. 10 | 21% |
| 2012 | CONVOCATORIA NACIONAL NO. 15 | 6% |

Fuente: Esta investigación

Gráfica 7. Planes de Negocios aprobados por convocatorias



Fuente: Esta investigación

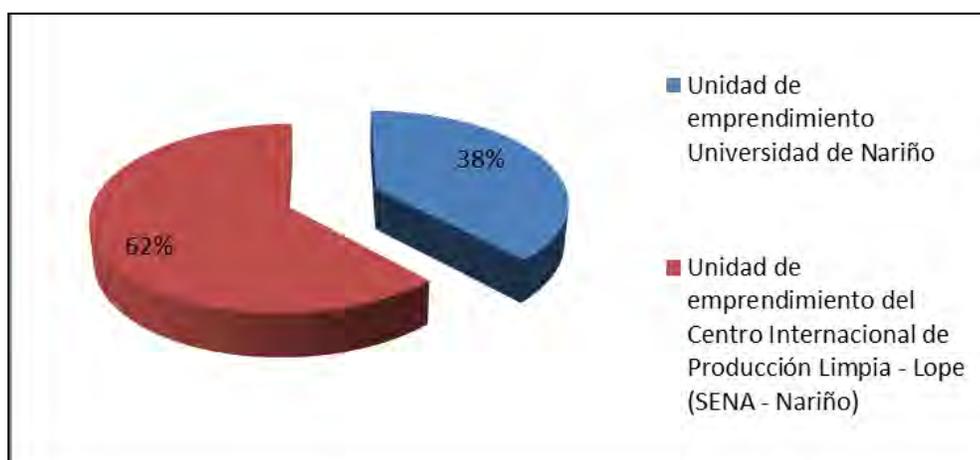
Los proyectos objeto de estudio se gestionaron por medio de dos unidades de emprendimiento como son; la unidad de emprendimiento de la Universidad de Nariño y la Unidad de emprendimiento del Centro Internacional de Producción Limpia - LOPE (SENA - Nariño), ante el cuestionamiento sobre la unidad de emprendimiento que participó directamente en el proceso de obtención de recursos de capital semilla, los entrevistados contestaron de la siguiente manera.

Tabla 7. Unidad de Emprendimiento donde se gestionó el proyecto

| | |
|---|---|
| Unidad de emprendimiento Universidad de Nariño | Unidad de emprendimiento del Centro Internacional de Producción Limpia - Lope (SENA - Nariño) |
| 38% | 62% |

Fuente: Esta investigación

Gráfica 8. Unidad de Emprendimiento donde se gestionó el proyecto



Fuente: Esta investigación

Como se observa en la gráfica 8, el 62% de las empresas entrevistadas afirman que gestionaron sus iniciativas de negocio por medio del acompañamiento de la Unidad de emprendimiento del Centro Internacional de Producción Limpia - Lope (SENA - Nariño), mientras que el 38% de los emprendedores desarrollaron sus proyectos por medio de la Unidad de emprendimiento de la Universidad de Nariño, no obstante, hay que aclarar que la mayoría de los estudiantes afirmaron asistir por primera vez a obtener información a la Unidad disponible en la Universidad de Nariño, donde se presentó información completa y motivación sobre su idea de negocio que les incentivó y permitió continuar con el proceso de puesta en marcha

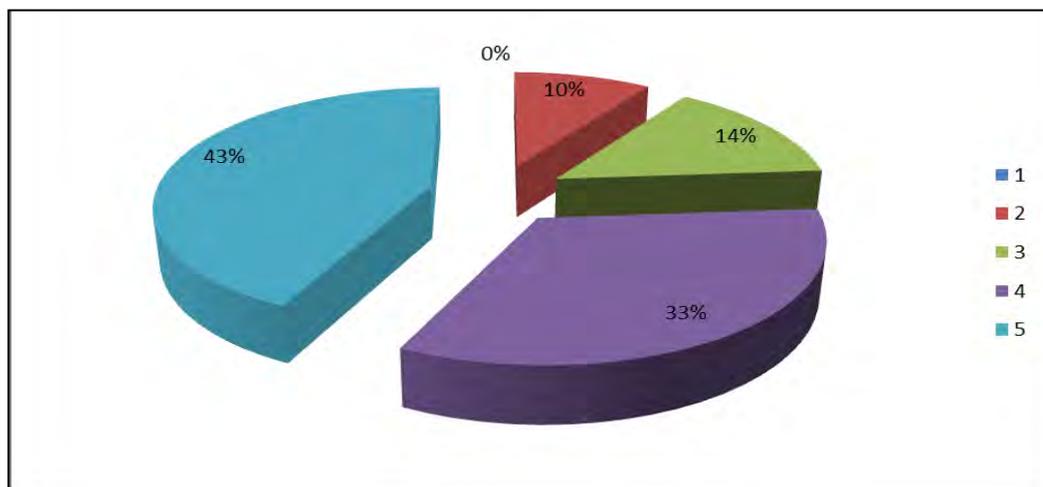
del plan de negocios, estas afirmaciones se pueden observar en la siguiente tabla, donde 1 es la peor calificación y 5 la mejor calificación.

Tabla 8. Calificación primera asesoría sobre el Fondo Emprender

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|-----|-----|-----|-----|
| 0% | 10% | 14% | 33% | 43% |

Fuente: Esta investigación

Gráfica 9. Calificación primera asesoría sobre el Fondo Emprender



Fuente: Esta investigación

Como se observa en la anterior gráfica, el 43% de los emprendedores, califican como excelente a la primera asesoría que les brindó la Unidad de Emprendimiento, a partir de la cual, se brindaron las condiciones generales y consideraciones para tener en cuenta, así como también se explican las reglas de juego en cuanto a tiempos, rubros financiables, proceso de aprobación, de asignación de recursos; información valiosa que aporta a la motivación que presenta el empresario al momento de exponer su iniciativa de negocio. Respondiendo efectivamente a su misión donde se afirma que las unidades de emprendimiento deben prestar asesoría permanente a los emprendedores durante la formulación del plan de negocio, con el fin de garantizar su viabilidad y su consecuente registro en el sistema de información.

Con respecto al sistema de información, el 76% de los emprendedores afirmaron haber recibido asesoría sobre el manejo de la plataforma del fondo emprendedor

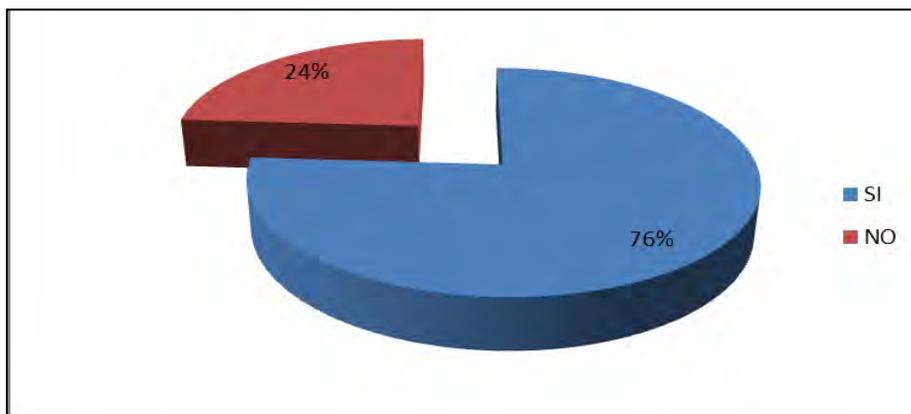
desde el momento mismo en que los asesores y emprendedores tienen contacto con la plataforma, hasta que el proyecto empresarial es aprobado y sigue su curso normal de ejecución de recursos del fondo. Por otra parte el 24% de los entrevistados afirmaron no haber tenido una eficiente capacitación sobre el manejo de la plataforma, situación que presenta dificultad al momento de realizar el ingreso del plan de negocios con todos sus componentes, así como el posterior seguimiento.

Tabla 9. Asesoría sobre el manejo de la plataforma virtual del fondo emprendedor

| SI | NO |
|-----|-----|
| 76% | 24% |

Fuente: Esta investigación

Gráfica 10. Asesoría sobre el manejo de la plataforma virtual del fondo emprendedor



Fuente: Esta investigación

3. DETERMINACIÓN DEL GRADO DE COHERENCIA ENTRE LA FINANCIACIÓN APROBADA POR EL FONDO EMPRENDEUR, CON RESPECTO AL PRESUPUESTO NECESARIO PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES

El fondo emprender ayuda a los pequeños empresarios a convertir su idea de negocio en una realidad; los negocios deben tener una base sólida que sustente su formación legal y por ende que se formalice como una empresa que genere un impacto positivo en la región creando oportunidades de trabajo a las diferentes comunidades que la rodean, de esta manera estas iniciativas de negocio se convierten en oportunidades y dinamizadoras del desarrollo económico de la región y por ende del país.

Una vez que estas ideas de negocio se sustentan ante el Consejo Directivo del SENA, se asignan los recursos y los emprendedores aceptan las condiciones para el desembolso de recursos, los empresarios proceden al manejo de dichos recursos, enfrentándose a la realidad y a los desafíos que presenta el mundo de los negocios, frente a esta realidad la mayoría de los estudiantes de la Universidad de Nariño que lideraron proyectos y fueron beneficiados con el capital semilla del fondo emprender, afirman que estos recursos no fueron suficientes, entre otras razones, porque definitivamente se realizó una mala planificación de la parte financiera y no se tuvo en cuenta una serie de imprevistos que generaban sobrecostos, teniendo muchas veces que aportar recursos propios con el fin de sacar adelante su tan anhelado proyecto.

Sin embargo los inconvenientes financieros presentados no fueron causa de cierre de sus empresas, es decir, este déficit no fue provocado por la falta de acompañamiento de la Unidad de Emprendimiento, sino por la falta de experiencia en la elaboración de un presupuesto que incluyera todos y cada uno de los rubros pertinentes.

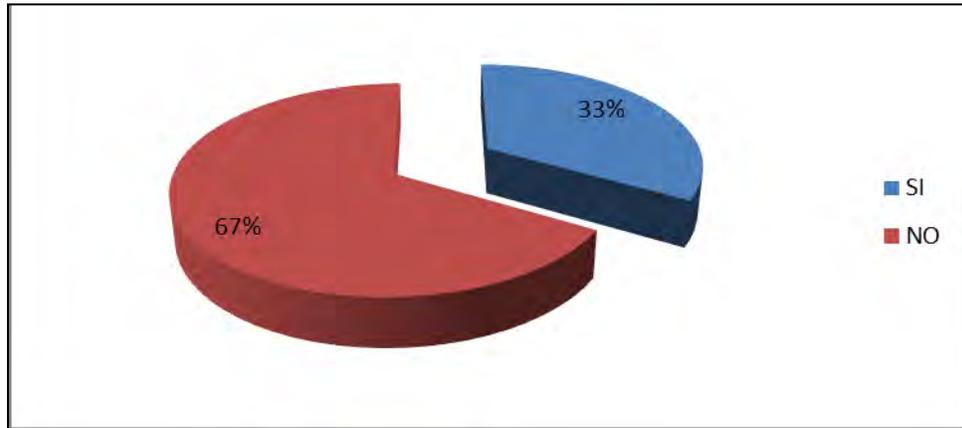
La tabla de datos No.10, muestra las respuestas de los empresarios, ante la pregunta, si los recursos asignados fueron o no suficientes para el cabal cumplimiento de los objetivos planteados:

Tabla 10. Suficiencia de los recursos asignados por el Fondo Empreder

| SI | NO |
|-----|-----|
| 33% | 67% |

Fuente: Esta investigación

Gráfica 11. Suficiencia de los recursos asignados por el Fondo Emprender



Fuente: Esta investigación

Claramente se observa que el 67%, es decir la mayoría de la población entrevistada, asegura que los recursos asignados no fueron los suficientes, pero mencionan que este desfaldo, no fue producto intencional del Fondo Emprender, pues este Fondo les suministró el capital consignado en el presupuesto presentado, por lo cual reconocen que la falta de dinero se dio exclusivamente por la no inclusión de imprevistos en el presupuesto inicial.

Por otra parte el 33% de esta población objeto de estudio, admiten que el dinero suministrado por el Fondo Emprender, si les alcanzó para desarrollar el plan de negocios, y se observó que este 33%, si habían contemplado e incluido los posibles imprevistos que se podían presentar a lo largo de la puesta en marcha de su idea de negocio.

Otro de los análisis que se hizo necesario realizar, fue el relacionado al conocimiento del estado actual de estas empresas entrevistadas(34)¹⁴, pues se quería conocer su grado de mortalidad (de las empresas entrevistadas), y el resultado es el que muestra el siguiente cuadro con su respectiva gráfica.

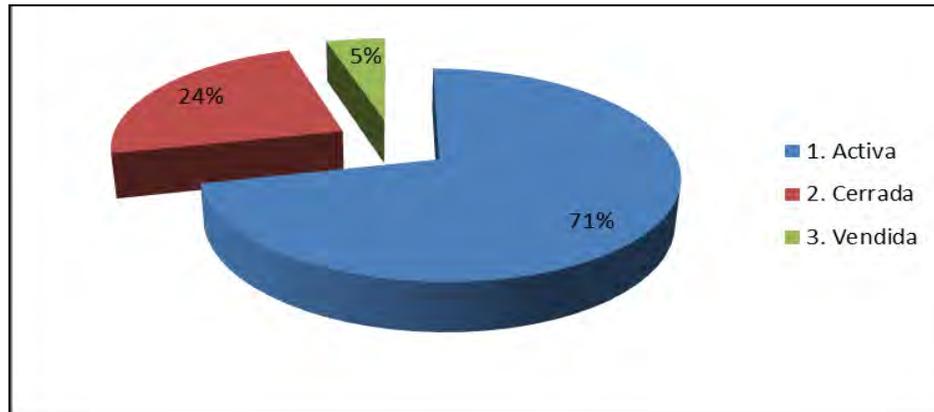
Tabla 11. Estado actual de la Empresa

| 1. Activa | 2. Cerrada | 3. Vendida |
|-----------|------------|------------|
| 71.4% | 23.8% | 4.8% |

Fuente: Esta investigación

¹⁴ Ver ANEXO C LISTA DE EMPRENEDORES, del presente informe .

Gráfica 12. Estado actual de la Empresa



Fuente: Esta investigación

En el país y la región la principal y más reconocida fuente de recursos públicos de capital semilla es el Fondo Emprender, el cual tiene como propósito incentivar y financiar la creación de empresas procedentes, lideradas y desarrolladas por aprendices, practicantes universitarios o profesionales.

Actualmente, el reglamento del Fondo Emprender está orientado a estudiantes y egresados de los programas impartidos por el SENA, técnicos, tecnólogos y universitarios que hayan obtenido el título en un período menor a dos años, y de maestría y especialización que hayan obtenido el título en un período menor a un año. De esta manera, se restringe la participación de población con amplia experiencia en el sector productivo o con conocimientos adquiridos en un período superior al mencionado.

La tasa de mortalidad de los emprendimientos financiados por el Fondo Emprender es del 23,8%, mientras que las empresas que permanecen activas alcanzan un 76,2%, aunque una parte de ellas, es decir el 4,8% de empresas entrevistadas, cambió de dueño, pero continúan activas.

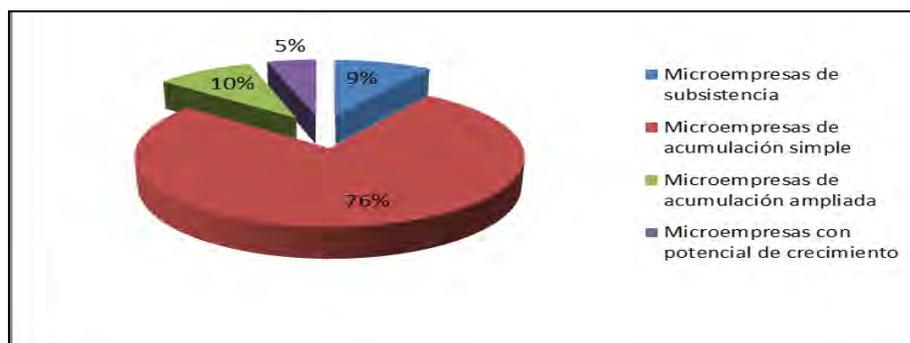
Ahora bien, el presente estudio de investigación, también se orientó la clasificación de las microempresas de acuerdo a número de puestos de trabajo generado, y los resultados fueron los siguientes:

Tabla 12. Clasificación de microempresas por número de empleos

| 1. Microempresas de subsistencia | 2. Microempresas de acumulación simple | 3. Microempresas de acumulación ampliada | 4. Microempresas con potencial de crecimiento |
|----------------------------------|--|--|---|
| 9% | 76% | 10% | 5% |

Fuente: Esta investigación

Gráfica 13. Clasificación de microempresas por número de empleos



Fuente: Esta investigación

El gráfico anterior permite obtener una clasificación de las microempresas objeto de estudio, las cuales fueron beneficiadas con capital semilla del Fondo Emprender y se gestionaron por estudiantes de la Universidad de Nariño, cuyo análisis se muestra a continuación.

El 10% corresponde a microempresas de subsistencia, es decir, unidades productivas que no generan excedentes económicos, emplean principalmente mano de obra familiar, no tienen estructura formal ni capacidad de capitalizarse, poseen tecnologías simples y producen bienes o servicios de bajo valor agregado. Las cuales generan 2 o menos empleos con inversiones promedio del fondo emprender correspondientes a ochenta (80) salarios mínimos mensuales legales vigentes, SMLMV por empresa¹⁵.

El 76% corresponde a microempresas de acumulación simple, unidades productivas que venden productos en mercados locales, usando tecnologías

¹⁵ FONDO EMPRENDER. Topes y Montos de los Recursos Asignados. [En línea] < <http://www.fondoemprender.com/BancoConocimiento/b/beneficiarios/beneficiarios.ASP>> [Consultado el 23 de septiembre de 2012]

simples, mano de obra familiar o no y generan excedentes económicos insuficientes, que generan entre 3 y 6 empleos. Las cuales recibieron en promedio 55 millones por empresa.

El 10% corresponde a microempresas de acumulación ampliada, es decir, empresas que venden productos en mercados locales, usando tecnologías mejoradas y mano de obra capacitada, que les permite obtener excedentes suficientes pero reducidos, que generan entre 7 y 10 empleos quienes en promedio fueron beneficiadas con 65 millones por empresa.

El 5% corresponde a microempresas con potencial de crecimiento, unidades productivas que generan excedentes en montos suficientes para constituir la principal fuente de ingresos del microempresario, alguna de estas empresas cuentan con tecnología moderna, generan entre 11 y 50 empleos. Y con inversiones de capital promedio correspondientes a 69 millones de pesos por empresa.

La información interior revela que cerca del 86% de las ideas de negocios financiadas por el fondo emprender corresponden a microempresas que producen bienes o servicios finales con poco valor agregado y generan un número reducido de empleo, se podría decir, que estas cifras resultan de la naturaleza del otorgamiento de los recursos, donde se da prioridad a los estudiantes que por las condiciones de la economía y los índices de desempleo se ven en la necesidad de adelantar iniciativas de emprendimiento por necesidad.

Uno de los aspectos estratégicos para las empresas es el conocimiento permanente del mercado que les permita la realización de la producción, la oportunidad para el aprovechamiento de estrategias en mercadeo y ventas, la identificación de necesidades, la diversificación de la producción y la captura de nuevos segmentos de mercado, sin embargo, el 49% de los empresarios manifiestan que no disponen de los medios necesarios para adquirir estos conocimientos. Lo cual representa un falencia latente, pues estos empresarios están llevando a cabo planes y estrategias sin tener un conocimiento preciso del mercado, esta situación hace que generalmente se pierdan recursos o que las campañas y esfuerzos publicitarios sean infructuosos y poca en aprietos el futuro de la compañía.

El estudio permitió identificar el porcentaje del presupuesto que se destina para actividades de mercadeo, y se pudo identificar que de los emprendedores entrevistados el 43% destina tan solo entre 5 y 9%, lo cual refleja la el bajo grado de significancia que le dan a tan importante rubro, por otra parte el 33% de los entrevistados afirma invertir un porcentaje establecido entre el 10 al 14%, porcentaje un poco más razonable y coherente con la importancia que tiene realizar actividades de mercadeo en las empresas, en resumen son muchas las

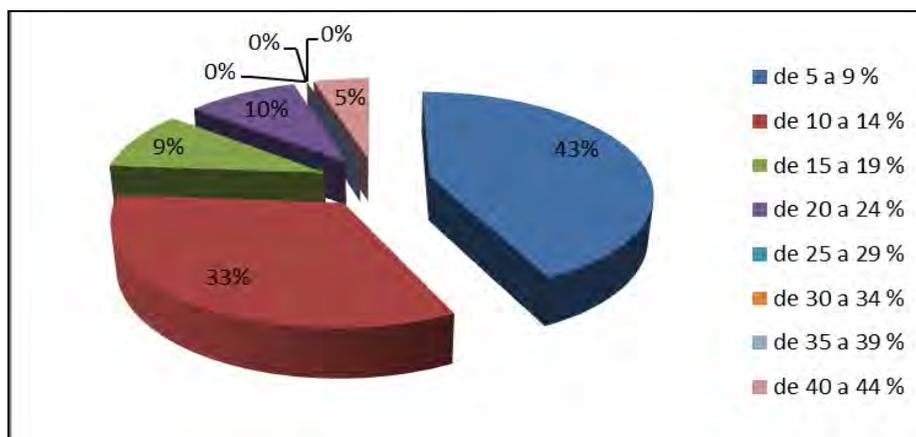
empresas que invierten un bajo porcentaje en mercadeo, mientras que el grupo de las empresas que designan un porcentaje razonable para mercadeo es pequeño.

Tabla 13. Porcentaje del presupuesto de la empresa que se destina a realizar actividades de mercadeo

| | | | | | | | |
|--------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 5 a 9% | 10 a 14% | 15 a 19% | 20 a 24% | 25 a 29% | 30 a 34% | 35 a 39% | 40 a 44% |
| 43% | 33% | 10% | 10% | 0% | 0% | 0% | 5% |

Fuente: Esta investigación

Gráfica 14. Porcentaje del presupuesto de la empresa que se destina a realizar actividades de mercadeo



Fuente: Esta investigación

Este porcentaje del presupuesto se destina principalmente a realizar actividades del mix promocional, entre las que se tiene Publicidad, Venta Personal, Promoción de Ventas y Relaciones Públicas¹⁶, siendo las actividades publicitarias la estrategia que más utilizan los empresarios, frente a la cual se pudo observar que presenta un manejo inadecuado, puesto que se está publicitando en medios de comunicación locales pero sin definir de manera específica la audiencia que sintoniza dichos medios, es decir, no se está haciendo estudios de desempeño de dichas campañas. En lo relacionado a los medios que utilizan las empresas, para llevar a cabo la publicidad de sus productos, el 21% reconoce no utilizar ningún

¹⁶ La propaganda, no se incluyó, porque al ser de carácter gratuita, ningún porcentaje del presupuesto de marketing se asigna a este rubro, solo se detallaron las que implican salida de dinero

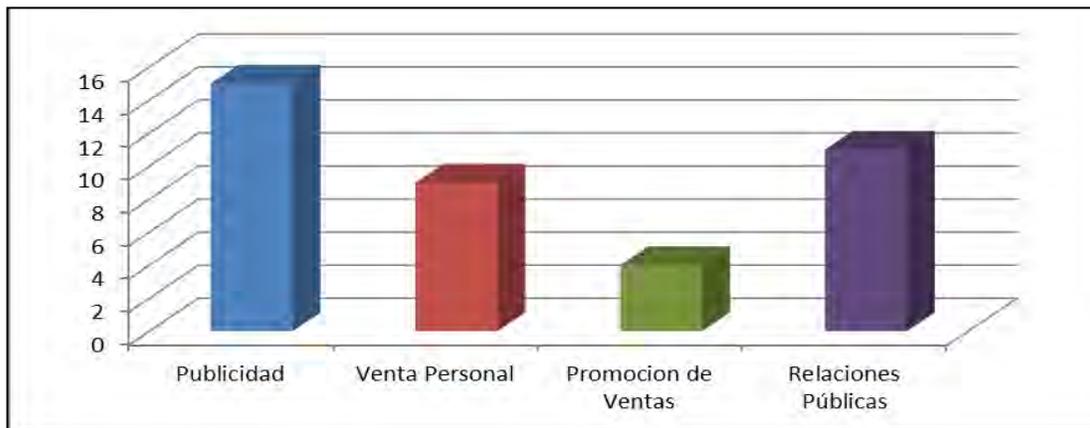
medio, en tanto que, en el otro 79%, utiliza las tarjetas de presentación y el voz a voz, en los cuales no se requiere una mayor asignación presupuestal.

Tabla 14. Actividades del Mix Promocional

| Publicidad | Venta Personal | Promoción de Ventas | Relaciones Públicas |
|------------|----------------|---------------------|---------------------|
| 38% | 23% | 10% | 28% |

Fuente: Esta investigación

Gráfica 15. Actividades del Mix Promocional



Fuente: Esta investigación

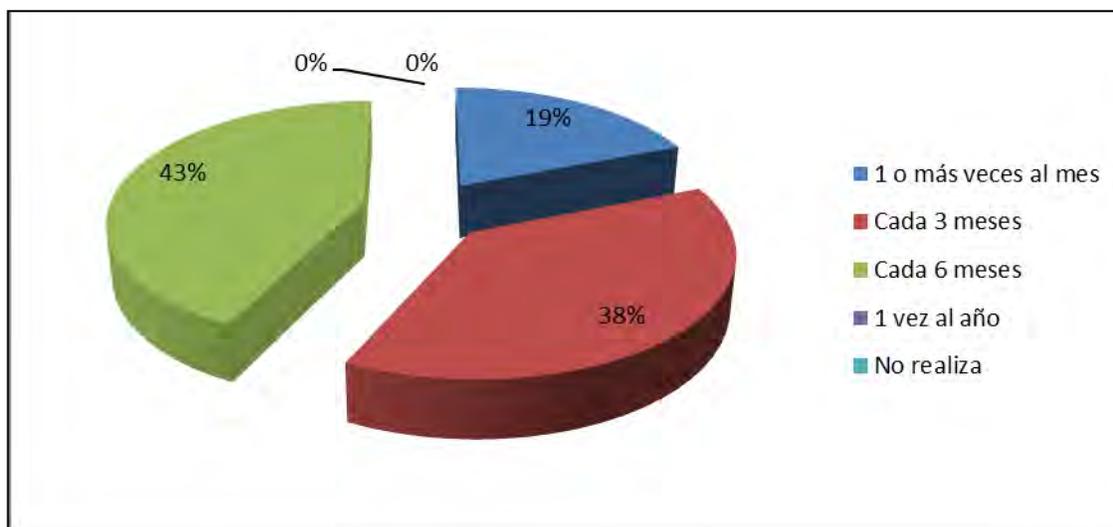
Las actividades del mix promocional se realizan en gran parte cada 6 meses, mientras que otras empresas las realizan cada 3 meses, lo cual muestra el bajo desarrollo e interés por desarrollar esta importante área en la empresa.

Tabla 15. Frecuencia con que se realizan actividades del mix promocional

| 1 o más veces al mes | Cada 3 meses | Cada 6 meses | 1 vez al año | No realiza |
|----------------------|--------------|--------------|--------------|------------|
| 19% | 38% | 43% | 0% | 0% |

Fuente: Esta investigación

Tabla 16. Frecuencia con que se realizan actividades del mix promocional



Fuente: Esta investigación

Con respecto al proceso de distribución, la logística es otra estrategia necesaria para manejar de forma integral la cadena de suministros, de tal forma que logre el balance óptimo entre las necesidades del cliente y los recursos disponibles de la empresa (GAMBINO, 2012).

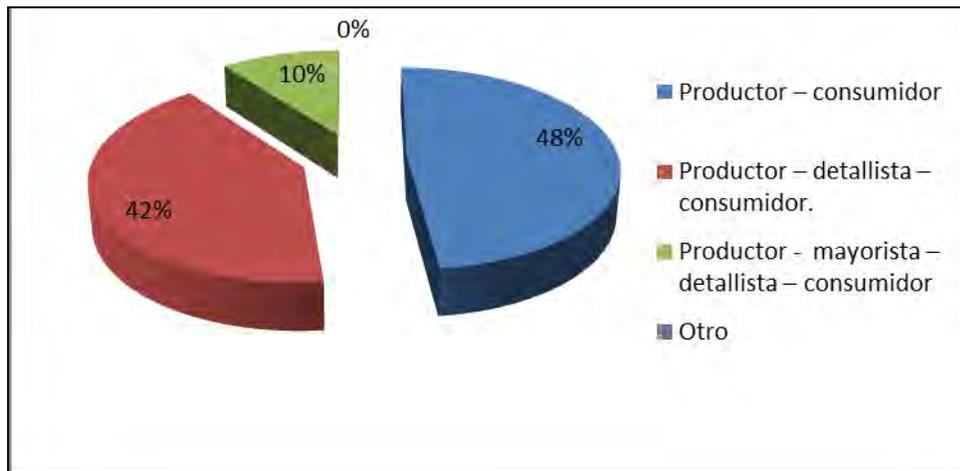
El siguiente cuadro de datos, muestra el canal de distribución predominante en las empresas beneficiadas con el Fondo Emprender.

Tabla 17. Canal de Distribución

| Productor – consumidor | Productor – detallista – consumidor. | Productor – mayorista – detallista – consumidor | Otro |
|------------------------|--------------------------------------|---|------|
| 48% | 42% | 10% | 0% |

Fuente: Esta investigación

Gráfica 16. Canal de Distribución



Fuente: Esta investigación

El 48% de las MIPYMES estudiadas realiza de forma directa el proceso de comercialización es decir, venden directamente a sus clientes a través de puntos de venta propio, menos del 10% utiliza canales de distribución muy probablemente porque sus márgenes son muy bajos.

Otros canales de distribución que utilizan los empresarios son en orden de importancia: las tiendas, distribuidores mayoristas, almacenes y supermercados.

Frente a esta situación se puede decir que las empresas que son objeto de estudio carecen de un sistema de mercadeo, usan esquemas obsoletos y métodos tradicionales de ventas, canales de distribución desactualizados y tradicionales, por lo tanto altos porcentajes de los beneficios generados se quedan en manos de intermediarios.

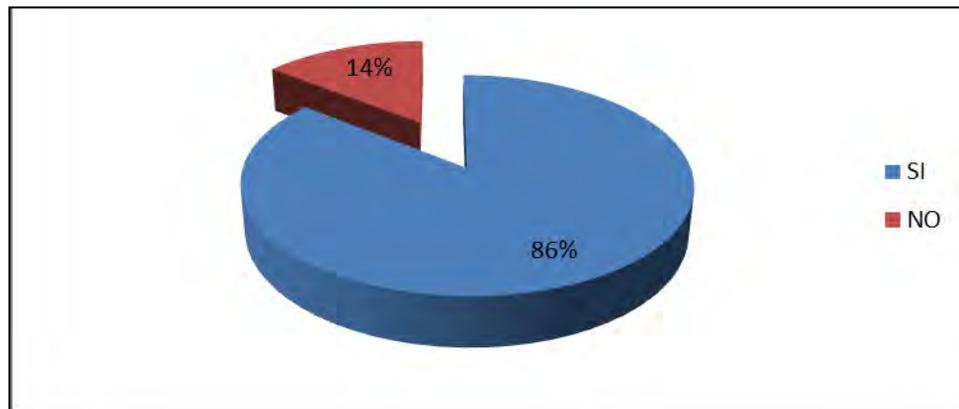
Otro de los interrogantes, que se quería despejar, era el concerniente al cumplimiento o no de las ventas estimadas en tiempo real, y el resultado fue el siguiente:

Tabla 18. Cumplimiento de ventas

| SI | NO |
|-----|-----|
| 86% | 14% |

Fuente: Esta investigación

Gráfica 17. Cumplimiento de ventas



Fuente: Esta investigación

Frente al cuestionamiento si las ventas que los empresarios han proyectado la gran mayoría de ellos contestó afirmativamente, no obstante la observación de los diferentes métodos que utilizan los empresarios para la proyección de sus ventas, permite establecer el bajo diseño y uso de sistemas de información que le permitan al empresario disponer de los datos necesarios para evaluar el desempeño y proyección de su negocio; así se analiza cuando se determina que más del 53% de los empresarios no establecen metas de ventas y los demás lo hacen pero de forma marginal en los periodos de tiempo.

Entre los empresarios que establecen metas de ventas reconocen el uso combinado de factores como el comportamiento histórico de las mismas (64%), las tendencias del mercado (41%) y otras como la política del gobierno (4,8%); metas que en buena medida son cuantificables.

Por esta razón, Los resultados de campo indican que el 48% de las empresas consultadas, no cuentan con un programa de producción que les permita obtener mayores volúmenes de producción, incrementar sus niveles de productividad, calidad e innovación, disminuir los costos de producción, asumir procesos de transferencia tecnológica y mantener controles de calidad.

En este sentido, el 56,35% de las MIPYMES no manejan estándares de producción, rutas de la calidad total que les permita mejorar los procesos de transformación ineficientes.

Los empresarios consideran con respecto al factor tecnológico que los mayores limitantes se relacionan con la escasa y deficiente infraestructura, el uso de maquinaria obsoleta, los elevados costos en maquinaria y equipo, como también

la ausencia de procesos de implementación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC)

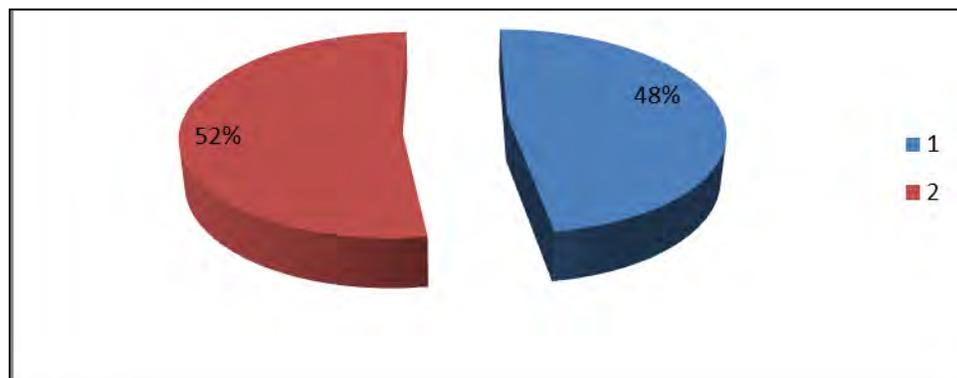
Ante la pregunta referente a la capacidad instalada de cada empresa, se pretendía conocer el nivel de respuesta ante un posible incremento de la demanda del mercado, es decir, conocer qué tan preparadas están las organizaciones entrevistadas ante la presencia de un fenómeno como este, y los resultados fueron los siguientes:

Tabla 19. Capacidad Instalada

| | |
|--------------|--------------|
| 1. SI | 2. NO |
| 48% | 52% |

Fuente: Esta investigación

Gráfica 18. Capacidad Instalada



Fuente: Esta investigación

Esta respuesta donde predomina el SI, da ha entender que la mayoría de empresas entrevistadas se encuentran preparadas para atender la demanda de su mercado, así se presenten cambios o comportamiento dinámicos, como es el caso de temporada alto, o que ganen alguna licitación que les implique aumento de su producción. Sin embargo existe un 48% (porcentaje alto pero no predominante), que no se siente preparado para atender los requerimientos repentinos de su mercado objetivo.

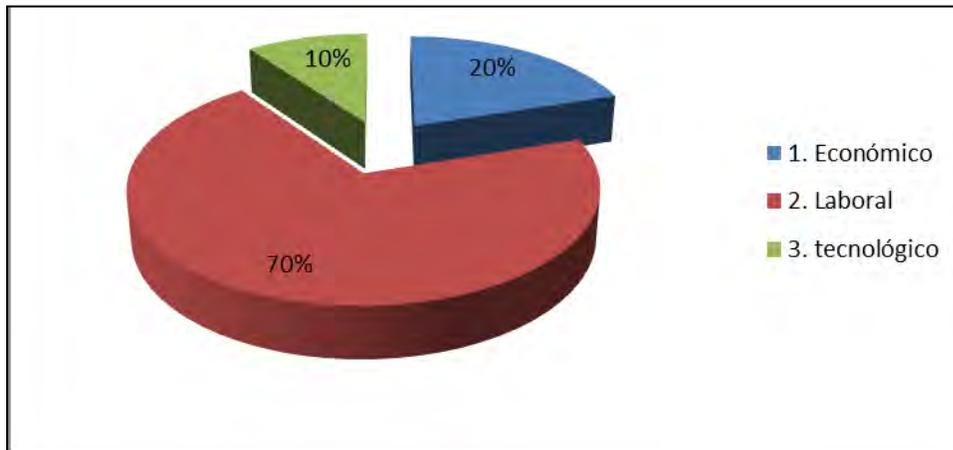
Finalmente, cuando se cuestionó sobre el impacto que generó cada una de sus empresas sobre la economía y el bienestar de la región, los entrevistados contestaron:

Tabla 20. Impacto considerado por los emprendedores

| 1. Económico | 2. Laboral | 3. tecnológico |
|--------------|------------|----------------|
| 20% | 70% | 10% |

Fuente: Esta investigación

Gráfica 19. Impacto considerado por los emprendedores



Fuente: Esta investigación

Como se puede observar en la gráfica, los emprendedores consideran como principal impacto que generó la puesta en marcha de sus proyectos productivos, la generación de empleo, toda vez que es uno de los indicadores más importantes al momento de evaluar cada proyecto y en cierta medida se definen los recursos que serán invertidos en cada plan de negocios. Por otra parte después de realizar una reflexión llegan a la conclusión de que seguido del impacto sobre empleo, también generan un impacto positivo sobre la economía de la región toda vez que con la apertura de sus negocios se genera empleo, estos nuevos puestos de trabajo generan un impacto social importante, en la medida que las personas empleadas en el sector corresponden a los estratos de cierta manera vulnerables de la sociedad, especialmente mujeres cabeza de familia, que generan una reactivación en la economía. Por otra parte consideran que el desarrollo de sus empresas trae consigo el desarrollo tecnológico, porque estas empresas apuntan a la innovación de productos y servicios.

4. DINÁMICA DE LOS PUESTOS DE TRABAJO PROPUESTOS INICIALMENTE EN EL DEL PLAN DE NEGOCIO.

En términos generales este es el objetivo clave, que resuelve en gran medida el problema de investigación. Puntualmente, se toma como fuente de información las respuestas suministradas de cada empresario en la entrevista, este dato fue muy pertinente indagarlo, pues si bien es cierto, en el plan de negocios que se presenta ante el Fondo Emprender, se promete la generación de un número determinado de puestos de trabajo, cifra importante, que debe ser complementada y analizada, con el número de puestos reales generados, y que se conservan hasta el momento que se realiza la presente investigación.

De acuerdo a la investigación realizada, y a la población objeto de estudio que se entrevistó, se puede observar un resultado bastante positivo, que demuestra la veracidad no solo de lo que inicialmente los dueños de la idea de negocio se proyectaron cumplir con respecto al tema de puestos de trabajo a generar, sino que a lo largo de la puesta en marcha del proyecto esta cifra se ha superado.

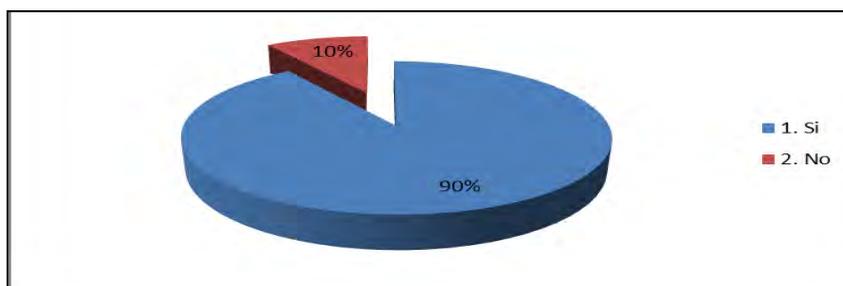
Porcentualmente hablando, existe un 90,5% de los empresarios que aseguran haber cumplido con la cifra pactada, mientras que tan solo un 9,5% no alcanzaron el objetivo deseado, así lo muestra la siguiente gráfica que ilustra la respuesta a la pregunta sobre el cumplimiento o no del número de puestos de trabajo pactado.

Tabla 21. Cumplimiento en el número de puestos de trabajo a generar

| 1. Si | 2. No |
|-------|-------|
| 90,5% | 9,5% |

Fuente: Esta investigación

Gráfica 20. Cumplimiento en el número de puestos de trabajo a generar

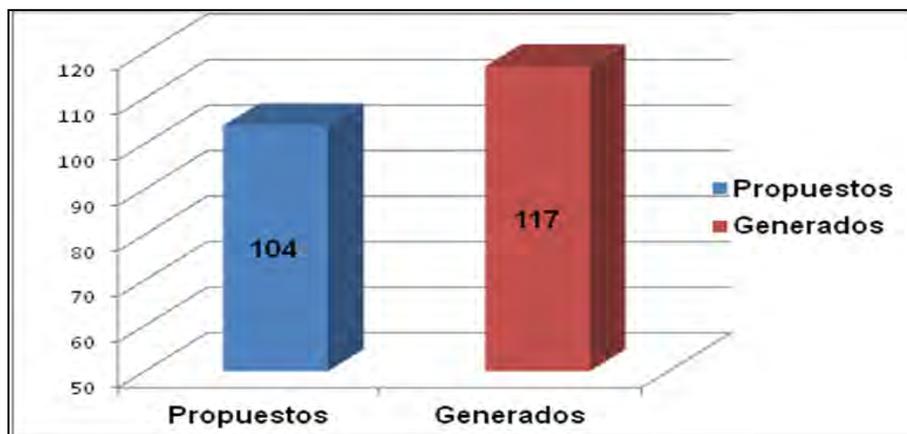


Fuente: Esta investigación

La anterior gráfica muestra como la opción 1, que representa la repuesta “si”, es la predominante, sin embargo esta sola gráfica no dice nada, por lo que se hace necesaria la evaluación de la cifra pactada en comparación con la cumplida.

La siguiente gráfica muestra el comparativo de las cifras presentadas inicialmente, con respecto al número real de puestos de trabajo generados hasta el momento de realizar el presente estudio.

Gráfica 21. Comparativo de puestos de trabajo propuestos frente a puestos de trabajo generados



Fuente: Esta investigación

Se observa claramente que la barra de la columna izquierda: reúne la cifra prometida, y la columna del lado derecho: la real y existente. Aunque a grandes rasgos la distancia de las dos barras es ligeramente corta, es un resultado muy satisfactorio, pues el solo hecho de que la columna izquierda sea más corta que la de la derecha, da a entender que se está generando fuentes de trabajo, y por ende un aporte socioeconómico a la región, pues estos datos explican que los puestos de trabajo presentan un crecimiento aunque lento pero positivo, y que la producción al igual que su demanda, también va creciendo, por lo tanto se han visto en la necesidad de contratar a más talento humano para suplir las necesidades del mercado que se han inclinado por su oferta productiva.

De este análisis, nace otra inquietud, y es la determinación de los grupos a los que pertenece esta población empleada en cada empresa, y si estos grupos, son en cierta medida vulnerables frente al resto de sociedad.

La entrevista contuvo una pregunta, orientada a la identificación del grupo poblacional al cual pertenece su nómina, y que significaba esta clasificación para el desarrollo de la región. Así lo muestra el siguiente cuadro y gráfica, que indica la

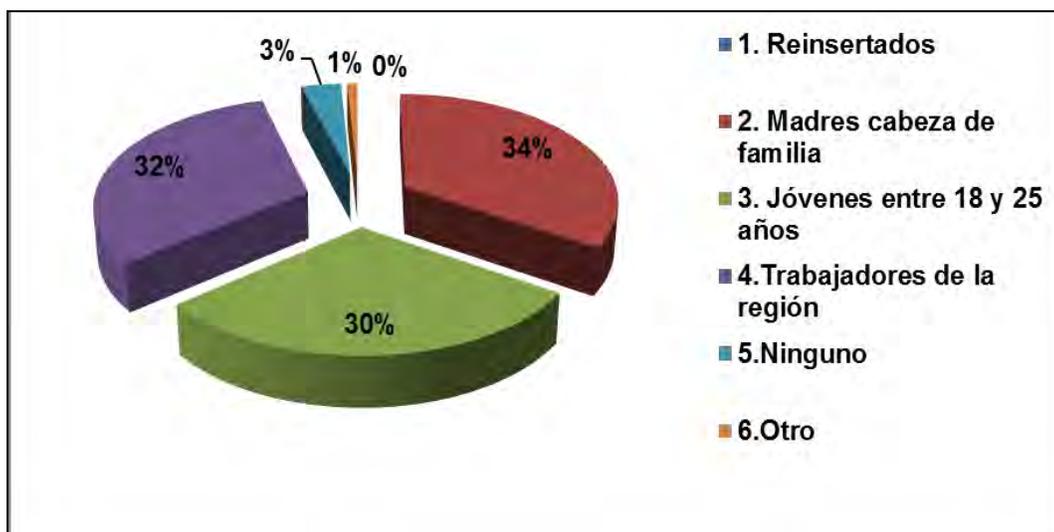
distribución de los diferentes grupos poblacionales a los que pertenecen las personas que trabajan en cada empresa entrevistada.

Tabla 22. Grupos poblacionales empleados

| 1. Reinsertados | 2. Madres cabeza de familia | 3. Jóvenes entre 18 y 25 años | 4. Trabajadores de la región | 5. Ninguno | 6. Otro |
|-----------------|-----------------------------|-------------------------------|------------------------------|------------|---------|
| 0% | 34,19% | 29,91% | 31,62% | 3,42% | 0,85% |

Fuente: Esta investigación

Gráfica 22. Grupos poblacionales empleados



Fuente: Esta investigación

Esta distribución se hizo necesaria realizarla, con el ánimo de determinar, si en los puestos de trabajo que se generaron se incluían a los sectores más vulnerables de la sociedad, por llamarlos de alguna manera, que en el mercado laboral son poco tenidos en cuenta, o en el mejor de los casos sub-valorados.

Aunque el hecho de emplear a personas que pertenecen a este tipo de poblaciones, también genera beneficios tributarios a las empresas que los contratan, es importante saber que la generación de empleo, por parte de las

empresas creadas a través del fondo emprender, tiene como prioridad, en términos laborales, la disminución del número de desempleados de la región.

Ahora bien, analizando la gráfica se observa que el grupo poblacional que más se ha beneficiado, es al que pertenecen las madres cabeza de familia, seguidos de los trabajadores de la región y jóvenes entre 18 y 25 años, pues estas tres poblaciones dominantes, suman el 95,72% de los puestos generados a través del Fondo en mención, cifra que representa aspectos bastante positivos para el desarrollo socioeconómico de la región, pues el hecho de acudir a este tipo de mano de obra, por una parte les permite mejorar las condiciones de vida de si mismas y de su familia, y por ende están aportando al crecimiento económico, de la región donde habitan, es decir que ambas partes (empleador y grupos poblacionales empleados) se ven beneficiadas por estas prácticas de contratación.

Otro aspecto que se puede analizar, y que está inmerso en el aspecto laboral, es el relacionado a responsabilidad social, tema que en la actualidad ha tomado bastante relevancia en un mundo que se globaliza constantemente en función del tiempo. Aunque una empresa debe propender por reclutar un talento humano altamente calificado que le aporte valor a la organización y que optimice eficientemente los recursos de la misma, también es responsabilidad de la empresa contratar a personas que en cierta medida, se encuentran al margen de la sociedad por sus condiciones socio-demográficas, y las ayude a superarse, con una remuneración justa y dignificante, capacitándola y promoviendo internamente los asensos meritorios.

5. SITUACIÓN ACTUAL DE LAS EMPRESAS BENEFICIADAS POR EL CAPITAL SEMILLA DEL FONDO EMPRENDER, A TRAVÉS DE LA IDENTIFICACIÓN DE SUS DEBILIDADES, OPORTUNIDADES, FORTALEZAS Y AMENAZAS

El plantear este objetivo de investigación, permitió conocer cómo se encontraban actualmente las empresas beneficiadas por el fondo emprendedor, identificando lo que para ellas son sus ventajas y desventajas competitivas frente a la competencia, y del mismo modo comprobar si a la idea de negocio inicial, fue necesaria hacerle modificaciones para cumplir con los objetivos planteados en el plan de negocios.

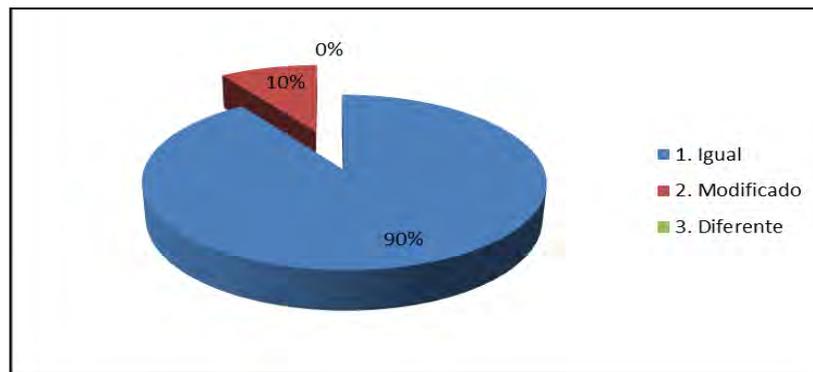
De acuerdo a la investigación realizada, se observa que la mayoría de ideas iniciales, permanecen exactamente igual, es así como lo muestra la tabla No. 23, que reúne las respuestas en términos porcentuales de la pregunta a la variación de la idea de negocio originaria.

Tabla 23. Cambio en la idea inicial de negocio

| 1. Igual | 2. Modificado | 3. Diferente |
|----------|---------------|--------------|
| 90,5% | 9,5% | 0% |

Fuente: Esta investigación

Gráfica 23. Cambio en la idea inicial de negocio



Fuente: Esta investigación

De acuerdo a la entrevista aplicada a los empresarios, mencionan que el estudio de mercado que ellos realizaron, arrojó resultados bastante pertinentes, que le permitieron identificar con claridad las necesidades del mercado y determinar el segmento a quien iba dirigido su objeto social. Por tal motivo en la puesta en marcha de esa idea de negocio, no fue necesaria hacerle ajustes o cambiarla para cumplir con los objetivos del plan de negocio.

Sin embargo, y como lo demuestra la gráfica, existe un 9,5% de empresarios entrevistados, que aseguran haber necesitado ajustar el objeto social inicial, debido a que con el transcurso del tiempo, las ventas no eran las esperadas, por lo tanto no les resultaba rentable seguir con la idea inicial.

La gráfica No.12 del presente informe, muestra otro de los resultados que arrojó el estudio realizado, y que es pertinente para resolver este objetivo de investigación, el cual es el concerniente al estado actual de la empresa. Aunque se esperaba encontrar un porcentaje igual o menor al 5% de empresas cerradas, esta cifra alcanza un 23,8% actual, es decir que no están en funcionamiento, dato que es preocupante, porque los recursos que este resultado representa, son considerables y que se pudieron haber destinado a otros proyectos presentados.

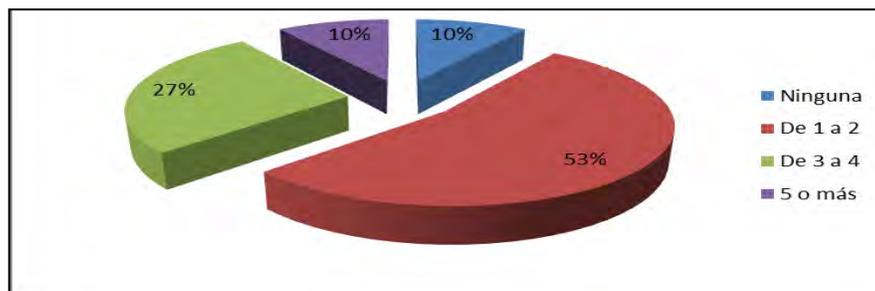
La entrevista contenía, una pregunta muy precisa con respecto al seguimiento percibido por parte de alguna de las unidades de emprendimiento que conforman el Fondo Emprender, y los resultados, son los siguientes:

Tabla 24. Número de visitas recibidas por año, por parte de la Unidad de Emprendimiento

| 1. Ninguna | 2. De 1 a 2 | 3. De 3 a 4 | 4. 5 o más |
|------------|-------------|-------------|------------|
| 9,5% | 52,4% | 28,6% | 9,5% |

Fuente: Esta investigación

Gráfica 24. Número de visitas recibidas por año, por parte de la Unidad de Emprendimiento



Fuente: Esta investigación

La gráfica resalta a la opción que representa el color rojo, correspondiente al número de visitas: de una (1) a dos (2) veces en el año por parte de funcionarios de la Unidad de Emprendimiento, es decir que el 52,4% de empresas entrevistadas, aseguran haber recibido al menos una visita al año, el 28,6% de tres (3) a cuatro (4) visitas, y el 9,5% cinco (5) o más visitas al año. Sin embargo existe un porcentaje de empresas entrevistadas que afirman no haber recibido ni una sola visita al año por parte del Fondo Emprender, aunque es una cifra baja que representa tan solo el 9,5% de empresas entrevistadas, es un valor que debería ser igual al 0%, porque una de las funciones del Fondo Emprender es estar supervisando constantemente a las empresas, entre otras cosas para evitar que se cierren, antes de que los objetivos propuestos se hayan cumplido con satisfacción.

Así las cosas, esta respuesta de entrevista, necesitó ser complementada con una que indagará la forma de cómo se hacían estas visitas, es decir bajo qué parámetros de control determinaban el grado de cumplimiento de los objetivos que contenía el plan de negocios presentado ante el Fondo Emprender, y motivar en cierta medida para continuar con lo proyectado pese a las posibles dificultades que se pudieran haber presentado, hasta al momento de la visita, y alcance de los objetivos.

Las respuestas, con respecto al como se llevaban estas visitas, muestran que del 100% de empresarios que han recibido al menos una visita en el año, el 5% menciona que solo al inicio se realizaban estas visitas y que era de “forma sencilla”, pero todo ese 100% que recibieron visitas, aseguran que el seguimiento se realizaba por medio del diligenciamiento de formatos, los cuales se enfocaban mayormente en la parte financiera y también se hacían registros fotográficos.

A este análisis, se le suma el concerniente a las sugerencias que hacían los empresarios, que aseguraron sentir la falta de acompañamiento permanente por parte del Fondo Emprender, y que no solo se enfoque a la recolección de cifras y datos financieros, sino que tenga una orientación a los diferentes campos organizacionales aplicados al mercado real, es decir, al enfrentamiento de posibles dificultades que se habían podido presentar en la puesta en marcha del plan de negocios.

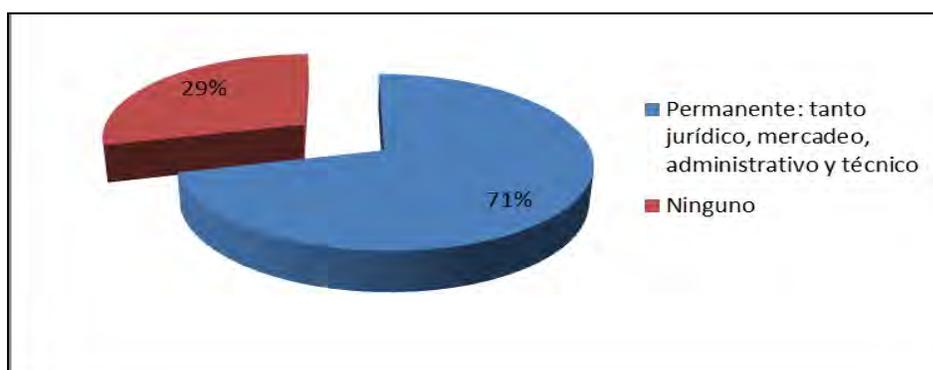
Una de las respuestas que presentó mayor porcentaje fue la relacionada al acompañamiento permanente y constante en diferentes ámbitos como: jurídico, mercadeo, administrativo y técnico, así lo muestra el siguiente gráfico:

Tabla 25. Recomendaciones con respecto al acompañamiento

| | |
|--|-------------------|
| 1. Permanente: tanto jurídico, mercadeo y administrativo, técnico | 2. Ninguno |
| 71% | 29% |

Fuente: Esta investigación

Gráfica 25. Recomendaciones con respecto al acompañamiento



Fuente: Esta investigación

Se observa con claridad que del 100% de empresas entrevistadas, el 71%, hacen recomendaciones con respecto a los ámbitos mencionados, y el 29% aseguran no tener ninguna clase de recomendaciones, pues el acompañamiento percibido fue muy completo, y satisfactorio para ellos.

De esta manera, muchas de las empresas que se encuentran cerradas, atribuyen esta situación, a las cifras observadas, es decir a la falta de acompañamiento constante y pertinente.

Ahora bien, para complementar este análisis, se vio la necesidad de observar holísticamente a las empresas, de acuerdo a sus debilidades y fortalezas, con respecto a cómo enfrentan al mercado, es decir identificar sus oportunidades y amenazas, por lo que fue pertinente hacer la matriz DOFA¹⁷, para esta identificación.

En primera instancia se trataba de enumerar del 1 a 10 (donde 1 era la mayor debilidad, y 10 la fortaleza mayor), los aspectos sobresalientes en las organizaciones entrevistadas, y se obtuvo lo siguiente:

¹⁷ Sin cruce de variables, porque la idea no era construcción de estrategias, sino simplemente la identificación de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de cada empresa entrevistada.

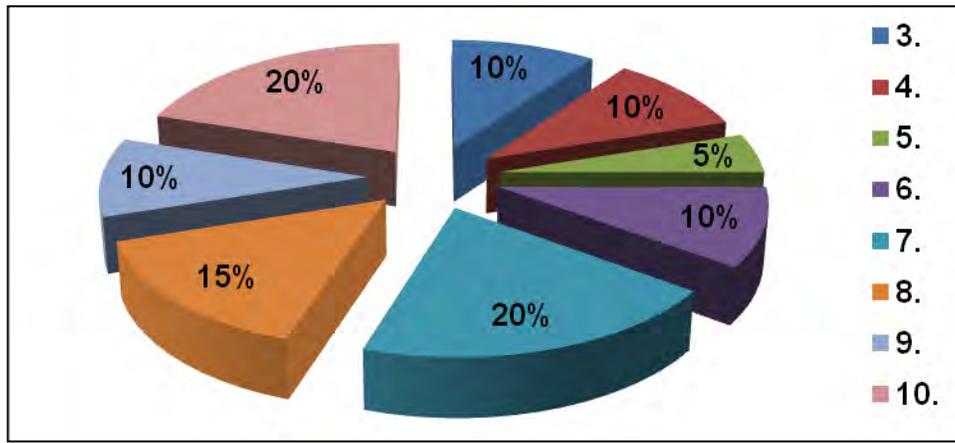
Tabla 26. Debilidades y Fortalezas

| Aspecto Interno | Calificación | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|--------------|-----|-----|-----|-----|------------|-----|-----|-----|-----|
| | Debilidades | | | | | Fortalezas | | | | |
| | D> | | | | D< | F< | | | | F> |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1. Conocimiento del mercado | 0% | 0% | 10% | 10% | 5% | 10% | 20% | 15% | 10% | 20% |
| 2. Innovación tecnológica | 10% | 0% | 0% | 20% | 10% | 0% | 10% | 0% | 30% | 20% |
| 3. Calidad en el producto y servicio | 5% | 0% | 5% | 5% | 5% | 15% | 5% | 15% | 20% | 25% |
| 4. Talento humano calificado | 0% | 0% | 10% | 5% | 25% | 20% | 10% | 25% | 5% | 0% |
| 5. Músculo financiero | 25% | 45% | 5% | 5% | 5% | 10% | 5% | 0% | 0% | 0% |
| 6. Estructura organizacional | 0% | 5% | 15% | 5% | 25% | 15% | 20% | 10% | 5% | 0% |
| 7. Capital de trabajo | 40% | 35% | 0% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% | 0% | 0% |
| 8. Capacidad Instalada | 10% | 5% | 10% | 25% | 5% | 10% | 5% | 10% | 15% | 5% |
| 9. Estrategias de mercadeo | 0% | 10% | 35% | 10% | 10% | 15% | 5% | 10% | 5% | 0% |
| 10. Responsabilidad social | 10% | 0% | 10% | 10% | 5% | 0% | 15% | 10% | 10% | 30% |

Fuente: Esta investigación

Para la interpretación del cuadro anterior, donde se resumen las calificaciones obtenidas por cada aspecto interno de las empresas entrevistadas, se hizo necesario, analizar por cada aspecto su calificación.

Gráfica 26. Conocimiento del mercado



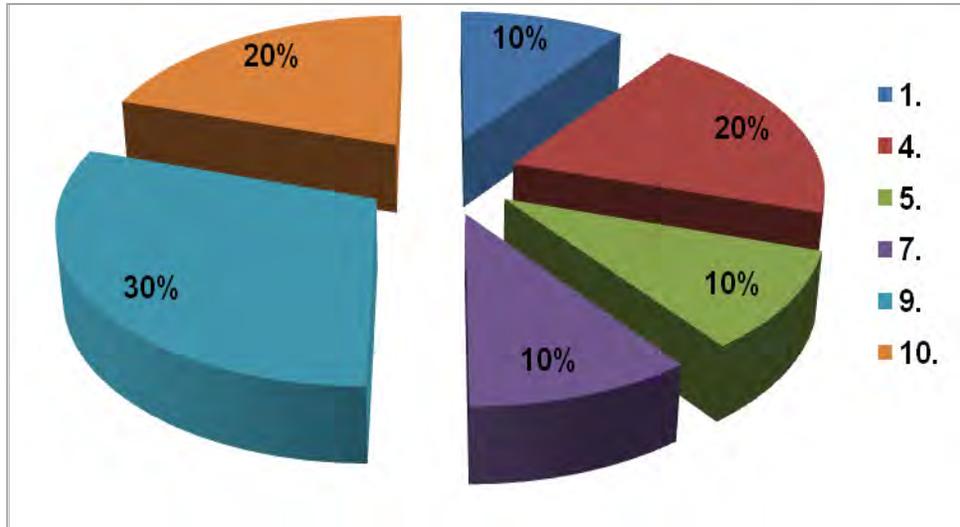
Fuente: Esta investigación

La anterior gráfica muestra, las diferentes calificaciones que se le dieron al aspecto “*Conocimiento del Mercado*”, y se observa que el 20% de las empresas entrevistadas consideran este aspecto como su fortaleza mayor (calificación 10), aunque el 10% de empresarios dicen tener dificultades con esta característica (calificación 3). Sin embargo, y en términos generales el 75% de empresas la consideran como una fortaleza (calificaciones del 6 al 7) para competir en el mercado.

Este resultado da a entender que la mayoría de empresas entrevistadas, estudiaron su mercado objetivo, de tal manera que antes de realizar su plan de negocio identificaron necesidades insatisfechas, y posterior a ello deciden incursionar en el mercado de acuerdo a la idea de negocio identificada.

Con respecto a la innovación tecnológica, existe una desigualdad en las calificaciones obtenidas, mientras que para el 10% de empresas entrevistadas esta es su mayor debilidad, para el 20% de las mismas, esta es su fortaleza mayor. De esta manera se podría decir que el 40% de estas empresas en este aspecto presentan falencias, y para el 60% es su ventaja para competir en el mercado.

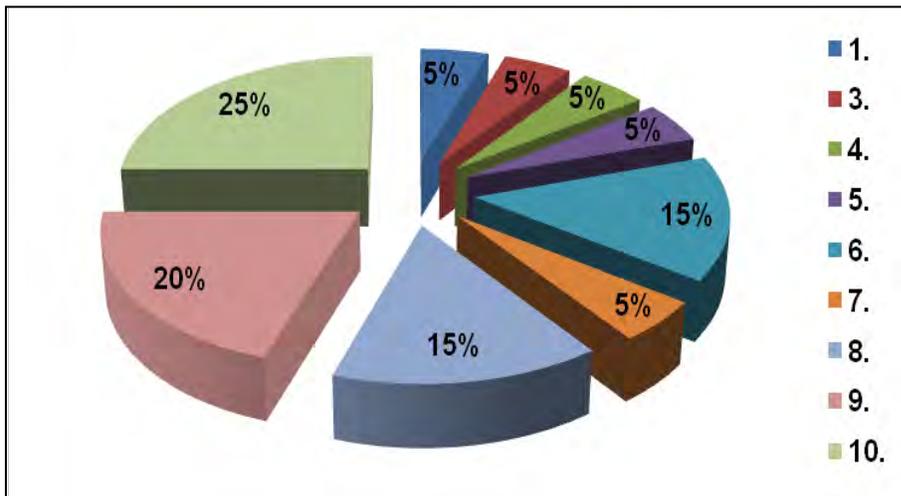
Gráfica 27. Innovación Tecnológica



Fuente: Esta investigación

Esta variable, es un componente que los planes de negocio tienen como factor diferenciador, y es en gran medida la que los hace competitivos o no en su mercado, debido a que a mayor componente tecnológico, mayor será el grado de innovación, y difícilmente encontrará competencia, pues para personas naturales o jurídicas que deseen imitar la idea, deben esforzarse un poco más que si no tuviera componente tecnológico

Gráfica 28. Calidad en el producto y servicio

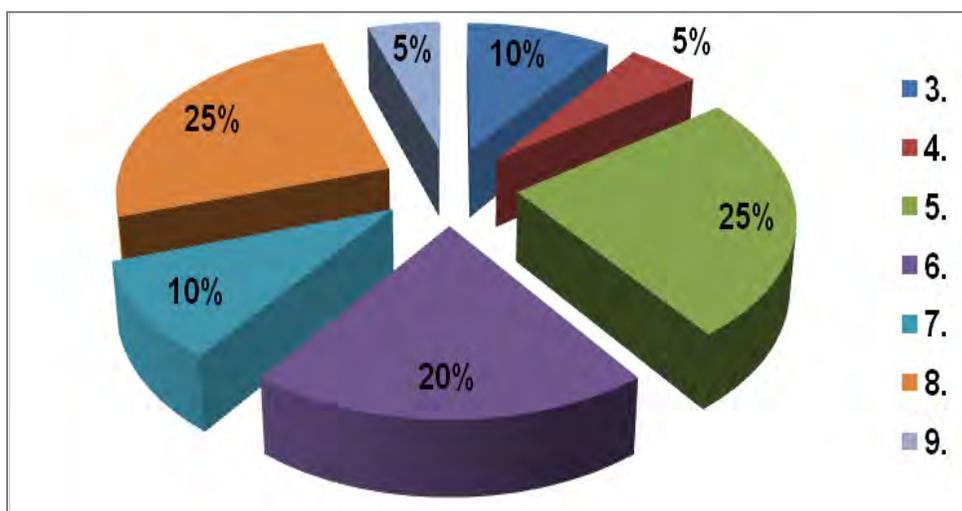


Fuente: Esta investigación

Tomando la Calidad en el producto y servicio, existe mayor dispersión en las calificaciones, solo se observa que se consideran muy fuertes en este aspecto el 25% de empresas entrevistadas, y tan solo un 5% de ellas la identifican como su debilidad mayor. Haciendo un recuento se observa que: el 80% de empresas consideran a esta característica como una ventaja para su negocio, y tan solo un 20% la identifican como una debilidad para satisfacer a su mercado objetivo.

Este aspecto, que para muchos emprendedores no lo consideran como un arma de competencia, pues la calidad se hace inminente en todo producto o servicio, presentó en este estudio falencias, aunque en un porcentaje irrisorio, dando a entender que pueden hacerse mejoras al bien en cuestión para optimizar su grado de competitividad en el mercado donde compiten.

Gráfica 29. Talento Humano Calificado



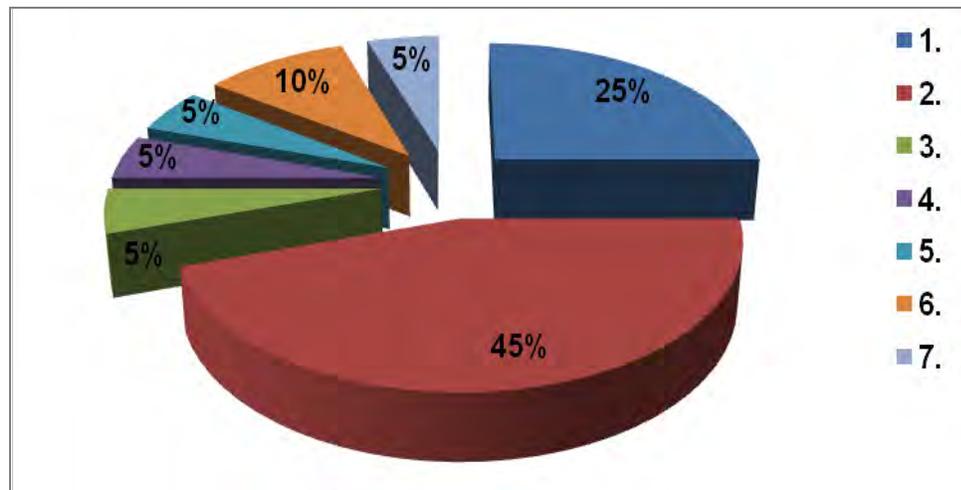
Fuente: Esta investigación

Con respecto al Talento humano, no se observa con calificaciones extremas, es decir, como mayor debilidad (1) o fortaleza mayor (10), por lo tanto se puede decir que el 60% de empresas entrevistadas, se consideran fuertes en este aspecto, mientras que el 40% débiles.

Este resultado, también se lo complementa con el referente a los grupos poblacionales contratados en la organización, pues como se observó en la gráfica 22 el mayor grupo poblacional contratado, es el de las madres cabeza de familia, dando a entender que no se requiere un nivel especializado de conocimiento por parte del talento humano para ejercer las tareas encomendadas, y por lo tanto no

se requiere ser fuerte en este aspecto pues la mano de obra puede ser básica, sin que ello signifique sacrificar calidad en el producto o servicio

Gráfica 30. Músculo financiero



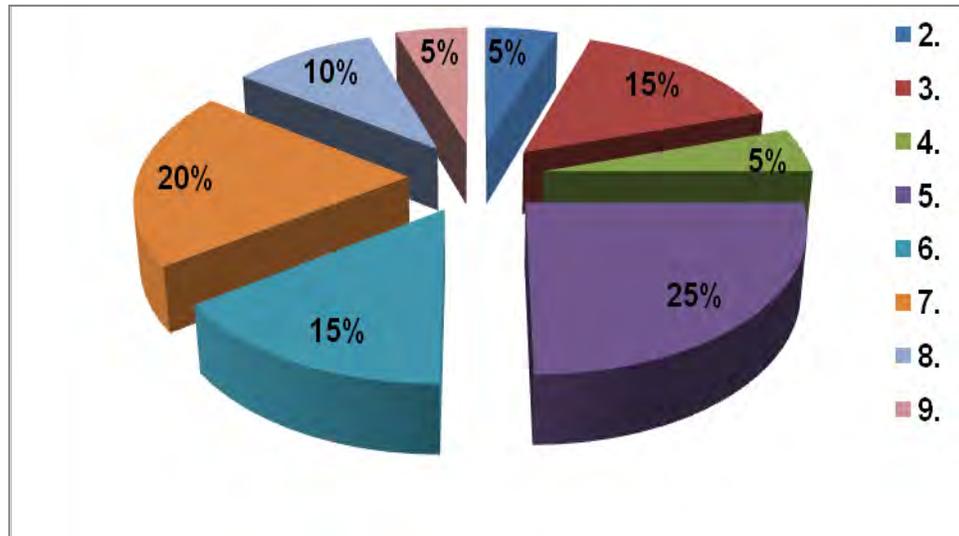
Fuente: Esta investigación

Esta característica presenta una calificación muy sobresaliente de forma negativa para estas organizaciones, el 85% de ellas aseguran tener dificultades con sus finanzas, pues como lo demuestra la gráfica anterior, la calificación 2 la escogieron el 45% de empresas entrevistadas. Además, solo el 15% de estas presentan un músculo financiero favorable, aunque ninguna asegura que sea su fortaleza mayor.

Ante estos resultados cabe mencionar que el Fondo Emprender no es la entidad directamente responsable de estas deficiencias financieras. Gran parte de este resultado, lo atribuían al hecho de lo explicado en el objetivo No.2, el cual decía que mucho de los inconvenientes económicos que se les había presentado en la puesta en marcha de su idea de negocio, era responsabilidad propia, es decir, que ellos habían obviado la inclusión de rubros presupuestales, concernientes a imprevistos que no tuvieron en cuenta en la elaboración de los cálculos financieros plasmados en el proyecto inicial.

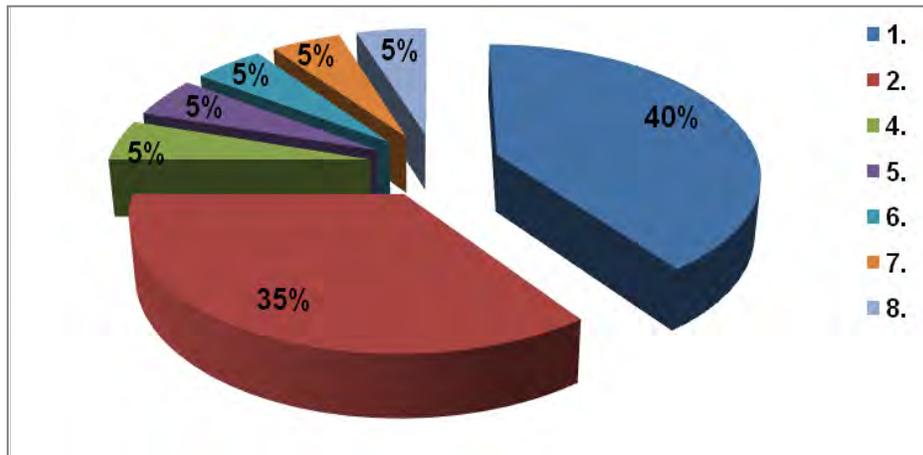
En lo que respecta a la “*estructura organizacional*” se obtuvo una calificación simétrica en cuanto a debilidades (50%) y fortalezas (50%), pero se podría resaltar que la mayoría de empresas entrevistadas (25%), calificaron con 5 esta variable (debilidad menor), y que en términos generales presentan una estructura organizacional estable para ejecutar su plan de negocio.

Gráfica 31. Estructura Organizacional



Fuente: Esta investigación

Gráfica 32. Capital de trabajo

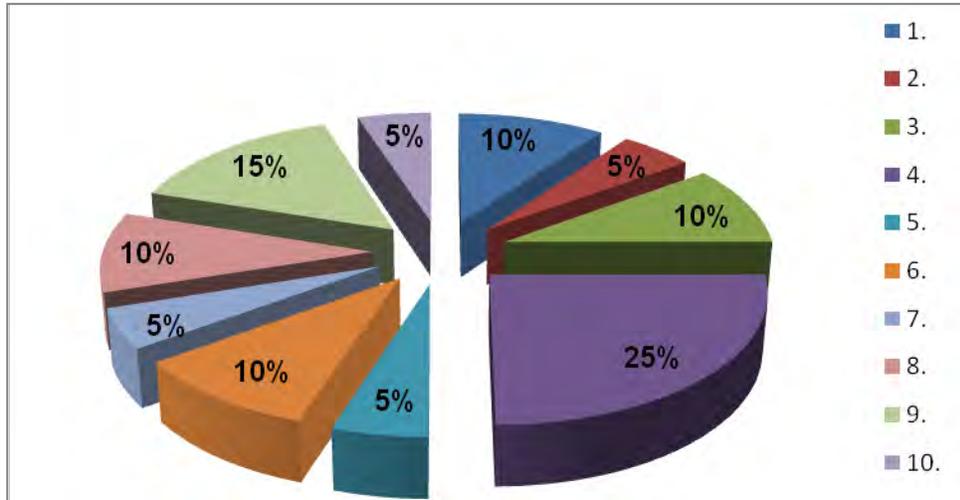


Fuente: Esta investigación

Este aspecto presenta calificaciones similares a las obtenidas en el “*músculo financiero*”, pues el 85% de empresas entrevistadas, aseguran tener falencias en cuanto a “*capital de trabajo*”, lo que les ha impedido cumplir con los objetivos propuestos en el tiempo acordado, entre otras cosas por la exclusión de rubros

referentes a imprevistos en la puesta en marcha del plan de negocios, tal como se describe en el objetivo No.2.

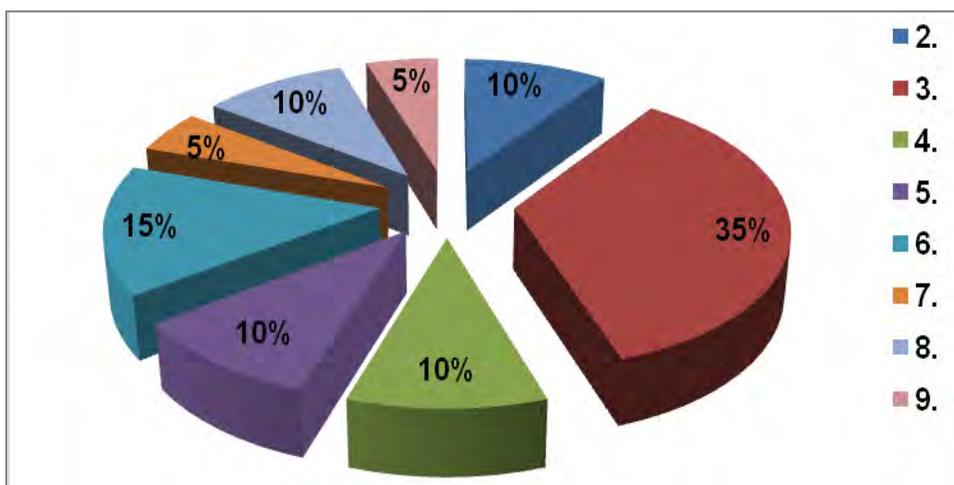
Gráfica 33. Capacidad Instalada



Fuente: Esta investigación

La capacidad instalada de las empresas entrevistadas, muestra una calificación bastante dispersa, pero analizando los resultados se observa que la mayoría de estas empresas (55%) presentan dificultades para satisfacer su demanda, mientras que el 45% están preparadas para atender posibles cambios (incrementos) de su mercado.

Gráfica 34. Estrategias de Mercadeo

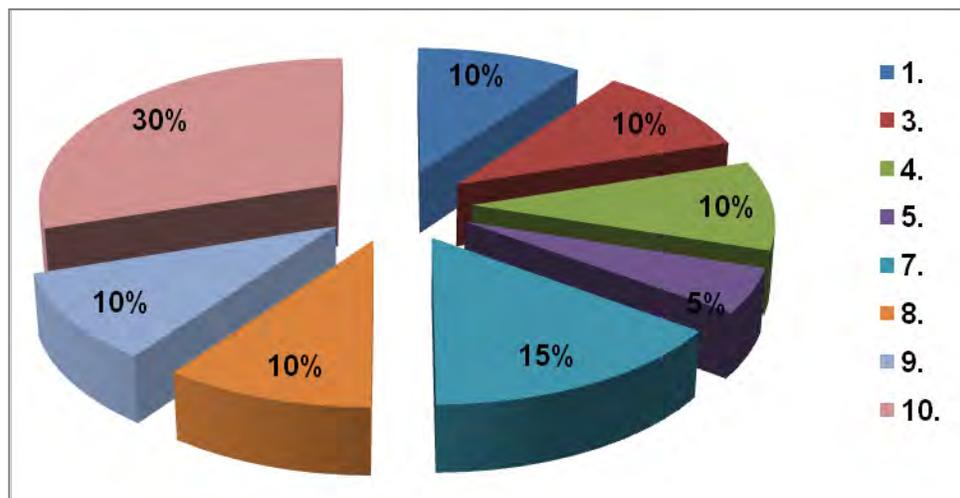


Fuente: Esta investigación

En las “*estrategias de mercado*”, se resalta la calificación 3 (debilidad media), pues el 35% de las empresas entrevistadas coinciden con este resultado, y en términos generales el 65% de estas empresas aseguran tener dificultades es el área de mercadeo, mientras que el 35% de las mismas dicen ser fuertes en este aspecto.

En lo referente a “*responsabilidad social*”, la mayoría de empresas dicen ser fuertes en este aspecto, pues el 65% de empresas entrevistadas la tomaron como fortaleza, y el 35% de las mismas, presentan dificultades con respecto a esta característica, así lo demuestra la siguiente gráfica:

Gráfica 35. Responsabilidad Social



Fuente: Esta investigación

En segunda instancia, se buscaba enumerar del 1 a 10 (donde 1 era la mayor Amenaza, y 10 la Oportunidad mayor), los aspectos externos sobresalientes en las organizaciones entrevistadas, y se obtuvo lo siguiente:

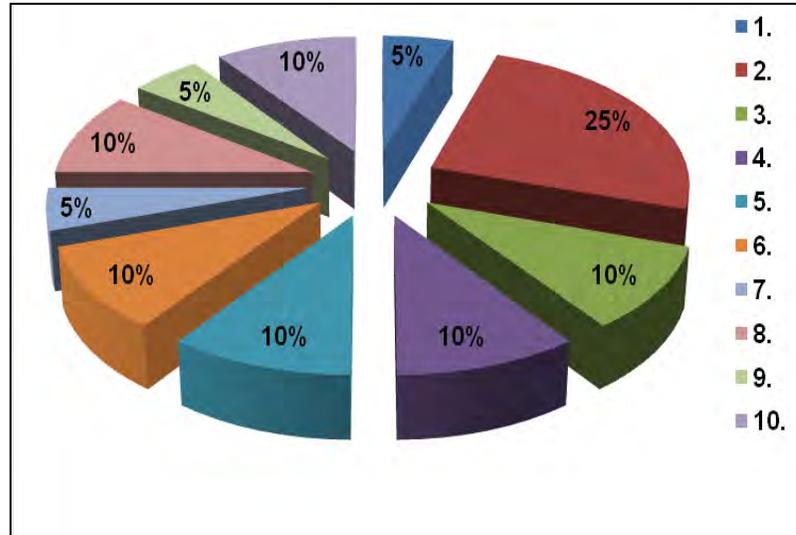
Tabla 27. Amenazas y oportunidades.

| Aspecto Externo | Calificación | | | | | | | | | |
|--|--------------|-----|-----|-----|-----|-------------|-----|-----|-----|-----|
| | Amenaza | | | | | Oportunidad | | | | |
| | A> | | | | A< | O< | | | | O> |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1. Competencia | 5% | 25% | 10% | 10% | 10% | 10% | 5% | 10% | 5% | 10% |
| 2. Factores climáticos | 20% | 10% | 5% | 0% | 0% | 10% | 5% | 5% | 20% | 25% |
| 3. Acuerdos gubernamentales | 0% | 15% | 0% | 20% | 10% | 15% | 15% | 15% | 10% | 0% |
| 4. Fluctuación de tasas de interés | 15% | 0% | 30% | 10% | 25% | 5% | 10% | 5% | 0% | 0% |
| 5. Factor cultural | 20% | 20% | 0% | 15% | 15% | 10% | 5% | 5% | 0% | 10% |
| 6. Situación de orden público y seguridad | 5% | 0% | 5% | 10% | 15% | 10% | 15% | 15% | 10% | 15% |
| 7. Globalización de la información | 10% | 0% | 15% | 10% | 0% | 15% | 10% | 15% | 25% | 0% |
| 8. Crecimiento del mercado objetivo | 20% | 15% | 20% | 20% | 10% | 5% | 5% | 0% | 0% | 5% |
| 9. Esperanza de vida prolongada | 0% | 5% | 5% | 0% | 0% | 5% | 15% | 15% | 20% | 35% |
| 10. Estructura en la legislación laboral y comercial | 5% | 10% | 10% | 5% | 15% | 15% | 15% | 15% | 10% | 0% |

Fuente: Esta investigación

Para el análisis e interpretación del cuadro anterior, donde se sintetiza las calificaciones obtenidas por cada aspecto externo de las empresas entrevistadas, se hizo necesario, analizar por cada aspecto su calificación.

Gráfica 36. Competencia

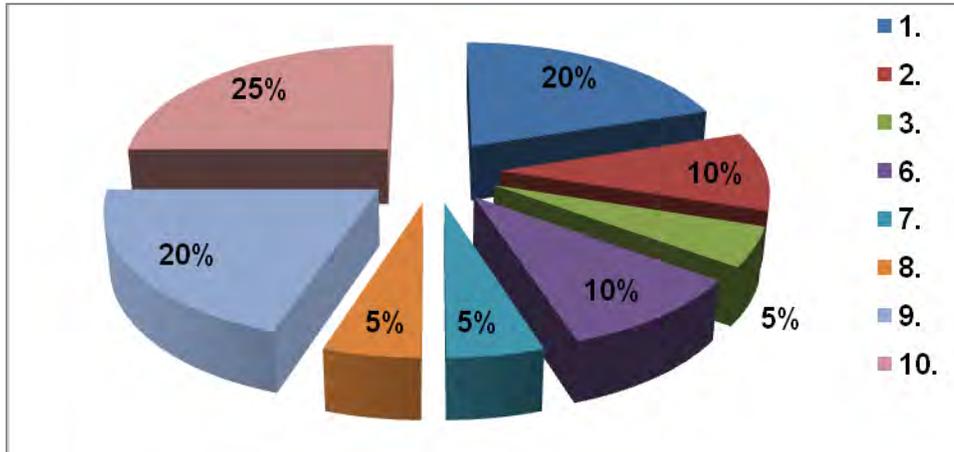


Fuente: Esta investigación

En lo referente a la competencia, se observa unas calificaciones dispersas, y ligeramente proporcionales, sin embargo el 25% de las empresas entrevistadas, aseguran que la competencia es una de sus mayores amenazas. De forma global se identifica que para la mayoría (60%) de estas empresas la competencia representa una amenaza, mientras que para el 40% es percibida como una oportunidad, es decir, sienten que al existir competencia pueden desarrollar mejor su idea de negocio.

El factor climático es significativo para ciertas empresas, de acuerdo a su objeto social, mientras que para el 35% de empresas entrevistadas es tomado como una amenaza el factor climático, para el 65% representa una oportunidad de mejoramiento para su negocio. Y específicamente para el 25% de empresarios, este aspecto es percibido como su oportunidad mayor, así lo ilustra la siguiente gráfica.

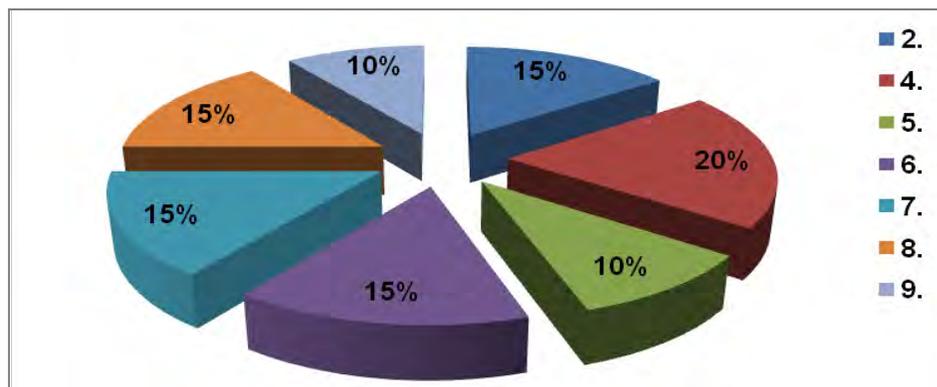
Gráfica 37. Factores Climáticos



Fuente: Esta investigación

Con respecto a los diferentes acuerdos gubernamentales que se han presentado o que se pudiesen presentar, el 45% de los emprendedores entrevistados, perciben este fenómeno como una amenaza para su negocio, mientras que para el 55%, les representa una oportunidad para sobresalir en el mercado. La siguiente gráfica muestra la distribución de las calificaciones obtenidas en este importante componente del macro-entorno

Gráfica 38. Acuerdos Gubernamentales

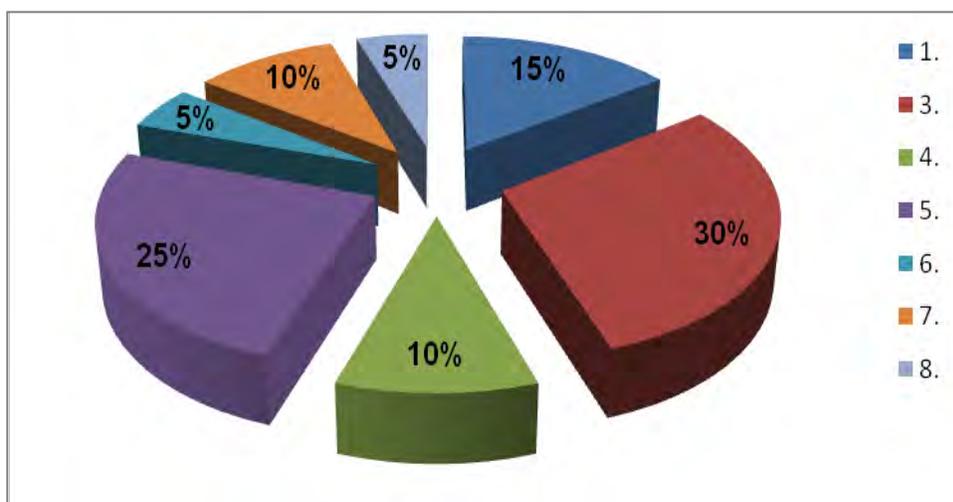


Fuente: Esta investigación

Se observa además que la mayoría de empresas entrevistadas (20%) aseguran que este componente representa una de sus menores amenazas, dando a entender que las decisiones gubernamentales que se toman, sean estas a nivel regional o nacional, tiene en sus negocios un impacto favorable, o que en el peor de los casos ante una repercusión negativa se podría mitigar su impacto.

Con lo que respecta a la variación en las tasas de interés, los empresarios se ven afectados negativamente, pues para el 80% de empresas entrevistadas, es percibido este comportamiento financiero como una amenaza para su negocio, y tan solo el 20% de estas empresas lo mira como una oportunidad

Gráfica 39. Fluctuación en las tasas de interés



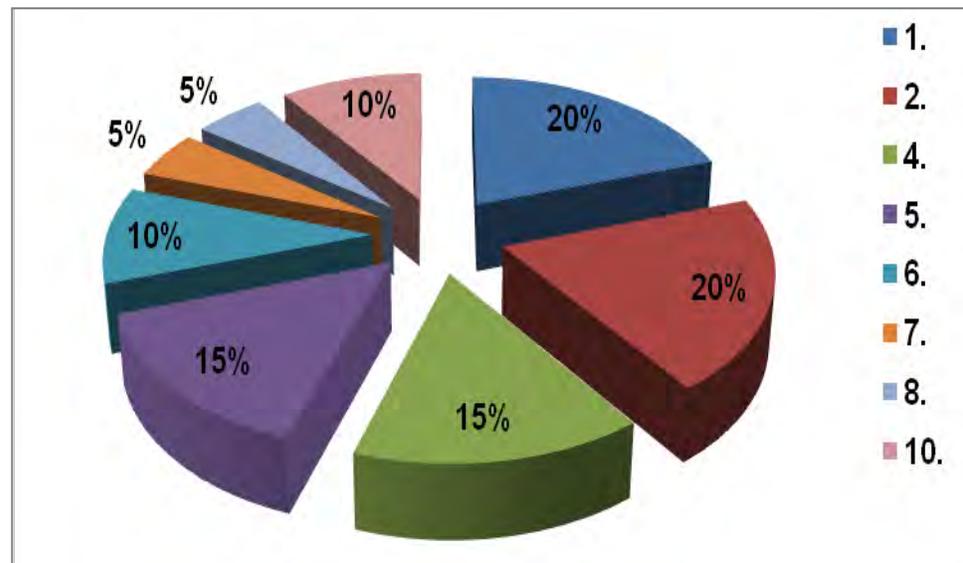
Fuente: Esta investigación

Estas cifras, demuestran la necesidad de financiamiento que poseen los emprendedores, pues de no ser así no les atemorizara las posibles fluctuaciones de las tasas de interés que se pudiesen presentar en el mercado financiero.

Tal vez para soportar gastos que no fueron incluidos en el presupuesto inicial del plan de negocios, o para invertir en inventarios, o simplemente para aumentar en términos generales su capital de trabajo, se han visto en la necesidad de acudir a créditos financieros, y una inestabilidad en las tasas de interés podría afectar negativamente la liquidez de su negocio.

Con respecto al factor cultural, se resalta que para la mayoría de empresas entrevistadas este tiene un impacto negativo para sus negocios. Así lo muestra la siguiente gráfica:

Gráfica 40. Factor Cultural

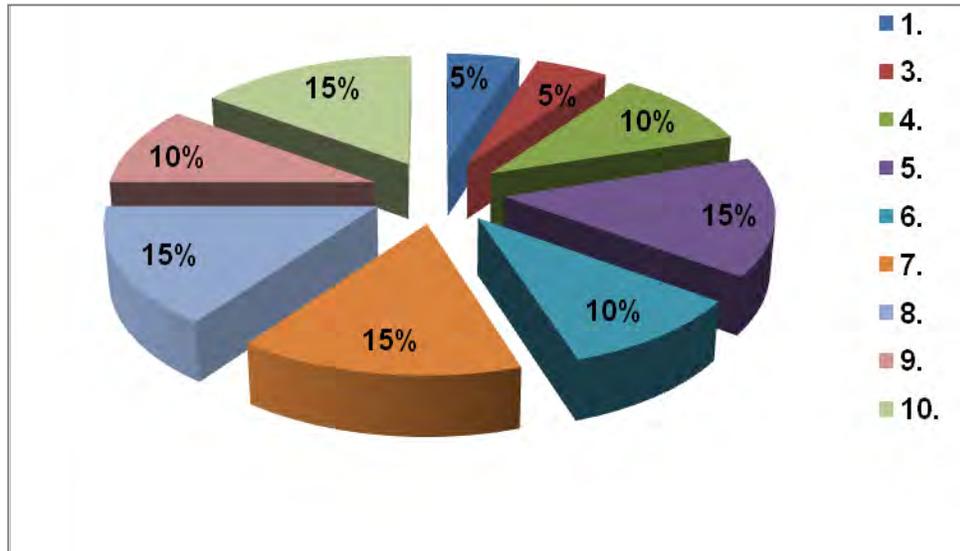


Fuente: Esta investigación

El hecho de que al 70% de estas empresas represente una amenaza, llama la atención, en el sentido que para los emprendedores, en la región existe una cultura muy marcada, que tal vez y según su percepción se cierra en el consumo tradicional de productos ya posicionados en el mercado actual, por lo tanto incursionar en un mercado actual con productos nuevos demanda un mayor esfuerzo para colocarlo en la mente del consumidor, que en la actualidad está mayor informado, y tiene más variedad para satisfacer sus necesidades. De esta manera tan solo para un 20% de emprendedores el factor cultural representa una oportunidad para su negocio.

Situación de orden público y seguridad: Colombia es un país muy susceptible a este componente del macro-entorno, lastimosamente se vive una situación bastante preocupante que intimida a las personas, naturales o jurídicas, que viven en él, de esta manera se requirió un análisis que permitiera identificar el impacto de esta variable para las empresas entrevistadas según su percepción, dando como resultado la siguiente gráfica que muestra el resumen de las calificaciones obtenidas:

Gráfica 41. Situación de orden público y seguridad

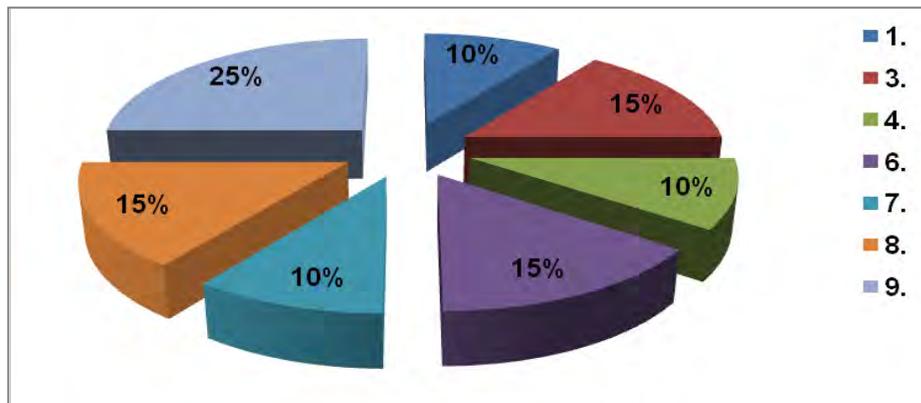


Fuente: Esta investigación

No hay uniformidad en las calificaciones, sin embargo se observa que para la mayoría de emprendedores (65%) no perciben como amenaza la situación de orden público y seguridad que vive Colombia en la actualidad; sin embargo para un 35% de estas empresas, si representa un peligro para el normal funcionamiento de su negocio.

Aunque estas respuestas van un poco en contra de la realidad, tal vez desde la perspectiva de cada emprendedor no lo vea como una amenaza latente, pues también depende del objeto social que desarrolle cada organización.

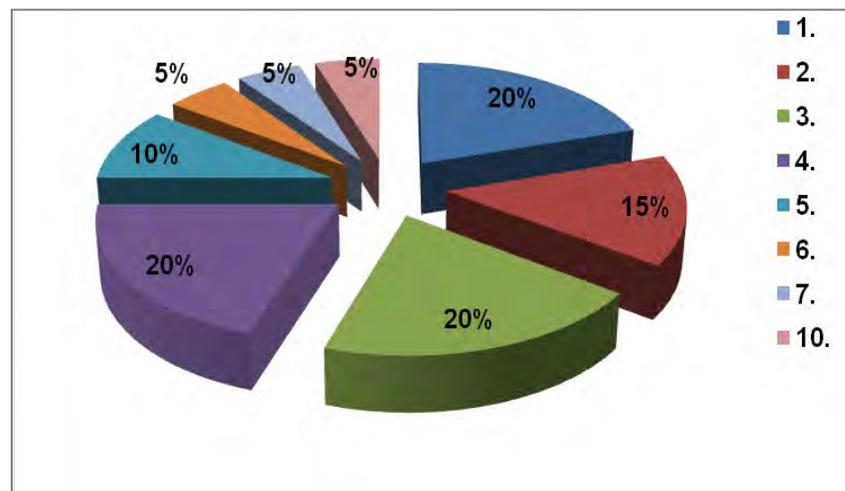
Gráfica 42. Globalización de la información



Fuente: Esta investigación

El componente: “*Globalización de la información*”, presenta calificaciones muy dispersas, pero sobresale la calificación igual a 9 (gran oportunidad), pues el 25% de empresas coincidieron en esta calificación que significa una de las grandes oportunidades en el mercado. Por otra parte se observa, que para el 35% de estas empresas este fenómeno informático es percibido como una amenaza, mientras que para el 65% representa una oportunidad la revolución que ha tenido las telecomunicaciones, afectando positivamente a su negocio, significando estas cifras, que la mayoría de organizaciones están, en cierta medida, preparadas para las exigencias de un mercado donde la información corre a grandes velocidades

Gráfica 43. Crecimiento del mercado objetivo

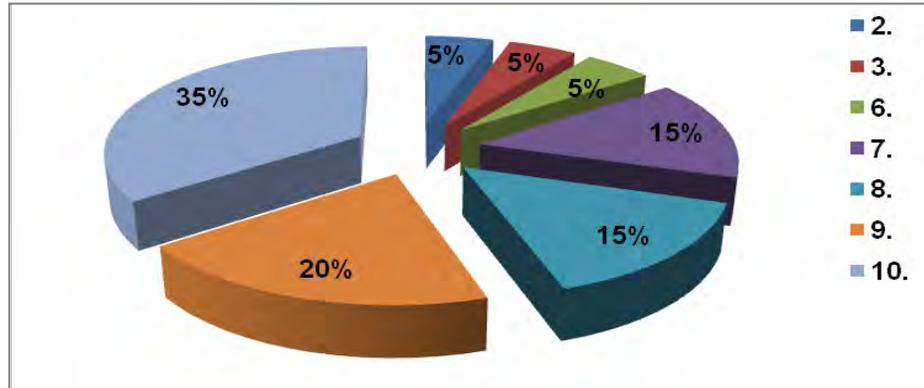


Fuente: Esta investigación

Este aspecto externo paradójicamente, no representa una oportunidad para el negocio de cada emprendedor entrevistado, aunque se pensaría que si el mercado objetivo crece, la oportunidad de expansión de cada producto también crecería, sin embargo el 85% de empresas entrevistadas perciben como una amenaza este crecimiento, dando a entender que los emprendedores no estarían preparados para enfrentar una sobre-demanda de su producto o servicio, por lo tanto si crece el mercado objetivo su capacidad instalada no alcanzaría para satisfacer al mercado que con el tiempo va creciendo, a un ritmo más acelerado de lo que crece su negocio.

El otro 15% de empresas, ven como oportunidad el crecimiento de su mercado objetivo, dando a entender por una parte que están preparados para satisfacer la creciente demanda de su producto o servicio, y por otra parte, que se proyectan expandirse a lo largo del tiempo en el territorio regional y hasta nacional.

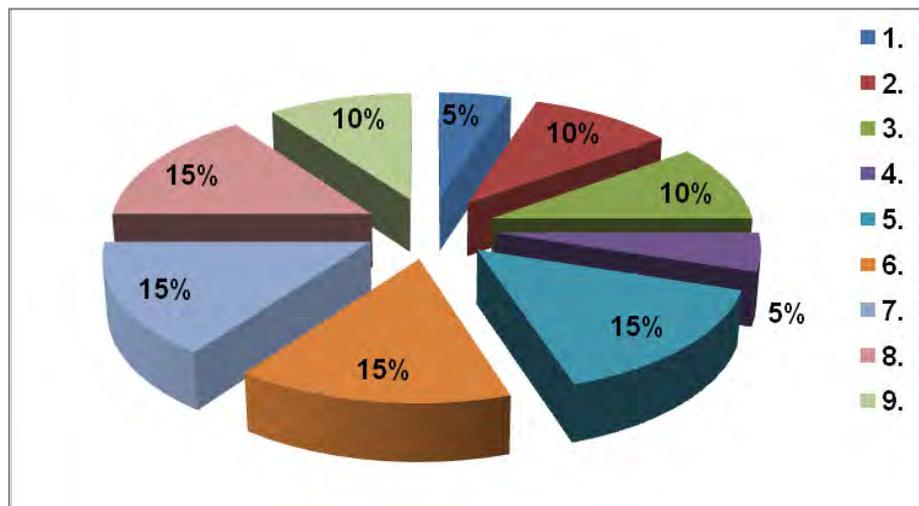
Gráfica 44. Esperanza de vida prolongada



Fuente: Esta investigación

Este término fue un poco confuso para los emprendedores en el momento de la aplicación de la entrevista, por lo que fue necesario explicarles de que se trataba. De esta manera para el 90% de entrevistados este indicador representa oportunidades para el crecimiento como tal de su negocio, porque según ellos el hecho que una persona viva más, da la oportunidad (en tiempo y espacio) que conozca su producto, además si el consumidor lo ha probado desde temprana edad, permite que el proceso de fidelización tenga mayor probabilidad de darse, y el consumo también tiende a aumentar con el pasar del tiempo. Sin embargo para el 10% de estas empresas este indicador representa una amenaza para el crecimiento de su negocio.

Gráfica 45. Estructura en la legislación laboral y comercial



Fuente: Esta investigación

Este componente externo, demuestra el grado de preparación de las empresas entrevistadas para actuar reactiva o proactivamente, frente a posibles cambios en la legislación laboral y comercial del país; presenta calificaciones bastante dispersas, pero en términos generales se observa que el 45% de estas empresas ven como una amenaza latente la estructura actual en materia laboral y comercial, mientras que para el 55% de estas empresas lo ven como una oportunidad de crecimiento para su negocio. Estas cifras demuestran que para la mayoría de empresas el hecho de existir en el mercado, se debe en gran medida a la favorabilidad en la legislación del tema en mención, pues el Fondo Emprender fue creado, entre otras cosas para promover la generación de empleo, por lo que los emprendedores se han visto beneficiados, ya que por medio de ese capital semilla hicieron posible su idea y plan de negocio.

Finalizado este objetivo, y también el presente estudio de investigación, se logra identificar bastantes aspectos interesantes que seguramente servirán para futuras investigaciones, referentes al tema en cuestión.

Al dar por terminado el estudio, se procede a dar respuesta a la hipótesis de investigación planteada al principio del presente escrito el cuál decía: “Los proyectos aprobados por el Fondo Emprender gestionados por estudiantes de la Universidad de Nariño durante los últimos ocho años, actualmente están vigentes, lo cual representa para el ámbito social y económico de la región aportes significativos que permiten un desarrollo sostenible”.

Se comprueba que esta hipótesis planteada, no es completamente cierta, pues como se observó en el desarrollo del objetivo No.3 el 24% de las empresas entrevistadas, se encuentran cerradas, mientras que el 76% se encuentran activas. Por otra parte con respecto al impacto socio-económico generado en la región, se establece que es cierto, pues la generación de los puestos de trabajo fue bastante positiva, porque además del cumplimiento de los empleos proyectados, esa cifra fue superada, dando a entender que aportó al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la región, y por consiguiente la situación económica de la misma también se vio afectada positivamente, gracias a la ejecución de los planes de negocios de las empresas objeto de estudio.

CONCLUSIONES

La situación económica actual del país y del Departamento de Nariño ha generado la búsqueda de alternativas de trabajo para la población económicamente activa, brindando herramientas para la creación de empresa y desarrollo del espíritu emprendedor. Esta coyuntura ha impulsado a múltiples individuos a incursionar como empresarios y en consecuencia generar puestos de trabajo.

Con respecto al diagnóstico actual de empresas lideradas por estudiantes de la Universidad de Nariño, se observa un alto índice de fracaso empresarial, que exige la intervención del Gobierno Nacional y local, mediante políticas públicas de fomento y promoción para garantizar su supervivencia, rentabilidad y crecimiento, con la estructuración de mejores tiempos de respuesta en la entrega de dineros aprobados, por las circunstancias particulares de estos proyectos, que casi siempre parten de situaciones económicas muy precarias, por lo cual han tenido, que recurrir a recursos privados o de familiares, dificultando sus sostenibilidad.

De igual forma la investigación muestra que el financiamiento obtenido como beneficiario con el capital semilla del fondo emprender en cada una de las convocatorias, no es suficiente para obtener la sostenibilidad de la empresa en los primeros tres años y por ello los empresarios han tenido que recurrir a recursos propios y/o de sus amigos o familiares, puesto que no han logrado en forma mayoritaria acceder a los recursos financieros de las distintas fuentes de financiación, de ahí que es necesario continuar fortaleciendo a éstas empresas con la articulación al sistema financiero, inversionistas y otras fuentes de financiación que permitan mejorar el crecimiento y la sostenibilidad de dichas empresas.

La generación de los puestos de trabajo, presentó un comportamiento positivo, en la medida que no solo se alcanzó con la cifra presupuestada en el plan de negocios inicial, sino que ha sido tan favorables los resultados de los objetivos organizacionales, que ha permitido que esa cifra vaya creciendo en función del tiempo, lo que representa un impacto social y económico para la región bastante satisfactorios.

Las empresas objeto de estudio, presentan similitud de características internas, entre las que el aspecto financiero es considerado su mayor debilidad, y su mayor fortaleza a la calidad en el producto o servicio; y externamente consideran que su mayor amenaza está representada en el crecimiento del mercado objetivo, mientras que su mayor oportunidad está concentrada en la esperanza de vida.

Esta investigación hace una invitación a los futuros especialistas en gerencia de mercadeo formados por la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, a que formalicen y ejecuten sus planes de negocio ante el fondo emprender, para crear empresa y generar empleo y desarrollo para su región

RECOMENDACIONES

Debido al restringido acceso a la información secundaria, como fuente para la realización del presente estudio de investigación, se recomienda facilitar a las personas interesadas en desarrollar futuros análisis como el contenido en el presente escrito, las bases de datos que contengan cifras exactas y actualizadas, y que para el suministro de estas no existan tantas restricciones de acceso a este tipo de información valiosa.

Debido a la escasez de estudios que contienen, como tema de investigación: el seguimiento a los proyectos aprobados por el Fondo Emprender, se recomienda la continuación de futuras investigaciones que complementen el presente análisis, con el fin de conocer de forma más precisa y profunda la situación de cada empresa beneficiada por este Fondo y su impacto en la economía de la región.

Con los resultados de estudios como este, el Fondo Emprender puede plantear propuestas de mejoramiento y tomar medidas pertinentes, que den solución a las falencias identificadas en la presente investigación; a través de la estructuración física y fortalecer la gestión de acompañamiento por parte de las Unidades de Emprendimiento de tal manera que desarrollen un continuo seguimiento y apoyo integral a los emprendedores y sus iniciativas de empresa.

BIBLIOGRAFÍA

CRISSIEN. John Orlando. Investigando el entrepreneurship tras un marco teórico y su aporte al desarrollo económico de Colombia. Disponible en Internet: <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/viewFile/269/244>

COUYOUMDJIAN. Juan Pablo. Sobre el empresario y el emprendimiento en la teoría económica: Una revisión*. Disponible en Internet: <http://www.cicodi.org/Publicaciones/CDocumentosandSettingsAdministradorEscritorio/emprendedor-68891563828.pdf>

FORMICHELLA. María Marta. El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Disponible en Internet : <http://biblioteca.municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>.

MONCAYO. Pablo José. Emprendimiento: un concepto que integra el ser y el hacer del sujeto. Disponible en Internet: <http://www.educaemprende.com/wp-content/uploads/2011/04/EmprendedoresWEB1.pdf>

OTERO. Andrés Felipe. Diseño de un modelo para promover el emprendimiento en estudiantes de secundaria en grados 10 y 11 de estratos 1,2 y 3 en Colombia. Disponible en internet: http://dspace.uniandes.edu.co:9090/xmlui/bitstream/handle/1992/465/mi_1291.pdf?sequence=1

ANEXOS



ANEXO A ENTREVISTA ESTUCTURADA

UNIVERSIDAD DE NARIÑO CONVENIO UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO
ESPECIALIZACION EN GERENCIA DE MERCADEO

ENTREVISTA No.____

La presente encuesta tiene como fin determinar la incidencia en el desarrollo social y económico de la región, de las empresas creadas y beneficiadas por el capital semilla del Fondo Emprender de los estudiantes de la Universidad de Nariño, durante el período de 2005 a 2012; a través de la elaboración de un diagnóstico de la situación de su empresa.

La información aquí suministrada será reservada y confidencial para ser utilizada con fines académicos, por lo tanto, solicitamos comedidamente se conteste con la mayor veracidad posible.

Fecha: _____
Nombre: _____
Cargo: _____
Empresa: _____
Teléfono: _____
Dirección: _____
Municipio: _____
Convocatoria No.: ____ Año ()

1. Cómo surgió su Idea de Negocio?

2. Como conoció de la existencia del capital semilla del Fondo Emprender?

- ____A través de medios de comunicación
____Información de terceros
____Divulgación de la Unidad de Emprendimiento
____Actos públicos

Otro ___ Cual? _____

2.1 Por medio de que unidad de emprendimiento gestionó su proyecto:

Universidad de Nariño

Centro LOPE

Otro,Cuál _____

3. En la escala de 1 a 5 (donde 5 es la mejor calificación y 1 la peor). Cómo calificaría el primer encuentro con la unidad de emprendimiento?

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

4. Recibió asesoría sobre el manejo de la plataforma virtual de fondo emprender?

SI ___ NO ___

5. Cuanto tiempo tardó en llevar a cabo su idea empresarial desde el momento de ingresar su idea de negocio a la plataforma del fondo emprender, hasta la aprobación de esta y puesta en marcha?

1 a 6 meses

7 meses a 1 año

1 a 2 años

2 o más años ¿Cuántos? _____

6. En la escala de 1 a 5 (donde 5 es la mejor calificación y 1 la peor). Cómo calificaría el acompañamiento que recibió por parte de la unidad de emprendimiento, en cuanto a la constitución y legalización de su empresa

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

7. En escala de 1 a 5, donde 1 es nada ejecutado y 5 es ejecución total; Desde la fecha de aprobación hasta este momento, hasta qué punto los objetivos de su plan de negocios se han cumplido?

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|

8. De acuerdo con la idea de negocio inicial, el objeto social de su empresa:

es exactamente igual

ha sufrido alguna modificación

es totalmente diferente

8.1 Describir como se han generado estos cambios. _____

9. De acuerdo con la generación de los puestos de trabajo propuestos en el plan de negocios, se han cumplido si ___ no ___

9.1 Cuántos puestos de trabajo presupuestó? _____

9.2 Cuántos puestos de trabajo tiene actualmente? _____

10. Cuantos puestos de trabajo ha generado su empresa en los siguientes grupos poblacionales?

___ Reinsertados

___ Madres cabeza de familia

___ Jóvenes entre 18 y 25 años

___ Trabajadores de la región

___ Ninguno

Otro ___ Cuál? _____

11. Los recursos asignados por el fondo emprender, fueron los suficientes para cumplir en su totalidad con los objetivos del plan de negocio. Si ___ No___ porque? _____

12. Qué porcentaje del presupuesto de su empresa se destina al desarrollo de actividades de mercadeo? _____%

13. Especifique que tipo de Actividades de mercadeo realiza

___ Publicidad

___ Venta Personal

___ Promoción de Ventas

___ Relaciones Públicas

14. Con que frecuencia realiza esta clase de actividades

___ 1 o más veces al mes

___ Cada 3 meses

___ Cada 6 meses

___ 1 vez al año

___ No realiza

15. Que canal de Distribución utiliza?

___ Productor – consumidor

___ Productor – detallista – consumidor.

___ Productor - mayorista – detallista – consumidor.

___ Otro Cual?

16. De acuerdo con la información financiera de su empresa, las ventas proyectadas se han cumplido en tiempo real? Si ___ No ___ porque? _____

17. La capacidad instalada de su empresa es suficiente para cumplir con los requerimientos de la demanda de su mercado? Si___ no___ porque? _____

18. Mencione el número de visitas recibidas al año por parte de funcionarios de la Unidad de Emprendimiento.

___ No ha recibido visitas

___ De una a dos visitas por año

___ De tres a cuatro visitas por año

___ De cinco a más visitas

18.1 Mencionar la manera de cómo se llevan a cabo estas visitas, y los parámetros de control. _____

19. ANÁLISIS DOFA

Teniendo en cuenta las fortalezas con que cuenta su empresa, y las dificultades internas que esta ha presentado. Califique y ordene de 1 a 10 los siguientes factores. Donde 1 sea el factor donde su empresa presente mayor grado de dificultad, y diez el aspecto que considere su mayor ventaja.

___ Conocimiento del mercado

___ Innovación tecnológica

___ Calidad en el producto y servicio

___ Talento humano calificado

___ Músculo financiero

___ Estructura organizacional

___ Capital de trabajo

___ Capacidad Instalada

___ Estrategias de mercadeo

___ Responsabilidad social

20. Teniendo en cuenta las oportunidades y amenazas que ha enfrentado su empresa. Califique y ordene de 1 a 10 los siguientes factores. Donde 1 sea la amenaza más perjudicial para su negocio, y la 10 la oportunidad más productiva para su empresa.

- ___ Competencia
- ___ Factores climáticos
- ___ Acuerdos gubernamentales
- ___ Fluctuación de tasas de interés
- ___ Factor cultural
- ___ Situación de orden público y seguridad
- ___ Globalización de la información
- ___ Crecimiento del mercado objetivo
- ___ Esperanza de vida
- ___ Estructura en la legislación laboral y comercial

21. ¿Desde su punto de vista, qué impacto considera que su empresa ha generado en la región?

22. De acuerdo con su experiencia, que recomendaciones sugiere para mejorar el proceso de acompañamiento y seguimiento de los proyectos aprobados por el fondo emprender.

GRACIAS POR SU SINCERA Y AMABLE COLABORACIÓN

ANEXO B LEY 1014 DE 2006

LEY 1014 DE 2006

(enero 26)

De fomento a la cultura del emprendimiento.

El Congreso de Colombia

DECRETA:

CAPITULO I

Disposiciones generales

Artículo 1°. *Definiciones*

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

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

c) **Emprendimiento:** Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a acabo 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;

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

e) **Formación para el emprendimiento.** La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo;

f) **Planes de Negocios.** Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos.

La educación debe incorporar, en su formación teórica y práctica, lo más avanzado de la ciencia y de la técnica, para que el estudiante esté en capacidad de crear su propia empresa, adaptarse a las nuevas tecnologías y al avance de la ciencia, de igual manera debe actuar como emprendedor desde su puesto de trabajo.

Artículo 2°. *Objeto de la ley.* La presente ley tiene por objeto:

a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley;

b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas;

c) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas;

d) Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo;

e) Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento;

f) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de nuevas empresas;

g) Propender por el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo;

h) Promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes,

articuladas con las cadenas y clusters productivos reales relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo;

i) Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial;

j) Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.

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

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

b) Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo en torno a proyectos productivos con responsabilidad social;

c) Reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad;

d) Apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde la perspectiva social, cultural, ambiental y regional.

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

1. Promover en todas las entidades educativas formales y no formales, el vínculo entre el sistema educativo y el sistema productivo para estimular la eficiencia y la calidad de los servicios de capacitación.

2. Buscar la asignación de recursos públicos para el apoyo a redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

3. Buscar la asignación de recursos públicos periódicos para el apoyo y sostenibilidad de las redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

4. Buscar acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de créditos.

5. Establecer acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de crédito, con el aval, respaldo y compromiso de seguimiento de cualquiera de los miembros que conforman la Red Nacional para el Emprendimiento.

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

CAPITULO II **Marco Institucional**

Artículo 5°. *Red Nacional para el Emprendimiento*. La Red Nacional para el Emprendimiento, adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, o quien haga sus veces, estará integrada por delegados de las siguientes entidades e instituciones:

1. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo quien lo presidirá.
2. Ministerio de Educación Nacional.
3. Ministerio de la Protección Social.
4. La Dirección General del Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena.
5. Departamento Nacional de Planeación.
6. Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología “Francisco José de Caldas”, Colciencias.
7. Programa Presidencial Colombia Joven.
8. Tres representantes de las Instituciones de Educación Superior, designados por sus correspondientes asociaciones: Universidades (ASCUN), Instituciones Tecnológicas (Aciet) e Instituciones Técnicas Profesionales (ACICAPI) o quien haga sus veces.
9. Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Empresas, ACOPI.
10. Federación Nacional de Comerciantes, FENALCO.

11. Un representante de la Banca de Desarrollo y Microcrédito.
12. Un representante de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios, designado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
13. Un representante de las Cajas de Compensación Familiar.
14. Un representante de las Fundaciones dedicadas al emprendimiento.
15. Un representante de las incubadoras de empresas del país.

Parágrafo 1°. Los delegados deberán ser permanentes, mediante delegación formal del representante legal de la Institución o gremio sectorial que representa y deberán ejercer funciones relacionadas con el objeto de esta ley.

Parágrafo 2°. El Gobierno Nacional, podrá una vez se encuentre en funcionamiento y debidamente reglamentada “la Red para el Emprendimiento”, crear una institución de carácter mixto del orden nacional, que en coordinación con las entidades públicas y privadas adscritas, desarrollen plenamente los objetivos y funciones establecidas en los artículos 7° y 8° de esta ley respectivamente.

Artículo 6°. *Red Regional para el Emprendimiento*. La Red Regional para el Emprendimiento, adscrita a la Gobernación Departamental, o quien haga sus veces, estará integrada por delegados de las siguientes entidades e instituciones:

1. Gobernación Departamental quien lo presidirá.
2. Dirección Regional del Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena.
3. Cámara de Comercio de la ciudad capital.
4. Alcaldía de la ciudad capital y un representante de los alcaldes de los demás municipios designados entre ellos mismos.
5. Un representante de las oficinas departamentales de juventud.
6. Un representante de las Instituciones de Educación Superior de la región designado por el Centro Regional de Educación Superior, CRES.
7. Un representante de las Cajas de Compensación familiar del departamento.
8. Un representante de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios, con presencia en la región.

9. Un representante de la Banca de Desarrollo y microcrédito con presencia en la región.

10. Un representante de los gremios con presencia en la región.

11. Un representante de las incubadoras de empresas con presencia en la región.

Parágrafo. Los delegados deberán ser permanentes mediante delegación formal del representante legal de la Institución, o gremio sectorial que representa y deberán ejercer funciones relacionadas con el objeto de esta ley.

Artículo 7°. *Objeto de las redes para el emprendimiento.* Las redes de emprendimiento se crean con el objeto de:

a) Establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento;

b) Formular un plan estratégico nacional para el desarrollo integral de la cultura para el emprendimiento;

c) Conformar las mesas de trabajo de acuerdo al artículo 10 de esta ley;

d) Ser articuladoras de organizaciones que apoyan acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo en el país;

e) Desarrollar acciones conjuntas entre diversas organizaciones que permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos empresariales;

f) Las demás que consideren necesarias para su buen funcionamiento.

Artículo 8°. *Funciones de las Redes para el Emprendimiento.* Las Redes para el Emprendimiento tendrán las siguientes funciones:

a) Conformar el observatorio permanente de procesos de emprendimiento y creación de empresas “SISEA empresa”, el cual servirá como sistema de seguimiento y apoyo empresarial;

b) Proponer la inclusión de planes, programas y proyectos de desarrollo relacionados con el emprendimiento;

c) Ordenar e informar la oferta pública y privada de servicios de emprendimiento aprovechando los recursos tecnológicos con los que ya cuentan las entidades integrantes de la red;

d) Proponer instrumentos para evaluar la calidad de los programas orientados al fomento del emprendimiento y la cultura empresarial, en la educación formal y no formal;

e) Articular los esfuerzos nacionales y regionales hacia eventos que fomenten el emprendimiento y la actividad emprendedora y faciliten el crecimiento de proyectos productivos;

f) Establecer pautas para facilitar la reducción de costos y trámites relacionados con la formalización de emprendimientos (marcas, patentes, registros INVIMA, sanitarios, entre otros);

g) Propiciar la creación de redes de contacto entre inversionistas, emprendedores e instituciones afines con el fin de desarrollar proyectos productivos;

h) Proponer instrumentos que permitan estandarizar la información y requisitos exigidos para acceder a recursos de cofinanciación en entidades gubernamentales;

i) Estandarizar criterios de calidad para el desarrollo de procesos y procedimientos en todas las fases del emprendimiento empresarial;

j) Emitir avales a los planes de negocios que concursen para la obtención de recursos del Estado, a través de alguna de las entidades integrantes de la red.

Artículo 9°. *Secretaría Técnica*. La Secretaría Técnica será el instrumento operativo de las redes de emprendimiento encargada de coordinar todas las acciones de tipo administrativo, y deberá cumplir entre otras con las siguientes funciones:

1. Planear y acompañar la implementación de la estrategia prevista para el desarrollo del emprendimiento.

2. Presentar informes mensuales a los integrantes de la red sobre las acciones y programas realizados en torno al emprendimiento.

3. Impulsar el desarrollo de las funciones asignadas a la red.

4. Promover el desarrollo de diagnósticos y estudios sobre el Emprendimiento.

5. Monitorear indicadores de gestión sobre el desarrollo de la actividad emprendedora en la región.

6. Las demás asignadas por la red.

Parágrafo. La Secretaría Técnica de cada red se encargará de su propia financiación, organización e instrumentación de sus respectivas sedes.

Artículo 10. *Mesas de trabajo de la red de emprendimiento*. Las mesas de trabajo son un espacio de discusión y análisis para que todas las instituciones que conforman la Red, se sientan partícipes y logren desarrollar acciones con base en los lineamientos contemplados por las mismas. Podrán convertirse en interlocutores válidos de las instituciones responsables de la operación.

Artículo 11. *Objeto de las mesas de trabajo*. Las mesas de trabajo conformadas por las redes de emprendimiento tendrán el siguiente objeto:

1. **Sensibilización:** Trabajar en el diseño y ejecución de un discurso unificado, orientado a motivar a la gente para que se involucre en el emprendimiento. Lograr masificación del mensaje con una utilización más eficiente de los recursos.

2. **Formación:** Unificar criterios de formación. Formar Formadores. Extender la Formación a colegios públicos y privados.

3. **Pre-incubación:** (Planes de Negocio): Identificar Oportunidades de Negocio y proponer una metodología de Plan de Negocios orientado a simplificar procesos en la región y adecuarlos a la toma de decisiones de inversionistas y del sector financiero.

4. **Financiación:** Impulsar y recoger en un sistema las fuentes de recursos financieros para los emprendimientos que se desarrollan en la región, permitiendo pasar de los estudios de factibilidad a empresas del sector real. Además deben

proponer nuevos mecanismos viables de estructuración financiera (capital semilla, capital de riesgo, préstamos, financiación e inversionistas) a nivel nacional e internacional.

5. Creación de Empresas: La iniciación de operaciones de las empresas para que alcancen su maduración en el corto plazo y se garantice su auto-sostenibilidad. Buscar mecanismos para resolver problemas de comercialización e incentivar la investigación de nuevos mercados y nuevos productos.

6. Capacitación Empresarial y Sostenibilidad: Diseñar y dinamizar un modelo que diagnostique la gestión de las empresas (mercados, finanzas, técnicos, etc.) y faciliten planes de acción que permitan el mejoramiento continuo de las mismas y su sostenibilidad en el largo plazo.

7. Sistemas de Información: Articular y estructurar toda la información generada en las Mesas de Trabajo en un Sistema de Información, facilitando la labor de las instituciones participantes de la Red y en beneficio de los emprendedores, proporcionando información sobre costos y tiempos de los procesos de emprendimiento por entidad oferente. Esta información será un insumo para los programas de formación de emprendedores.

Parágrafo. Las redes, podrán de acuerdo con su dinámica de trabajo establecer parámetros distintos en cada región e implementar nuevas mesas de trabajo de acuerdo con sus necesidades.

CAPITULO III Fomento de la cultura del emprendimiento

Artículo 12. *Objetivos específicos de la formación para el emprendimiento.* Son objetivos específicos de la formación para el emprendimiento:

- a) Lograr el desarrollo de personas integrales en sus aspectos personales, cívicos, sociales y como seres productivos;
- b) Contribuir al mejoramiento de las capacidades, habilidades y destrezas en las personas, que les permitan emprender iniciativas para la generación de ingresos por cuenta propia;
- c) Promover alternativas que permitan el acercamiento de las instituciones educativas al mundo productivo;
- d) Fomentar la cultura de la cooperación y el ahorro así como orientar sobre las distintas formas de asociatividad.

Artículo 13. *Enseñanza obligatoria.* 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:

1. 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.

2. Transmitir en todos los niveles escolares conocimiento, formar actitud favorable al emprendimiento, la innovación y la creatividad y desarrollar competencias para generar empresas.

3. 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.

4. 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.

Parágrafo. Para cumplir con lo establecido en este artículo, las entidades educativas de educación básica primaria, básica secundaria y media vocacional acreditadas ante el Ministerio de Educación Nacional, deberán armonizar los Proyectos Educativos Institucionales (PEI) pertinentes de acuerdo con lo establecido en la Ley 115 General de Educación.

Artículo 14. *Sistema de información y orientación profesional.* El Ministerio de Educación Nacional en coordinación con el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, ICFES, el Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología, Colciencias, y el sector productivo, establecerá en un plazo máximo de (1) un año, un Sistema de Información y Orientación Profesional, Ocupacional e investigativa, que contribuya a la racionalización en la formación del recurso humano, según los requerimientos del desarrollo nacional y regional.

Artículo 15. *Formación de formadores.* El Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, coordinará a través de las redes para el Emprendimiento y del Fondo Emprender y sus entidades adscritas, planes y programas para la formación de

formadores orientados al desarrollo de la cultura para el emprendimiento de acuerdo con los principios establecidos en esta ley.

Artículo 16. *Opción para trabajo de grado.* Las universidades públicas y privadas y los centros de formación técnica y tecnológica oficialmente reconocidos, podrán establecer sin perjuicio de su régimen de autonomía, la alternativa del desarrollo de planes de negocios de conformidad con los principios establecidos en esta ley, en reemplazo de los trabajos de grado.

Artículo 17. *Voluntariado Empresarial.* Las Cámaras de Comercio y los gremios empresariales podrán generar espacios para constituir el voluntariado empresarial con sus asociados con el objeto de que sean mentores y realicen acompañamiento en procesos de creación de empresas.

Artículo 18. *Actividades de Promoción.* Con el fin de promover la cultura del emprendimiento y las nuevas iniciativas de negocios, el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Programa Presidencial Colombia Joven y el Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, darán prioridad a las siguientes actividades:

1. Feria de trabajo juvenil: Componente comercial y académico.
2. Macro-rrueda de negocios para nuevos empresarios: Contactos entre oferentes y demandantes.
3. Macro-rruedas de inversión para nuevos empresarios: Contactos entre proponentes e inversionistas y sistema financiero.
4. Concursos dirigidos a emprendedores sociales y de negocio (Ventures).
5. Concursos para facilitar el acceso al crédito o a fondos de capital semilla a aquellos proyectos sobresalientes.
6. Programas de cofinanciación para apoyo a programas de las unidades de emprendimiento y entidades de apoyo a la creación de empresas: Apoyo financiero para el desarrollo de programas de formación, promoción, asistencia técnica y asesoría, que ejecuten las Fundaciones, Cámaras de Comercio, Universidades, incubadoras de empresas y ONG.

Parágrafo. *Recursos.* El Gobierno Nacional a través de las distintas entidades, las gobernaciones, las Alcaldías Municipales y Distritales, y las Áreas Metropolitanas, podrán presupuestar y destinar anualmente, los recursos necesarios para la realización de las actividades de promoción y de apoyo al emprendimiento de nuevas empresas innovadoras.

Los recursos destinados por el municipio o distrito podrán incluir la promoción, organización y evaluación de las actividades, previa inclusión y aprobación en los Planes de Desarrollo.

Artículo 19. *Beneficios por vínculo de emprendedores a las Redes de Emprendimiento.* Quienes se vinculen con proyectos de emprendimiento a través de la red nacional o regional de emprendimiento, tendrán como incentivo la prelación para acceder a programas presenciales y virtuales de formación ocupacional impartidos por el Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, a acceso preferencial a las herramientas que brinda el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de la dirección de promoción y cultura empresarial, como el programa emprendedores Colombia.

De igual manera podrá acceder de manera preferencial a los servicios y recursos manejados a través de las entidades integrantes de las redes.

Artículo 20. *Programas de promoción y apoyo a la creación, formalización y sostenibilidad de nuevas empresas.* Con el fin de promover el emprendimiento y la creación de empresas en las regiones, las Cámaras de Comercio, las incubadoras de empresas desarrollarán programas de promoción de la empresarialidad desde temprana edad, procesos de orientación, formación y consultoría para emprendedores y nuevos empresarios, así como servicios de orientación para la formalización. También las Cámaras facilitarán al emprendedor, medios para la comercialización de sus productos y/o servicios, así como la orientación y preparación para el acceso a las líneas de crédito para emprendedores y de los programas de apoyo institucional público y privado existentes.

Artículo 21. *Difusión de la cultura para el emprendimiento en la televisión pública.* La Comisión Nacional de Televisión o quien haga sus veces, deberá conceder espacios en la televisión pública para que se transmitan programas que fomenten la cultura para el emprendimiento de acuerdo con los principios establecidos en esta ley.

Artículo 22. *Constitución nuevas empresas.* Las nuevas sociedades que se constituyan a partir de la vigencia de esta ley, cualquiera que fuere su especie o tipo, que de conformidad a lo establecido en el artículo 2° de la Ley 905 de 2004, tengan una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores o activos totales por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes, se constituirán con observancia de las normas propias de la Empresa Unipersonal, de acuerdo con lo establecido en el Capítulo VIII de la Ley 222 de 1995. Las reformas estatutarias que se realicen en estas sociedades se sujetarán a las mismas formalidades previstas en la Ley 222 de 1995 para las empresas unipersonales.

Parágrafo. En todo caso, cuando se trate de Sociedades en Comandita se observará e requisito de pluralidad previsto en el artículo 323 del Código de Comercio.

Artículo 23. *Reglamentación.* Se exhorta al Gobierno Nacional para que a través de los Ministerios respectivos, reglamente todo lo concerniente al funcionamiento de las redes para el Emprendimiento, durante los tres (3) meses siguientes a la sanción de esta ley.

Artículo 24. *Vigencia.* La presente ley entrará a regir a partir de su promulgación.

La Presidenta del honorable Senado de la República,

Claudia Blum de Barberi.

El Secretario General del honorable Senado de la República,

Emilio Ramón Otero Dajud.

El Presidente de la honorable Cámara de Representantes,

Julio E. Gallardo Archbold.

El Secretario General de la honorable Cámara de Representantes,

Angelino Lizcano Rivera.

REPUBLICA DE COLOMBIA - GOBIERNO NACIONAL

Publíquese y cúmplase.

Dada en Bogotá, D. C., a 26 de enero de 2006.

ÁLVARO URIBE VÉLEZ

El Viceministro de Comercio Exterior, encargado de las funciones del Despacho del Ministro de Comercio, Industria y Turismo,

Eduardo Muñoz Gómez.

ANEXO C LISTA DE EMPRENDEDORES

| No. | Año inicio | Convocatoria | Nombre empresa | Sector | Ciudad | Beneficiarios en Seguimiento | Direccion | E-mail | Telefono contacto |
|-----|------------|-----------------------------|---|--------------------|-----------|-------------------------------|--|------------------------------|-------------------------|
| 1 | 2005 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 2 | CENTRO VIRTUAL Y EMPRESARIAL E.U - CEVIEM | Educacion | Pasto | DIANA CRISTINA FUERTES TORRES | Cra. 33 No. 14 - 05 BARRIO SAN IGNACIO | dcft@hotmail.com | 7291552 - 300 7766537 |
| 2 | 2005 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 2 | Andina de Conservas Ltda | Agroindustria | Pasto | Diana Camila Narváez Martínez | CARRERA 24 N.24 – 09 | kamyla025@hotmail.com | 7211153 - 3006625461 |
| 3 | 2005 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 2 | Centro de Producción Cuyícola La Esperanza Ltda | Pecuario | Buesaco | Cristhian Marcel Paz Castillo | Carrera 33 B # 1a 44 | luisa983@latinmail.com | 7223264 |
| | | | | | | Luisa Fernanda Oviedo Ibarra | Calle 11 # 6 – 40 | luisa983@latinmail.com | 7216596 |
| 4 | 2006 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 3 | INDUSTRIAS SANTA TERESA EU | industria acuicola | Pasto | DIANA LORENA CASTILLO ROA | | dianicastillo@gmail.com | 7324337 |
| 5 | 2006 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 3 | SECANO E.U. | Deshidratados | Pasto | MARIO FELIPE CABRERA TORRES | Villa campestre Manzana A Casa 25 | mariocabreratorres@gmail.com | 7310601 |
| 6 | 2006 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 3 | AGROPECUARIA BILBAO VILLOTA EMPRESA UNIPERSONAL | Industria Avicola | Contadero | FERNEY ALEXANDER LASSO BILBAO | CRA 26 No 9-50 EDF AV REAL APT 302 | alexanderbilbao@msn.com | (2)7294376 - 3148141836 |
| 7 | 2008 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 5 | Industrias Elessar E.u. | industria | Téquerres | DIEGO FERNANDO REVELO VARGAS | | industriasjony@hotmail.com | 3006098415 |
| 8 | 2008 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 4 | TILAPIAS DEL PACIFICO E.U. | industria acuicola | El Charco | JOSE WILSON PEÑA PAZ | | josewilson550@hotmail.com | 3103898672 |
| 9 | 2008 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 4 | INDUSTRIAS GEA LTDA | Agroindustria | Ipiales | NELSON ARMANDO LUCERO IBARRA | | sandraeromo@yahoo.es | 3152734518 |

| | | | | | | | | | |
|----|------|-----------------------------|---|------------------------|-------|--|---------------------------------------|---|--|
| 10 | 2008 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 4 | FRANCESCA – BELLEZA A FLOR DE PIEL EU | Belleza y Cosmetología | Pasto | JUAN PABLO MORAN MAYA | | francesca.piel@yahoo.es | 7313857 |
| 11 | 2008 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 4 | Tecnología y Desarrollo Industrial E.U. | servicios | Pasto | CATHERIN MARITZA RODRIGUEZ MUÑOZ | | ferchocoral@msn.com | 7292604 |
| 12 | 2008 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 4 | GRANJA AVICOLA LA CURVA E.U. | Industria Avicola | Albán | LUCY ANDREA ORDOÑEZ PASAJE | | andrea_pasaje@yahoo.com | 3113266235 |
| 13 | 2008 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 4 | INDUSTRIA CONFEXCOP E.U. | confecciones | Pasto | Dora Margoth Lucero Vallejo | | dorilucero@yahoo.com | 7 31 35 50 |
| 14 | 2008 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 4 | AVALON MOBILIARIO INFANTIL LTDA | Fabricacion de muebles | Pasto | CLAUDIA JENNIFER LEITON ALFARO | Mz 10 casa 13 Urb la Florida | fercha_natys@hotmail.com | 3187626727 - 3116032689 - 3117325608 |
| | | | | | | DORIS AMANDA TAIMAL PUETATE | Carrera 10 N° 18A-28 Recuerdo | amandita1985@hotmail.com | 3128380465 |
| | | | | | | FERNANDA NATHALY VALLEJO GUERRON | Mz 20 casa 6B Sumatambo | fercha_natys@hotmail.com | 3187626727 |
| 15 | 2008 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 4 | MODATEC E.U. | confecciones | Pasto | SARA CONSTANZA MONTENEGRO DEL CASTILLO | MANZANA A CASA 19 BARRIO VILLA RECREO | saharaxxx@gmail.com | 7303564 |
| 16 | 2008 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 4 | PREFORMAS Ingenieria en Construccion Ltda. U. | industria | Pasto | LUIS MIGUEL GÓMEZ GÓMEZ | Calle 4 Sur No. 22C - 28 | ivanlozano2@starmedia.com - lucho.migue@hotmail.com | 7238487 |
| | | | | | | Albeiro Javier Escobar Montenegro | Calle 19 No. 77 | albeiroescobar@hotmail.com | |
| | | | | | | Iván Alexander Lozano ordóñez | Cra 20 No. 13 - 12 | ivanlozano2@starmedia.com | |

| | | | | | | | | | |
|----|-----------------------------------|---|--|---------------------|------------|---|---|-------------------------------------|------------------------------------|
| 17 | 2008 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 4 | Litoempaques de Nariño EU | industria | Pasto | FREDY ARTURO LÓPEZ RAMÍREZ | Pucalpa 3 Bloque 3b apto 202 | fredylopez7910@hotmail.com | 3168764782 |
| 18 | 2009 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 7 | PRODUCTORA DE ALIMENTOS Y SALSAS EU - SIGLA PROALIMSA EU | industria alimentos | Pasto | FABIO JESUS IBARRA JARAMILLO | | fabioibarrajaramillo@gmail.com | 3128038833 |
| 19 | 2009 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 7 | Carnicos Friopollo | industria carnica | Pasto | Susana Meneses Guerrero | | susanita0523@hotmail.com | 3168240260-3008218763 |
| 20 | 2009 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 7 | INDUSTRIAS LA COLINA E.U. | industria lactea | Pupiales | GLADYS ELIZABETH REVELO MORENO | | industriaslacolinaltda2@hotmail.com | 3166485433 |
| 21 | 2010 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 8 | SUPER CREAM S.A.S. | industria alimentos | Pasto | JOHN EDISSON RODRIGUEZ RUEDA | | super.cream@hotmail.com | 3162894562 - 3153236989 |
| 22 | 2010 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 8 | Comercializadora Danas SAS | Pecuario | Pasto | FELIPE ANDRES VALENCIA CAMPIÑO | | danascv@gmail.com | 3008783632 |
| 23 | 2010 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 8 | ACAROLABS SAS | software | Pasto | CARLOS ANDREY SALAS CUMBAL | | antoniocastillo@acarolabs.org | 7310618 3016434045 - 7313947 |
| 24 | 2010 | CONVOCATORIA REGIONAL No. 61 PARA EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO | Planta de Trituracion de Caucho | industria | La Florida | Wilber Fernando Trujillo Enriquez | | llantasw@hotmail.com | 3002730053 |
| 25 | 2010 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 8 | BLUESHARE S.A.S. | servicios | Pasto | DIANA MILENA DIAZ TERÁN | DG 16 No. 38 - 340 BL D APTO 103 EL MIRADOR | dianadiazteran@hotmail.com | 3005552057 |
| | luis Francisco Castillo Hernández | | | | | DG 16 No. 38 - 340 BL C APTO 403 EL MIRADOR | frahez@hotmail.com | 3004656258 | |

| | | | | | | | | | |
|----|------|------------------------------|--|------------|--------------|-------------------------------------|--|----------------------------|----------------------|
| 26 | 2011 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 10 | PLUP ACCESORIOS SAS | artesanias | pasto | Johana Catherine Vallejo Benitez | | joannavallejo@hotmail.com | 7361335 |
| 27 | 2011 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 10 | Productora y comercializadora de Fresas Valle de Atriz SAS | Agrario | Pasto | Sandra Vanessa Botina Estrada | | vanesboti@yahoo.es | 3167996020 |
| 28 | 2011 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 10 | CONCIENCIA ENERGETICA ELECTRONICA SAS | industria | Pasto | Jimmy Ricardo Velasquez Chaves | | jimmyhukog@hotmail.com | 7293119 |
| 29 | 2011 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 10 | Soluciones Ambientales de Nariño s.a.s | Reciclaje | Pasto | Yary David Ibarra Takez | | jotat@live.com | 3128336927 |
| 30 | 2011 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 10 | AGROINDUFIQUE | abonos | San Bernardo | Alvaro Adarme Ordoñez | | agroindufique@gmail.com | 3113910359 |
| 31 | 2011 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 10 | MONTENEGRO PUB SAS | licores | Pasto | EVELYN LILIANA HERNANDEZ MONTENEGRO | | evelynmontenegro1@yahoo.es | 3012201283 |
| 32 | 2011 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 10 | METALMECANICA JHAC | servicios | Guachucal | WILSON HERNEY REINA PAREDES | | wherney@misena.edu.co | 3172743236 - 7778292 |
| 33 | 2012 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 14 | AMBIENTENAR | Reciclaje | Pasto | FRANCISCO ZARAMA | | ambientenar@hotmail.com | 3117239931 |
| 34 | 2012 | CONVOCATORIA NACIONAL No. 14 | PLASTIECOLOGICOS | industria | Pasto | ANGELA VANESA MELO | | plasticologico@hotmail.com | 7235451 |